

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН І БІЗНЕСУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ О. П. Степанов
« _____ » _____ 2020 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 056 «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»

Тема: «Розвиток світового ринку туристичних послуг в умовах глобалізації»

Виконавець: Митько Дмитро Михайлович, група МЕВ-401

(підпис виконавця)

Керівник: д.е.н., професор, професор кафедри
міжнародних економічних відносин і бізнесу ФМВ
НАУ
Румянцев Анатолій Павлович

(підпис керівника)

Нормоконтролер: Балабанова Галина Петрівна

(підпис нормоконтролера)

Київ - 2020

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу
спеціальність 056 «Міжнародні економічні відносини»
освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Степанов О.П.
«__» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи

Митька Дмитра Михайловича

1. Тема роботи «Розвиток світового ринку туристичних послуг в умовах глобалізації» затверджена наказом ректора від «29» квітня 2020 р. №542/ст.
2. Термін виконання роботи: з 04 травня 2020 року по 21 червня 2020 року.
3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти щодо регулювання туризму в Україні, статистичні матеріали Міністерства фінансів України, Державної служби статистики України, Національного банку України щорічні звіти міжнародних організацій: Конференції Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), Всесвітньої торгової організації.
4. Зміст пояснювальної записки: теоретичні основи дослідження світового ринку туристичних послуг, механізм реалізації МЕВ у сфері туристичних послуг, напрями участі України у світовому ринку туристичних послуг.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 5 таблиць та 8 рисунків.
6. Презентація основних результатів дипломної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 15 слайдів.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчити літературні джерела з предмету дослідження та написати заяву про затвердження теми дипломної роботи	23.03.2020	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання дипломної роботи	30.03.2020	Виконано
3.	Визначити теоретичні основи дослідження світового ринку туристичних послуг	04.05.2020 – 10.05.2020	Виконано
4.	Оцінити механізм реалізації МEB у сфері туристичних послуг	11.05.2020 – 17.05.2020	Виконано
5.	Визначити напрями участі України у світовому ринку туристичних послуг	18.05.2020 – 24.05.2020	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	25.05.2020 – 27.05.2020	Виконано
7.	Оформити дипломну роботу	28.05.2020	Виконано
8.	Попередній захист дипломної роботи	29.05.2020	Виконано
9.	Передати дипломну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	08.06.2020	Виконано
10.	Передати дипломну роботу науковому керівникові для написання відгуку (за 7 днів до захисту)	11.06.2020	Виконано

8. Дата видачі завдання: « ____ » _____ 2020р.

Керівник дипломної роботи _____

(підпис керівника)

(П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання _____

(підпис випускника)

(П.І.Б)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Розвиток світового ринку туристичних послуг в умовах глобалізації»: с., 8 рис., 5 табл., 70 літературних джерел.

Перелік ключових слів (словосполучень): ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ, UNWTO, РИНОК, ТУРИЗМ, ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ЕКОНОМІКА.

Об'єкт дослідження: сукупність світових туристичних послуг.

Предмет дослідження: особливості розвитку міжнародних туристичних послуг та участь України.

Мета дипломної роботи: дослідити світовий ринок туристичних послуг.

Методи дослідження: порівняльний аналіз, обробка літературних джерел, структурно-системний підхід, метод причинно-наслідкових зв'язків, методи логічного й історичного, кількісно-якісного аналізу, статистичні методи.

Отримані результати та їх новизна: досліджена статистка експорту-імпорту туристичних послуг України. Створено пропозиції, щодо вирішення проблем у сфері туризму в Україні.

Значущість виконаної роботи та висновки: туристична галузь є невід'ємною складовою національного і світового ринку і розглядається як перспективний напрям.

Рекомендації щодо використання результатів: потрібно забезпечити ефективне і комплексне використання наявного туристично та курортно-рекреаційного потенціалу.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	9
1.1 Економічний зміст та особливості формування світового ринку туристичних послуг.....	9
1.2 Структура світового ринку туристичних послуг та напрями її розвитку.....	14
1.3 Особливості функціонування світового ринку туристичних послуг в умовах глобалізації.....	23
РОЗДІЛ 2	
МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕВ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	33
2.1 Сутність та характерні риси механізму дії світового ринку туристичних послуг.....	33
2.2 Нормативно-правове забезпечення функціонування розвитку світового ринку туристичних послуг.....	41
2.3 Вплив фінансових важелів на розвиток міжнародного туристичного бізнесу.....	49
РОЗДІЛ 3	
НАПРЯМИ УЧАСТІ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	60
3.1 Оцінка стану розвитку міжнародного туризму України.....	60
3.2 Економічна ефективність участі України у світовому ринку послуг....	67
3.3 Перспективи інтеграції України у глобальний ринок туристичних послуг.....	73
ВИСНОВКИ.....	82
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	86

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. 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.

Більшість країн світу мають певний туристичний потенціал, тому важливим економічним завданням у контексті світових тенденцій є розвиток національної індустрії туризму, однією зі складових якої є туристична інфраструктура.

Найбільш важливими в науковому розумінні для автора під час роботи над дипломною роботою були теоретичні розробки провідних вітчизняних фахівців, зокрема: Р.О. Заблоцька, Л.І. Гонтаржевська, О.О. Любіцева, Т.М. Ореховська, Ю.П. Мазур, Л.П. Дядечко, В.М. Зайцева, О.А. Мельниченко, О.М. Лютак, В.М. Маховка, В.К. Бабарицька, А.Є. Сірик, В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк, В.І. Гостюк, В.І. Биркович, Н.В. Антонюк, М.П. Мальська, І.Я. Антоненко, І.З. Жук, К.В. Константинова, Р.Р Білик, Я.В. Григор'єва, С.В.

Романюк, О.І. Пальчук, Ю.О. Шевченко, Є.В. Козловський, І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Покоłodна, І.М. Писаревський та ін.

У працях російських науковців: М.Б. Біржаков, Н.С. Мироненко, І.Т. Твердохлебов та ін.

Метою дослідження є вивчення функціонування розвитку світового ринку туристичних послуг, адаптація світового досвіду у галузі туристичних послуг до національних особливостей, пошук ефективних шляхів для інтеграції України у світовий ринок туристичних послуг, дослідити економічну ефективність участі України у світовому ринку туристичних послуг.

Відповідно до поставленої мети виділяють **основні завдання**:

- визначити поняття та класифікацію туристичних послуг;
- розкрити особливості туристичних послуг у міжнародних економічних відносинах;
- проаналізувати особливості державної політики щодо регулювання туристичного бізнесу в Україні;
- дослідити проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні;
- оцінити стан розвитку міжнародного туризму в Україні;
- оцінити вплив фінансових важелів на розвиток міжнародного туристичного бізнесу.

Об'єктом дослідження є сукупність світових туристичних послуг.

Предметом дослідження є особливості розвитку міжнародних туристичних послуг та участь України.

Методологія дослідження. Методологічну основу дослідження становлять фундаментальні положення туристичної справи. В першому розділі при розкритті сутності та концептуальних понять ринку туристичних послуг використовувалися методи від абстрактного до конкретного, поєднання аналізу та синтезу, структурно-системного підходу, методу, причинно-наслідкових зв'язків. В другому розділі роботи, в аналітичній

частині, де досліджувалися та аналізувалися показники та динаміка сучасного стану ринку туристичних послуг, використовувалися методи логічного й історичного, кількісно-якісного аналізу, статистичні методи, методи порівняльного аналізу. У завершальному третьому розділі основним науковим методом був метод причинно-наслідкових, логічних та функціональних зв'язків і залежностей, а також кореляційно-регресійного аналізу.

Теоретичну основу роботи склали економічні дослідження вітчизняних та зарубіжних учених. При написанні роботи використовувалися матеріали Державної служби статистики України, Всесвітньої туристичної організації, Міністерства фінансів України, департаменту туризму та курортів України, а також відповідні сайти в Internet.

Структура дипломної роботи. Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. В роботі розміщено 5 таблиць та 8 рисунків. Список використаних джерел включає 70 найменувань на 7 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.4 Економічний зміст та особливості формування світового ринку туристичних послуг

Проблемам становлення та функціонування ринку загалом і туристичного, присвячено багато праць багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених (М. Портер, О. Любіцева[23], Р.Заблоцька [17], І. Школа [35], В. Данильчук, Ю. Мазур [26], Л. Гонтаржевська [12] та ін.). У своїх працях автори розглядають різні функції, аспекти суті та особливості ринку туристичних послуг. Поряд з тим не до кінця розкритими залишаються питання особливостей організації та розвитку туристичного ринку в Україні.

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.

Ринок є однією з базової економічних категорій, що була предметом досліджень видатних вчених-економістів протягом останніх двохсот років. Але підкреслимо, що значення ринку багатогранне і характеризується як феномен господарювання, як суспільний механізм задоволення економічних потреб, як суспільний інститут тощо. Розвиток ринку представляє єдність кількісних і якісних змін. Кількісна сторона - це збільшення його розмірів на

основі зростання попиту та пропозиції товарів. Якісний аспект розвитку ринку включає структурні організаційні й інституціональні зміни [23].

Ринок - це інститут або механізм, що з'єднує разом покупців (представників попиту) і продавців (постачальників) окремих товарів та послуг. Туристичний ринок, як і всі інші ринки, функціонує на основі дії законів попиту і пропозиції. В широкому аспекті ринок туристичних послуг означає місце, де відбуваються угоди купівлі-продажу туристичного продукту.

Звернемо увагу, що економічний зміст ринку туристичних послуг розкривається через його функції, основними з яких є:

1) регулятивна функція полягає у тому, що ринок забезпечує збалансованість попиту і пропозиції, узгодження виробництва і споживання туристичних продуктів в цілому та по окремих сегментах зокрема;

2) стимулююча функція - забезпечує стимулювання підвищення економічної ефективності виробництва туристичних послуг в умовах конкуренції та досконалення пропозиції відповідно до особливостей попиту в різних міжнародних регіонах;

3) оптимізаційна функція - оптимізує використання факторів виробництва туристичних послуг, «показує» виробникам які, у якій кількості та для кого необхідно виробляти туристичні послуги;

4) інформаційна функція - надає інформацію про усереднені параметри сукупних попиту і пропозиції на різні види туристичних послуг, забезпечує встановлення ціннісних еквівалентів для купівлі-продажу туристичних продуктів;

5) сануюча функція - ринок вибраковує з обігу ті туристичні послуги або їх виробників, які не можуть забезпечити мінімальний стандарт якості.[12]

Перераховані вище функції ринку туристичних послуг на мою думку, можна доповнити ще однією - економічною, яка є матеріальним стимулом праці на туристичному ринку.

Ринок туристичних послуг представляє адекватну сучасним економічним і соціальним умовам форму розвитку туризму, як суспільно корисного виду людської діяльності. Суспільна значимість туризму полягає у тому, що він різко активізує розвиток творчих здібностей людей (на основі реалізації особистої волі як свободи просторового переміщення, у зв'язку з розширенням кругозору, сфери обміну життєвим досвідом у зв'язку з переміщенням людей за межі їхнього постійного проживання й звичного соціуму й т.д.).[35]

У цьому плані туризм може бути зіставлений з підприємництвом. Ініціатива людей у туризмі, як і в підприємстві, знаходить вираження, дозволяє знаходити різноманітні варіанти отримання вигід. Однак турист, на відміну від підприємця, у принципі не націлений на одержання доходу й прибутку. Інтерес і рента туриста пов'язані з рекреацією - розширеним відтворенням його можливостей (фізичних, інтелектуальних, емоційних), знаходженням натуральних благ - здоров'я, задоволення, життєвого досвіду, що, як правило, опосередковується ринком туристичних послуг.[26]

Для ринку туристичних послуг характерна дія найбільш типових закономірностей у поведінці продавців і покупців - закону попиту й закону пропозиції, а також сильна реакція покупців на зміну факторів попиту. Завдяки цим обставинам ціни на туристичні, послуги, як правило, утримуються на нормальному, рівноважному рівні, що забезпечує взаємовигідний розподіл ренти між виробниками, споживачами й посередниками.

Ринок туристичних послуг представляє систему ринків різної просторової довжини, які різняться за функціональним призначенням, структурою, рівнем розвитку (рис. 1).



Рис. 1. Види ринків туристичних послуг [26]

У просторовому плані можна виділити:

1) світовий ринок як глобальну систему конкурентних виробничо-споживчих відносин, що стимулюють підвищення економічної ефективності виробництва й реалізації туристичних послуг;

2) національні ринки країн світу, що функціонують у системі нормативно-правових обмежень і стимулів, формованих державами;

3) загальні ринки країн, що утворюють інтеграційні угруповання (Європейський союз, НАФТА, АСЕАН, СНД і ін.), поступово утворюючи єдині економічні простори;

4) ринки регіонів усередині країн, що мають відмінності (особливості) у порівнянні один з одним, що виражають специфіку соціально-економічного розвитку регіонів. Очевидно, мова в цьому випадку йде не про всіх регіональних суб'єктів, а тільки про тих, які володіють не тільки номінальними правами, але й достатніми ресурсами (власністю, бюджетними коштами) для цілеспрямованого впливу на економічні й соціальні процеси;

5) місцеві ринки, що приблизно відповідають масштабам мікрорегіонів, які для місцевих жителів, як правило, становлять те «звичайне місце проживання», переміщення за межі якого може вважатися туристичною подорожжю. Для туристів, що прибувають, це фактично ті соціальні й територіально-виробничі комплекси, які забезпечують надання їм послуг.

Проведена класифікація видів ринків туристичних послуг дозволяє визначити специфіку кожного ринку, що обумовлює визначення їх особливих функцій. Наприклад, регіональний ринок найбільш важливий з точки зору формування й концентрації інвестицій, необхідних для здійснення якісних перетворень.

Як відомо, ефективне функціонування туристичного ринку забезпечують суб'єкти ринку, до яких слід віднести: туристи, туристичні оператори, туристичні агентства, підприємства туристичної індустрії тощо. Їх розвиток залежить від рівня розвитку туристичної галузі та державної політики. Так, одним з головних суб'єктів туристичного ринку, який встановлює в національних масштабах правила поведінки на ньому, і своєю діяльністю може як активізувати туристичний ринок, так і гальмувати його розвиток, є держава, яку в собі уособлюють органи державного управління.

Ми можемо прослідкувати різноманітні важелі державного регулювання на туристичну діяльність і умовно зобразити місце держави у цьому процесі на рис. 2.



Рис. 2. Рівні державного регулювання туристичної діяльності [12]

Таким чином, вплив держави на розвиток туристичного ринку розподіляються на безпосередній (законодавче регулювання туристичної діяльності та її зовнішнього середовища, створення і впорядкування спеціальних туристичних зон; пряме фінансування розбудови об'єктів туристичної інфраструктури) та опосередкований (здійснюється через регулювання всіх галузей економіки країни).

1.5 Структура світового ринку туристичних послуг та напрями її розвитку

Ринок туристичних послуг має власну структуру, яка відповідає специфіці споживання туристичних послуг. Виділяють 2 структурні компоненти цього ринку: ринок споживача, де формується попит на турпродукт, та ринок виробника, діяльність суб'єктів якого спрямована на задоволення цього попиту.

Елементи територіальної структури ринку споживача є територіальними утвореннями, які характеризуються деяким рівнем концентрації попиту та залежним від нього радіусом обслуговування. Територіальна концентрація та спеціалізація лежать в основі виділення елементів територіальної структури: пунктів, центрів та вузлів.

Наявність туристичних підприємств, які забезпечують практично неструктурований попит, характеризує формування пунктів територіальної структури ринку туристичних послуг. Нарощування однотипних туристичних фірм призводить до структурування пропозиції та попиту в регіоні і сприяє формуванню центрів територіальної структури ринку споживача. Подальше урізноманітнення попиту внаслідок удосконалення соціально-економічних умов життя, створення великих підприємств посередників – туроператорів – відповідає формуванню вузлів.

З іншої сторони, елементи територіальної структури виробника можуть бути представлені екскурсійними пунктами, туристичними центрами та туристсько-рекреаційними вузлами. Екскурсійні пункти існують за наявності пам'яток історії та культури, атрактивні властивості яких дозволяють використовувати їх у туристичному бізнесі. Концентрація значної кількості культурно-історичних ресурсів збільшує обсяг часу необхідного для задоволення культурно-пізнавальної мети туриста, зумовлює формування туристсько-екскурсійного центру. Якщо ж туристсько-екскурсійна діяльність охоплює значну територію, ускладнюючи функції центру, до туристично-рекреаційних, то мова йде про туристично-рекреаційний вузол.

Туристично-рекреаційний вузол може мати статус курорту. Курорт – це місцевість з природними лікувальними факторами та необхідними умовами для їх використання з лікувально-профілактичною метою.

Курорт є вузькоспеціалізованим територіальним утворенням, а відносна територіальна однорідність курортних ресурсів сприяє формуванню ареальних форм – курортних місцевостей, районів та зон (див. табл. 1.).[22]

Таблиця 1.

Територіальні структури туристичного ринку[12]

Елементи ТС ринку споживача	Елементи ТС ринку виробника			Форма елементів ТС
	посередника	продуцента туристично- екскурсійних послуг	продуцента курортних послуг	
пункт	пункт	екскурсійний пункт		дискретні
центр	центр	туристично- екскурсійний центр		
вузол	вузол	туристично- рекреаційний вузол	курорт	ареальні
			курортна місцевість	
			курортний район	
			курортна зона	

Джерело: Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти).

Відповідно до масштабів діяльності з організації туристичного споживання можна виділити наступні ієрархічні рівні організації туризму:

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

На кожному з рівнів діють туристичні фірми різних розмірів та потужності. Зона дії туристичної фірми формує зону обслуговування – маркетингову зону. Через наявність конкуренції на туристичних ринках маркетингові зони перекриваються, формуючи локальну територіальну

систему забезпечення населення туристичними послугами. Діяльність туристичних фірм спирається на наявні у даної території туристичні ресурси. Оскільки культурно-історичні пам'ятки та пам'ятки природи вимагають утримання їх в належному стані, необхідним є активний вплив державних органів управління.

Багато організацій можуть допомогти в розвитку туризму. До них належать:

- галузеві асоціації;
- кадрові організації туризму та гостинності;
- провайдери навчання;
- навчальні заклади;
- урядові відділення та міністерства у галузі землекористування, планування, розвитку, екології, транспорту та інших суміжних галузях;
- управління економічного розвитку та містобудування;
- консультанти.

Розвиток світового ринку туристичних послуг відбувається відповідно до загальносвітових тенденцій розвитку світового господарства - транснаціоналізації та глобалізації. Глобалізація у туристичній галузі відображається у двох основних формах: зростанні кількості туристичних напрямків і збільшенні дальності поїздок. В умовах глобалізації та регіоналізації світової економіки можна виділити такі тенденції розвитку ринку туристичних послуг:

- високий динамізм;
- розвиток нових форм транснаціоналізації;
- подальша монополізація ринку;
- диверсифікація;
- кооперація малих і середніх роздрібних туристичних підприємств;
- інформатизація світового ринку туристичних послуг;

– звуження спеціалізації, індивідуалізації надання туристичних послуг, підвищення вимог до якості як наслідки зростаючої конкуренції на світовому ринку;

– посилення державної підтримки туризму;

– посилення взаємозв'язків світового ринку туристичних послуг з іншими ринками - нерухомості, капіталу, робочої сили, інновацій.

На етапі глобалізації, світовому господарству притаманна ступінчата форма переливу капіталу: від країн Центру до країн Полупериферії та Периферії. Дана риса обумовлює характер інвестиційних процесів і впливає на розвиток національних ринків та ринкових структур, які забезпечують туристичне споживання.

У міжнародному туристичному процесі переважають потоки з країн з високим рівнем економічного розвитку до країн із середнім рівнем економічного розвитку (при інших незмінних компонентах); і з країн з середнім рівнем розвитку - до країн нижчого рівня розвитку. Це обумовлено нижчим рівнем цін і вартості життя, що діють у країнах більш низького ступеню і привертають потенційних туристів цінами турпродукту. Дія цього чинника обмежена можливостями туристичної індустрії країн більш низького ступеня по створенню комфортних і безпечних умов проведення дозвілля та дотримання відповідного рівня життя, який був би не гірше, ніж в країні постійного проживання туристів. Ось чому на світовому ринку туристичних послуг не спостерігається значного потоку з країн з високим рівнем життя в країни з найнижчим рівнем [59].

Регіональне розподілення міжнародних туристичних потоків в головних рисах склалося давно. З початку масових туристичних обмінів на світовому ринку туризму помітно виділяється Європа. Другу позицію довгі роки міцно утримує Америка. Європа і Північна Америка є ключовими туристичними регіонами світу. На них припадає 4/5 усіх прибуттів. Нові туристичні регіони - Азіатсько - Тихоокеанський, Близькосхідний і Африканський - також розвиваються швидко. Однак вони менш стійкі до

впливу політичних та економічних факторів. Періоди прискореного зростання туризму в них змінювалися стагнацією і спадами [68].

Протягом останніх тридцяти років під впливом вищевказаних факторів міжнародний туризм зазнав суттєвих трансформацій та перетворився на авангардний сегмент глобального ринку. Зазнала змін туристична карта світу. Вона відображає процес формування ряду регіональних туристичних ринків, які відрізняються між собою за інтенсивністю потоків, видами послуг, контингенту, рівнем розвитку інфраструктури та регулювання. Сьогодні сформувалися такі туристичні ринки: традиційні країни - монополісти (США, Франція, Іспанія, Італія, Великобританія), нові регіони (Китай, Туреччина, острівні країни), найбільш перспективні країни (Мексика і країни Південно - Східної Азії) і країни - апліканти (Росія і постсоціалістичні країни). Для визначення провідних туристичних центрів світу слід враховувати як мінімум два критерії - кількість туристів, яких приймає країна, і дохід від міжнародного туризму. Надходження від міжнародного туризму концентрується в групі розвинених країн. Список найбільш дохідних туристичних країн очолюють США, друге місце - Іспанія, далі Франція та Італія.

Нині туризму належить значне місце в міжнародних відносинах. Тенденції зростання туристичного сектора ще раз доводять її стійкість щодо загальносвітової економічної кризи.

Після впевненого початку минулого року, попит у сфері міжнародного туризму залишався високим. У період з червня по серпень були досягнуті позитивні результати, - в абсолютних показниках число міжнародних прибуттів і в липні і серпні перевищило 125 млн., а в червні вперше було перейдено рубіж у 100 млн. прибуттів. Незважаючи на низькі темпи зростання світової економіки, міжнародний туризм продовжує демонструвати в більшості регіонів світу результати вище середнього рівня, створюючи значні можливості для сприяння зростанню зайнятості та розвитку місцевих економік.

Число міжнародних туристських прибуттів зростає в усіх регіонах. У Європі, було зареєстровано, на 20 млн. більше прибуттів (+5 %). Враховуючи, що Європа - це найбільший в світі туристичний регіон, де знаходиться безліч високорозвинених туристичних напрямків, показник зростання у 5 % є дуже позитивним. Найкращих результатів досягли Центральна та Східна Європа (+7 %) і Південна і Середземноморська Європа (+6 %).

Азіатсько - Тихоокеанський регіон (+6 %) продовжує демонструвати стійкі темпи зростання, чому сприяла Південно-Східна Азія (+12 %), де кількість прибуттів збільшилося приблизно на десять мільйонів.

Порівняно більш слабкі результати зафіксовано у Американського регіону (+3 %). В перші вісім місяців цього року кількість прибуттів зросла на 4 млн., при цьому кращі показники були зафіксовані в Північній Америці (+4 %).

В Африканському регіоні кількість прибуттів збільшилося на два мільйони (+5 %) завдяки відновленню активності туристичної діяльності в Північній Африці (+6 %), в той час як на Близькому Сході після дворічного спаду число прибуттів зросло на 7 %. Близький Схід, де протягом двох років спостерігалися негативні темпи зростання, відновив свої позиції і, згідно з оцінками, число міжнародних прибуттів в цьому регіоні збільшилася на 13%.

За прогнозом ЮНВТО (туризм до 2030 року) число міжнародних туристських прибуттів в усьому світі, як очікується, збільшиться в середньому на 3,3% на рік за період з 2010 по 2030 рік. З часом, темпи зростання будуть поступово сповільнюватися, з 3,8% в 2011 році до 2,5% у 2030 році. В абсолютних цифрах кількість міжнародних туристичних прибуттів збільшиться близько на 43 млн. у рік, в порівнянні з середнім збільшенням на 28 млн. у рік в період з 1995 по 2010 рік. За прогнозами в 2012 році темпи зростання міжнародних туристських прибуттів в усьому світі перевищать 1 млрд. і досягне 1,8 млрд. до 2030 року (Табл. 2).[69]

Таблиця 2

Прогноз міжнародних туристичних прибуттів за регіонами світу на
2030 рр., млн.[69]

	Базовий рік	Прогноз			Середньорічний темп зростання (%)	Різниця (%)	
	1995	2010	2020	2030	2010-2030	2010	2030
Усього у світі	565	940	1,36	1,809	3,3	100	100
Європа	338	475	620	744	2,3	50,6	41
Азія і Тихоокеанський регіон	81	204	355	535	4,9	21,7	29,6
Американський регіон	109	150	199	248	2,6	15,9	13,7
Близький схід	12	61	101	149	4,6	6,5	8,2
Африка	20	150	85	134	5,0	5,3	7,4

Джерело: Tourism 2020 Vision (UNWTO)

В Азіатсько – Тихоокеанському регіоні (+4,9%) буде спостерігатися найбільше зростання міжнародних прибуттів. За прогнозами вони збільшаться на 331 млн. та досягнуть близько 535 млн. у 2030 році.

На Близькому Сході та в Африці були зареєстровані високі темпи зростання. Очікується, що у 2030 році перевищення міжнародних туристичних прибуттів більш ніж у двічі, з 61 млн. до 149 млн. та з 50 млн. до 134 млн. відповідно.

Регіони Європи та Південної Америки будуть зростати повільніше у порівнянні з іншими (від 475 млн. до 744 млн. та від 150 млн. до 248 млн. відносно). Завдяки цьому буде спостерігатися більш швидкий ріст Азіатсько – Тихоокеанського регіону (до 30% у 2030 році, в порівнянні з 22% в 2010 р.), Близького Сходу (до 8% з 6%) і Африки (до 7% з 5%). В результаті, до 2030 року буде спостерігатися зниження частки Європи (до 41% від 51%) та Південної Америки (до 14% з 16%) в міжнародний туризм. Головним чином, це пояснюється уповільненим зростанням більш зрілих напрямків, з яких Північна Америка, Північна Європа і Західна Європа.

Проаналізувавши стан міжнародних регіонів та беручи до уваги прогнози ЮНВТО, можна відзначити формування певних тенденцій розвитку туризму:

- в умовах нестійкої світової економічної кон'юнктури, всі регіони і субрегіони досягли позитивних результатів;
- пожвавлення міжнародної туристичної активності спостерігається у всьому світі;
- на регіон Європи, припадає більше половини всіх міжнародних туристських прибуттів в усьому світі.[69]

Важливими умовами розвитку світового ринку туристичних послуг є фактори позитивного та негативного впливу. Серед позитивних можна виділити наступні:

- стабільність і відкритість політики та економіки;
- зростання суспільного багатства і доходів населення;
- скорочення робочого і збільшення вільного часу;
- розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій;
- посилення урбанізації;
- побудова інтелектуального суспільства;
- заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму;
- спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання;
- стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених сімей шляхом надання пільг;
- сприяння розвитку індустрії пріоритетної туристичної діяльності.

До негативних факторів розвитку ринку туристичних послуг відносять:

- напруженість у міжнародних відносинах;
- нестабільність політики та закритість економіки;

- стагнація економіки та падіння добробуту населення;
- непорядкованість туристичних ресурсів;
- не розвинутість індустрії туризму;
- нераціональне використання культурно – історичної і культурної спадщини й довкілля;
- низькій рівень доходів населення та нестача вільного часу;
- забруднення навколишнього середовища і екологічна небезпека;
- недооцінка ролі туризму в інтелектуалізації суспільства;
- відсутність ефективних стимулів інвестування розвитку індустрії туризму на рівні світових стандартів;
- недооцінка ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету.

Всі наведені фактори мають важливе значення для формування та функціонування пріоритетних напрямів розвитку світового ринку туристичних послуг.

1.6 Особливості функціонування світового ринку туристичних послуг в умовах глобалізації

Міжнародний туризм швидко глобалізується, що має численні сфери, складові і прояви та є об'єктивним у контексті глобалізаційних процесів у всіх інших сферах. Глобалізація туризму суттєво впливає на розвиток всієї світової індустрії туризму, а також і національних господарств, що зумовлено їх конкуренцією, зокрема позиціями у міжнародних рейтингах.

Більшість країн світу мають певний туристичний потенціал, тому важливим економічним завданням у контексті світових тенденцій є розвиток національної індустрії туризму, однією зі складових якої є туристична інфраструктура. З огляду на вищезазначене тема статті є актуальною для різних країн і особливо для України, що зумовлено завданнями нарощування масштабів та економічних показників туристичної галузі.

У Законі України «Про туризм» однією з важливих завдань національної політики у галузі туризму визначено створення ефективної туристичної інфраструктури (далі – ТІ) [1].

Закон України “Про Туризм” визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України.

Центральний орган виконавчої влади бере участь у розробці програм облаштування транспортних магістралей об'єктами туристичної інфраструктури. З метою підвищення рівня туристичного обслуговування, сприяння споживачам у свідомому виборі туристичних послуг, забезпечення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг, забезпечення захисту прав і законних інтересів, життя, здоров'я та майна громадян, підвищення рівня екологічної безпеки об'єктам туристичної інфраструктури присвоюються категорії якості та рівня обслуговування.

Встановлення об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо) відповідної категорії здійснюється за заявою його власника.

Види категорій об'єктів туристичної інфраструктури, порядок їх встановлення та зміни, а також порядок доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури та про вид його категорії визначаються Кабінетом Міністрів України.

До туристичної інфраструктури(у якості об'єктів) віднесені готелі та інші об'єкти, призначені для надання послуг з розміщення; заклади

харчування; курортні заклади тощо. У Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. визначено, що Україна суттєво відстає за рівнем розвитку ТІ від провідних держав світу. Тому її розвиток визнається стратегічним завданням, зокрема для підвищення якості туристичних послуг. За напрямом «Розвиток туристичної інфраструктури» передбачається забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову ТІ; забезпечення доступності об'єктів ТІ для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення; забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення; сприяння встановленню стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами шляхом впровадження проектного підходу до створення комплексного туристичного продукту (з відповідними заходами) [7].

Під ТІ потрібно розуміти сукупність різних технічних та організаційно-господарських об'єктів, які забезпечують безперебійне функціонування туристичної галузі (в основному це заклади розміщення; заклади харчування; заклади відпочинку; санаторно-курортні заклади; оздоровчі заклади; організації, які надають транспортні послуги у сфері туризму; спеціальні інженерні мережі та інформаційні системи). Ці об'єкти представляють різних суб'єктів туристичної діяльності. За окремими видами туризму до ТІ можуть бути віднесені заклади культури, спортивні об'єкти, університети, медичні заклади тощо.

ТІ – це сукупність установ (організацій), які забезпечують туризм, включаючи надання інформаційних, транспортних, готельних, розважальних та інших послуг, а також сприяють здійсненню туристичної діяльності. Межі ТІ визначити важко, тому потрібно виокремлювати її «ядро», тобто спеціалізовані туристичні об'єкти і установи, а інше – розглядати за необхідності, враховуючи якісні характеристики.

Інфраструктура завжди має обслуговуючий, допоміжний характер. При цьому вона значно впливає на якість туристичних послуг та рівень ефективності туристичній діяльності, а інколи визначає можливості її здійснення взагалі. Потрібно враховувати пряму залежність між туристичною активністю і параметрами ТІ, функціонування якої завжди є цілеспрямованим.

ТІ за своєю сутністю характеризується вторинністю і подвійністю. Вторинність проявляється в тому, що вона забезпечує і допоміжну індустрію, тому результативність інфраструктури завжди визначається кінцевою результативністю туристичної діяльності (послуг, підприємств), для яких вона створена. Двоїстість полягає у тому, що функціонування ТІ, окрім підпорядкованості інтересами суб'єктів, яких вона обслуговує, визначається цілями самих інфраструктурних установ.

ТІ часто розглядається у територіальному аспекті, наприклад, стосовно міста або регіону. Однак правомірним вважаємо розгляд національної ТІ та рідше міжнародно-регіональної (наприклад, стосовно євро регіонів та субрегіонів світу). Основними компонентами ТІ є:

- 1) матеріально-технічний;
- 2) інституціональний;
- 3) організаційний;
- 4) інформаційний;
- 5) логістичний;
- 6) соціальний.

Потрібно зазначити, що серед компонентів ТІ усе частіше доводиться розглядати нематеріальні, неявні, «невидимі» складові.

ТІ визначає певний рівень і порядок туризму і туристичної діяльності. Тому доцільно виокремлювати інфраструктурний аспект, який дозволяє структурувати різні види умов і долати природні і штучні обмеження, підтримуючи справедливі умови, зокрема вільної конкуренції і нормальної життєдіяльності людей. Інфраструктурний аспект у сфері туризму дозволяє

цілеспрямовано фокусувати увагу на відповідних складових і показниках туристичної індустрії.

Глобалізація туризму заснована на таких чотирьох процесах:

1) конвергенція, тобто згладжування (стирання) відмінностей і виникнення подібності між системами у структурі, принципах організації і функціонування; взаємне уподібнення систем та їх елементів, протікання схожих і однакових за спрямованістю процесів; змішування і зближення у бік злиття;

2) інтеграція, тобто процес, що веде до стану пов'язаності та об'єднання диференційованих частин у єдине ціле та у єдиний стан; процес зближення, розвитку і диверсифікації зв'язків; взаємне переплетення (при неможливості повного об'єднання) окремих систем;

3) уніфікація, тобто встановлення різних форм (об'єктів) та приведення їх до єдиного зразку; твердження різнобічності і всеосяжного характеру, охоплення всього різноманіття елементів і ознак;

4) гармонізація, тобто взаємне узгодження, зведення у єдину систему, координація, співмірність, упорядкування, забезпечення взаємної відповідності і усунення відмінностей систем, об'єктів, заходів дій тощо.

Всі ці процеси безпосередньо стосуються туристичної індустрії.

Глобалізація туризму має такі прояви:

1) перехід світової індустрії туризму до розвитку на основі єдиних принципів, поява єдиних загальносвітових тенденцій, паттернів, «стандартів», вимог;

2) гомогенізація економічного простору світового туризму у результаті зростання єдності світу; розвиток міжнародних інститутів у сфері туризму, як регулюючих, так і тих, що забезпечують бізнесдіяльність;

3) детермінуюча роль міжнародних туристичних компаній та операторів, розповсюдження глобальних туристичних мереж, що стимулюють процеси уніфікації та інтеграції національних економік на різних рівнях;

4) формування на основі транснаціоналізації капіталу глобальних ланцюгів створення вартості у сфері туристичних послуг;

5) домінування міжнародних факторів і трендів розвитку над національними; посилення впливу міжнародного середовища на національні індустрії;

6) розвиток процесів глобальної інформатизації у сфері туризму, поширення спеціальних туристичних інформаційних мереж.

Туристична індустрія (більшість видів туризму) відноситься до мультинаціональних галузей, що підвищує значущість кластерів. Однак навіть національні кластери суттєво піддаються впливу глобалізації та розвиваються у руслі світових тенденцій. У результаті національні стратегії розвитку туристичної індустрії все більше узгоджуються, зростає рівень інтеграції, яка породжує взаємні вигоди через інтенсифікацію міжнародних туристичних потоків.

З іншого боку, глобалізація суттєво загострює конкуренцію. Незважаючи на високу функціональну інтеграцію національних індустрій, на макрорівні виникає активне конкурентне середовище. Туристичний ринок постійно насичується, стає більш інноваційним та креативним. Через глобалізацію повсюдно зростають вимоги до якості туристичних послуг, зокрема до безпеки.

В умовах глобалізації посилюється вплив міжнародних (зовнішніх відносно країни) факторів розвитку ТІ (рис. 3).[18]



Рис. 3. Міжнародні фактори розвитку ТІ [18]

Головним завданням розвитку ТІ країни в умовах глобалізації туризму є підвищення якісного рівня функціонування всіх елементів на основі запровадження спеціальних інновацій у контексті глобальних тенденцій. У глобальний туристичний простір країні доцільно включатись із високоефективною ТІ, борючись за власного та іноземного туриста. Це вимагає дотримання глобальних імперативів, враховуючи власний туристичний потенціал. Принципами розвитку ТІ мають бути:

- 1) технологічна і культурна прогресивність;
- 2) комплексність і алгоритмічна замкнутість елементів;
- 3) об'єднання і координація зусиль держави і бізнесу, розвиток державно-приватного партнерства;
- 4) поєднання стимулюючого впливу ринку і провідну роль держави;
- 5) урахування регіональної специфіки;
- 6) підтримка структурної гнучкості та збалансованості;
- 7) створення умов для інноваційної активності та гнучкості;

8) підвищення якості функціональної інтеграції всіх елементів (блоків, підсистем) ТІ. Підходи до розвитку національної ТІ наведені на рис. 4.[18]



Рис. 4. Підходи до розвитку національної ТІ

Джерело: Зайцева В. М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі / В. М. Зайцева, О. М. Корнієнко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012.

Основними напрямками розвитку національної ТІ в умовах глобалізації є:

- 1) формування та розвиток туристичних кластерів;
- 2) підтримка малого і середнього підприємництва у туристичній сфері;
- 3) стимулювання інновацій у сфері туризму;
- 4) підтримка розвитку окремих туристичних зон (територій) у межах країни, зберігаючи їх специфіку. Це вимагає запровадження прогресивних моделей і підходів до розвитку ТІ, погоджуючи національний і регіональний поступ.

Окремо потрібно наголосити на ролі держави. У сфері ТІ, як й інших видів інфраструктури, є численні «провали» ринку. Держава повинна не лише ліквідувати їх, але й забезпечити сталість режиму функціонування ТІ. Це стосується не тільки конкурентного порядку, а й соціальних імперативів. В Україні роль держави є особливо важливою, враховуючи зростання

туристичної конкурентоспроможності багатьох інших країн, головним чином сусідніх. Тому потрібно акцентувати увагу на необхідності проведенні цілісної політики розвитку туристичної інфраструктури з чіткими міжнародними аспектами. Це має охоплювати не лише нормотворчу діяльність, а й прогностичний, освітній, інвестиційний, адміністративний аспекти. Держава має сфокусуватись на розвитку ТІ як основі туристичної індустрії та включення України у глобальний туристичний простір.

Висновки до розділу 1

Отже, туристичний ринок як ринкова система функціонує завдяки Механізму постійної взаємодії попиту та пропозиції, адаптації підприємств сфери туризму до швидко змінюваного навколишнього середовища і координації їх діяльності. Розвиток ринку туристичних послуг має важливе соціально-економічне значення залучення інвестицій у туристичну галузь, зайнятість населення, використання туристичних ресурсів для розвитку інфраструктури туризму. Учасниками ринку туристичних послуг крім туристичних операторів, туристичних агенцій є також органи державної влади.

Також слід сказати, що світові тенденції у сфері міжнародного туризму дозволяють віднести туристичний бізнес до найперспективніших галузей економіки, але сфера туризму у світі розвивається нерівномірно й має регіональні особливості. Розвинута туристична інфраструктура сприяє покращенню привабливості країни та її конкурентоспроможності у світі, прискорює процеси її інтеграції у світову економіку, забезпечує перехід від аграрної та індустріальної економіки до розвитку економіки на основі сфери послуг.

Також треба додати, що сучасний туризм – це масове глобальне явище, що динамічно розповсюджується на всі регіони і країни світу, офіційно

визнане провідними міжнародними організаціями в якості драйвера соціальних перетворень та інструменту сприяння економічному розвитку.

Не слід забувати, що важливою тенденцією у розвитку міжнародних економічних відносин є зростання сектору послуг в комплексі зовнішньоекономічних зв'язків. Сучасна індустрія туризму являє собою одну з найбільш високоприбуткових та динамічних галузей світового господарства. Багато в чому, це обумовлено тим, що витрати на організацію туристичного бізнесу порівняно невисокі, а розмір отриманого прибутку залишається високим.

Розвиток ТІ країни повинен здійснюватись у контексті глобальних тенденцій та формування глобального туристичного простору, дотримуючись імперативів та використовуючи вплив драйверів. Глобалізація туризму має специфічні прояви, які прямо стосуються елементів ТІ. Це повинно враховуватись на рівні принципів і напрямів розвитку ТІ. У наступних дослідженнях за цим напрямом передбачається розробити теоретико-методологічні засади дослідження глобального туристичного простору.

Також міжнародний туризм на сучасному етапі розвитку світової економіки набуває рис інтегративної галузі, що має не тільки економічний, але й соціокультурний, екологічний, політичний комплекс формуючий вплив.

РОЗДІЛ 2

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕВ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

2.1 Сутність та характерні риси механізму дії світового ринку туристичних послуг

Існує два основні підходи до дослідження ринку. Згідно з першим, ринок розглядається як концепція і його вивчення має переважно філософський та політико-економічний характер. Основна увага приділяється таким аспектам, як: ринок як спосіб мислення та поведінки; ринок як спосіб організації суспільного виробництва. Відповідно до другого підходу, ринок розглядається як явище, яке має специфічне економічне значення і є формою споживання в певній галузі, в межах якої попит та пропозиція товарів і послуг врівноважуються.

Ринок туристичних послуг відповідає потребам населення у відпочинку та змістовному дозвіллі та функціонує відповідно до загальних законів світового ринку. Це складова ринку послуг, її специфічна складова. Світовий ринок - це глобальна система, яка регулює співвідношення попиту та пропозиції, а регулятором є міжнародні економічні відносини.

Світовий ринок розвивається на основі розподілу праці, а поглиблений поділ праці, що визначає сучасний етап розвитку виробництва, посилює ринкову активність. Саме міжнародний поділ праці, суть якого полягає в спеціалізації національних економік на виробництві певних товарів і послуг та їх подальшому обміні, є основою функціонування світового ринку. В результаті формується система обмінних відносин між виробником і споживачем. Міжнародні економічні відносини охоплюють діяльність, пов'язану з продажем сировини, товарів, послуг, рухом міжнародних інвестицій, грошовим обігом, трудовою міграцією. Відповідно формуються світові ринки ресурсів, товарів, послуг, капіталу та робочої сили. Кожен з цих

ринків є сферою товарно-грошового обміну між суб'єктами ринкових відносин (продавець і покупець) на основі розвитку торгових функцій між ними.

Ринок туристичних послуг або туристичний ринок є своєю об'єктивною основою формування зростання та диверсифікації соціальних потреб та відповідного поглиблення соціального поділу праці. Вона є частиною світового ринку послуг, її специфічною складовою. Туристичний ринок - це сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних із відпочинком та осмисленим проведенням дозвілля у подорожах.

Розмежування туристичного ринку ґрунтується на специфіці туристичної послуги. Туристична послуга має всі перераховані раніше особливості послуги, тобто нематеріальність, безперервність процесу виробництва / споживання, неможливість накопичення та неоднорідність якості, але також має ряд специфічних особливостей:

- комплексність. Туристичне обслуговування - це завжди сукупність послуг, яка обов'язково включає проживання, харчування, транспорт, екскурсійні послуги та ряд інших, що забезпечують реалізацію мети подорожі. Цей комплекс характеризується взаємодоповнюваністю та взаємозамінністю в межах кожного виду послуг;

- мобільність надійності необхідна для розширення споживача до місця обслуговування;

- нероздільність процесу технічного обслуговування пов'язана з попередніми особливостями. Обслуговування в туризмі - це безперервний процес, оскільки лише таким чином можна реалізувати мету подорожі. Таким чином, момент виробництва і споживання туристичної послуги збігається в часі і в просторі. Також можна оцінити якість обслуговування лише на час споживання;

- ритмічність. Ця особливість відзначає характер діяльності на туристичному ринку. Механізм регулювання попиту та пропозиції в цьому випадку заснований на останній мінливості попиту та підтримці надійної

пропозиції. Постарайтеся запропонувати туристичні послуги за останніми коливаннями життєвого циклу: щоденними, щотижневими, щорічними. Крім того, він виявив, що це збігається з різницею між об'єктивними та суб'єктивними внутрішніми та зовнішніми чинниками. Тобто існує певний часовий розрив між контрактом між попитом та пропозицією. Цей дисонанс використовує вузьку спеціалізацію підприємств, які беруть участь у створенні туристичних послуг, що в сукупності негативно впливає на ефективність туризму.[39]

Туристичною послугою може вважатися тільки комплекс послуг з задоволення різноманітних потреб туриста: у відпочинку, харчуванні, переміщенні та інших, які сприяють забезпеченню мети подорожі.

Послуга - це «цілеспрямована діяльність, результати якої сприятливо впливають» [41]. Результатом цієї діяльності є "зміна становища інституціональної одиниці, що сталася в результаті дій та на основі взаємної згоди з іншою інституційною одиницею" [36]. Тобто результатом діяльності є певні «переваги, які одна сторона може запропонувати іншій» [38] і які можуть мати матеріальне вираження і приймати форму товарів (наприклад, будівельні послуги, пошиття одягу тощо) або лише діяльність і не мають істотного вираження (наприклад, страхові послуги, інформація та інші). Основна мета служби - задоволення потреб людини. Потреби людини, в принципі, безмежні, але суворо визначаються рівнем соціально-економічного розвитку суспільства. Нижня межа особистих потреб є фізіологічною (потреби в їжі, житлі, одязі, гігієні тощо), верхня межа визначається як об'єктивними умовами (рівнем розвитку, рівнем урбанізації, структурою зайнятості та загальним рівнем життя тощо) і суб'єктивні (вік, стать, рівень освіти, рівень та умови життя, належність до певного соціального прошарку населення, релігійність та інші). Тому потреби населення в товарах і послугах диференціюються в просторі і в часі і стратифікуються залежно від конкретних об'єктивних і суб'єктивних характеристик.

Послуги задовольняють найрізноманітніші потреби: суспільні, виробничі, особисті. Відповідно до різнобічного характеру задоволення потреб та особливостей функціонування послуги класифікуються за різними ознаками: за характером праці, направленістю, економічною основою функціонування, формою організації та частотою попиту, місцем та характером споживання тощо (рис. 5).[20]



Рисунок 5. Основні класифікації послуг

Джерело: Статистический словарь. - М., 1989. - 623 с.

Специфіка послуг ускладнює процес їх просування на ринку, ціноутворення, посилює конкуренцію. Враховуючи це, важливо використовувати різні нововведення в організації виробництва, нове обладнання та технології, які допомагають автоматизувати певні ланки у виробництві послуг, зменшити витрати на ручну працю, що не тільки знижує вартість послуг, роблячи їх більш доступними для споживачів, але також

робить їх можливим. стандартизація. Стандарт на обслуговуванні - це певний набір обов'язкових правил, які гарантують встановлений рівень якості всіх операцій.

Серед факторів, що стимулюють розвиток ринку послуг, домінуючим є прискорений розвиток науково-технічного прогресу та зростання доходів домогосподарств, пов'язаних з інтенсифікацією виробництва. Прискорення науково-технічного прогресу та впровадження нових технологій впливає на збільшення виробництва складного обладнання, насичення повсякденного життя, збільшує частку обслуговування у вартості товарів і, відповідно, збільшує обсяг послуг. З іншого боку, "соціалізація" послуг посилюється, коли впровадження нового обладнання та технологій дозволяє перенести низку послуг із категорії "додому", що виробляються вдома, на предмет ринкової торгівлі.

Туристичні послуги за цінністю в процесі подорожі поділяються на основні, без яких подорожі неможливі (проживання, харчування, транспортні та екскурсійні послуги тощо), додаткові, що сприяють комфорту подорожі (домашнє господарство, торгівля, спілкування, інформація, банківські, фінансові, медичні, спортивно-оздоровчі, культурні тощо) та пов'язані з ними продукти, що підвищують ефективність та сприяють повній реалізації мети подорожі (виробництво та продаж сувенірів та туристичного спорядження, облаштування пляжів, огляд майданчиків, реставрація пам'яток тощо). Кожна з основних послуг може бути туристичним продуктом, що характеризується стабільною пропозицією, але лише їх поєднання - це туристична послуга.

Це сукупність туристичних послуг, товарів і послуг, що забезпечують реалізацію мети подорожі, є туристичним продуктом (туристичним продуктом). Туристичний продукт у формі туру - товар на туристичному ринку. Таким чином, ринок туристичних послуг можна розглядати як сферу реалізації туристичного продукту та туристичних товарів. Характерною особливістю туристичного ринку є переважання туристичних послуг над

товарами (у приблизному співвідношенні 75-80% до 25-15%). В економічних заходах продаж туристичної продукції аналогічний продажу товарів [9], але характер експортно-імпортних відносин, пов'язаний з переміщенням туристичної продукції, докорінно відрізняє ринок туристичних послуг від товарного ринку. Продаж туристичного продукту пов'язаний із обов'язковим переміщенням споживача до місця споживання. Виїзд туристів за кордон (закордонний туризм) та їх споживання туристичним продуктом іншої країни є пасивним туризмом і розглядається як імпорт, оскільки це призводить до падіння попиту на внутрішньому ринку. Навпаки, в'їзд туристів з інших країн (іноземний туризм) та їх споживання національним туристичним продуктом є джерелом зростання національного доходу, оскільки збільшує попит на внутрішньому ринку як на туристичні послуги, так і на послуги та товари опосередковано пов'язані з туризмом (ефект мультфільму). Тому іноземний туризм вважається експортом послуг. Існує ринок туристичних послуг та реекспорт туристичної продукції, що полягає у продажу іноземних туристів на національному ринку туристичних послуг та товарів, споживання яких відбуватиметься в третій країні.

Структуризація ринку туристичних послуг ґрунтується на концептуальних принципах функціонування ринку та специфіці туристичної послуги. Відповідно, існує дві основні структурні складові ринку: споживчий ринок, де формується попит на туристичний продукт, і ринок виробника, діяльність якого спрямована на задоволення цього попиту. Видова структура ринку визначається характером попиту та особливостями туристичної діяльності для його задоволення та представлена сегментами споживчого ринку та галузевою структурою ринку виробника туристичної продукції, що відрізняються за діяльністю. Локалізація попиту та пропозиції, концентруючись на території, множинність відносин формує територіальну структуру ринку туристичних послуг.

Ритм ринку - це ознака стабільності ринкової діяльності, що фіксується територіальною структурою: стабільний ринок відповідає ритмічній

активності, відзначається невеликими коливаннями попиту, тому можна ранжувати елементи споживчого ринку у напрямку зменшення сезонності та збільшення ритму.

Таким чином, територіальна структура споживчого ринку формується за рахунок концентрації попиту та відповідної концентрації пропозиції посередників ринку туристичного продукту за рахунок зростання обсягу та структури попиту / пропозиції, що забезпечується ритмом та стабільністю споживача територіального ринку (точки, центри та вузли).

Розташування суб'єктів туристичного ринку, які є виробниками послуг, має переважно ресурсну орієнтацію. Їх діяльність полягає у формуванні туристичного продукту та організації його споживання на основі наявних ресурсів територіальних рекреаційних систем. ТРС формуються завдяки наявності природних та культурних комплексів, які приваблюють своїми властивостями (унікальністю, естетикою, різноманітністю тощо) і здатні завдяки розвитку інфраструктури задовольнити рекреаційні потреби населення. Рекреаційні потреби - це фізіологічні потреби у відпочинку. Кількість та зміст відпочинку залежить від наявності вільного часу, а осмислене дозвілля проводиться за інших об'єктивних умов відповідним способом життя, що включає або не включає подорожі для задоволення (туризм). За тривалістю відпочинку рекреація поділяється на короткочасну, яка проводиться протягом дня і охоплює відносно невелику площу, обмежену або замиською територією, або радіусом транспортної доступності, і довгу, яка практично не обмежена і є переважно туристична поїздка. Туристична діяльність в рамках короткочасного відпочинку стосується або виконання культурно-пізнавальної функції (екскурсії), або міської компенсації (прогулянки, пікніки тощо), або спорту та відпочинку (походи у вихідні дні), які проводяться переважно аматорськими та клубний туризм. Таким чином, рекреаційна діяльність - це своєрідна вибіркова діяльність людей у вільний час, яка має своє часове та просторове вираження. Тимчасове вираження пов'язане з ритмами життя і має тижневі, сезонні та

річні цикли, кожен з яких відповідає своєму виду туристично-рекреаційних заходів. Просторове вираження пов'язане з виявленням територій, що мають оптимальні на даному етапі соціально-економічного розвитку умови для здійснення туристично-рекреаційної функції, тобто спеціалізованих рекреаційних зон - ТРС. [40]

У міжнародній торгівлі розглядається понад 600 видів послуг, згрупованих у такі класифікаційні групи:

- 1) транспортне обслуговування з підрозділом на пасажирські та вантажні перевезення;
- 2) мандрівки ділові та особисті;
- 3) зв'язок;
- 4) будівництво;
- 5) страхування;
- 6) фінансові;
- 7) комп'ютерні, інформаційні послуги;
- 8) роялті та ліцензування;
- 9) інші бізнес послуги, такі як посередницькі, технічні, лізингові;
- 10) персональні, культурні та рекреаційні послуги;
- 11) послуги державних установ.

Треба зазначити, що ринок туристичних послуг займає провідну частину у міжнародній торгівлі.

Існує три рівні регулювання: національний, двосторонній, багатосторонній. Багатосторонні відносини на ринку послуг регулюються угодами в рамках міжнародних організацій ГАТТ / WTO (Загальна угода про тарифи та торгівлю / Всесвітня торгова організація), UNCTAD (Конференція ООН з питань торгівлі та розвитку) та спеціалізованих міжурядових організацій, таких як ICAO (Міжнародна організація для міжнародної торгівлі). цивільної авіації), IMO (Міжнародна морська організація), COT (Всесвітня організація туризму) та інші. Зокрема, ЮНКТАД проводить дослідження та розробляє рекомендації щодо конкретних секторів послуг,

обміну технологіями та передачею даних, сприяє узгодженій політиці у сфері "невидимих" статей платіжного балансу тощо.

На національному рівні, крім ринкових механізмів, існує певна державна політика регулювання у сфері послуг. Це стосується законодавчого регулювання порядку укладення угод, порядку створення та діяльності іноземних фірм на території держави, використання місцевих ресурсів. Державна система регулювання національного ринку послуг часто включає обмеження руху праці, капіталу, інформації та товарів, необхідних для діяльності в сфері послуг, обмеження прямих іноземних інвестицій, заборону на певні послуги іноземними фірмами, регулювання використання іноземної робочої сили, обмеження руху виробників чи споживачів послуг.

2.2 Нормативно-правове забезпечення функціонування розвитку світового ринку туристичних послуг

Основою нормативно-правового забезпечення функціонування національного ринку туристичних послуг, регулювання та управління розвитком туризму в Україні є закони України, укази Президента, накази Міністерства економічного розвитку і торгівлі, акти Кабінету Міністрів Міністри України, галузеві стандарти, міжнародні акти та інші нормативні акти. разом створюють умови для ефективної співпраці органів державної влади, органів місцевого самоврядування, місцевих органів влади, які регулюють туризм тощо, приватного сектору, а також розвитку туристичного бізнесу держави.

Для формування дієвих механізмів державного регулювання розвитку туризму в Україні слід проаналізувати регулювання цього ринку в інших країнах світу. Світовий досвід дає кілька типів моделей участі держави в організації та регулюванні розвитку туристичної діяльності. Як зазначають В.І. Биркович [10], М.П. Мальська [27], І.Я. Антоненко [8] та В.І. Гостюк [13], і ми з цим погоджуємося, для України, що вибрала європейський вектор

розвитку, слід запровадити модель управління, притаманну таким розвинутим європейським державам, як Франція, Іспанія, Великобританія, Італія. Суть такої моделі полягає в тому, що розвиток туризму в країні вирішується на рівні відповідного галузевого підрозділу конкретного багатогалузевого міністерства. У той же час підрозділ такого міністерства, яке відповідає за розвиток туризму в країні, здійснює свою діяльність у двох напрямках, а саме - вирішенні або регулюванні загальних питань державного регулювання (розробка правової бази, координація регіональних представницька та виконавча влада, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, збір та обробка статистичної інформації тощо) та спрямовує та координує маркетингові дії (участь у виставках та міжнародних асоціаціях у галузі туризму, управління туристичними представництвами своєї країни за кордоном тощо).

На сьогодні в Україні немає окремого міністерства, відповідального за туристичну галузь. За даними Всесвітньої організації туризму (UNWTO) у понад 80 країнах туризм відноситься до міністерств та відомств економічного блоку, у решті - до міністерств та відомств соціального блоку (Міністерство культури, навколишнього середовища, освіти, Інформація, археологія) [11]

Лише в деяких країнах сферу туризму відносять до транспорту чи інфраструктури (в Ірландії - Міністерство транспорту та туризму і спорту, в Японії - Міністерство земель, інфраструктури, транспорту та туризму) [10]. Україна також включена до цього списку. За останні кілька десятиліть в Україні не було створено єдиного органу, який би поступово формував правову основу для розвитку туризму.

Починаючи з 80-х років ХХ ст. центральними органами виконавчої влади у галузі туризму в Україні були: до 1988 р. - Головне управління УРСР з питань іноземного туризму; у 1989–1993 рр. не було центральної державної структури.

З 1993 по 1999 рік був Державним комітетом України з туризму (підпорядковувався Кабінету Міністрів України). Це вилучило діяльність

туристичних підприємств із тіньового сектору, розширило асортимент та покращило якість туристичних послуг. У 1997 році Україна стала повноправним членом Всесвітньої організації туризму. У період 1999–2001 рр. Центральним органом виконавчої влади з питань туризму був Державний комітет з питань молодіжної політики, спорту та туризму. Молодіжна та фізична культура та спортивні сфери відсунули сферу туризму на другий план. Тоді загальна ефективність туристичної галузі була найгіршою за всі роки незалежності. З 2001 по 2002 рік функціонував Державний департамент туризму, який тривав лише півроку, протягом якого нічого не було зроблено для сфери туризму. Наступним центральним органом виконавчої влади з питань туризму (2002–2005 рр.) Було Державне управління туризму, під час існування якого відбулися зміни у національному законодавстві щодо регулювання інвестиційної діяльності, функціонування туристичних підприємств та організацій, готельного бізнесу. Адміністрація розробила нормативно-правову базу щодо інвентаризації ресурсів туризму та відпочинку та розвитку сільського туризму, розробила правову базу для двостороннього співробітництва з країнами ЄС (Європейським Союзом), затвердила нову редакцію Закону України "Про туризм" (2003 р.) [1] , розроблено державну програму розвитку туризму на 2002–2010 роки та Програму розвитку туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей на 2004–2010 роки.

З 2006 по 2010 рік Міністерство культури та туризму при Державній службі туризму та курортів стало центральним органом управління галузі. Він адаптує законодавство України до відповідних Директив Європейського Союзу.

Внаслідок реорганізації центральних та урядових органів державної влади України (згідно з Постановами Президента від 9 грудня 2010 р. № 1085/2010 та 6 квітня 2011 р. № 370/2011, Постановою Кабінету Міністрів від 28 березня ц.р. 2011 р. № 346) у грудні 2010 року Міністерством було

створено інфраструктуру України з функціями реалізації державної політики у сфері туризму. Як і раніше, основна функція міністерства - управління транспортом і зв'язком, і до нього приєднується Державне агентство з туризму та курортів [10].

У 2014 році було ліквідовано Державне агентство України з туризму та курортів, його функції покладено на Міністерство інфраструктури України та Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, що призвело до багаторазової трансформації центрального органу виконавчої влади у туризм [31]. Таким чином, центральний орган виконавчої влади в галузі туризму не є постійним, а часті реорганізації не сприяють розвитку галузі.

На сьогодні органом, що здійснює управління сферою туризму, є Департамент туризму та курортів, який є самостійним структурним підрозділом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [6]. У той же час контроль за ринком туристичних послуг покладено на Міністерство економічного розвитку.

Основними завданнями Департаменту туризму та курортів, визначених наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України "Про затвердження Положення про департамент туризму та курортів" від 22 липня 2016 року № 1202, є розробка пропозиції щодо формування та реалізації державної політики в галузі туризму та курортів;

- реалізація пріоритетних напрямів державної політики у сфері туризму;
- забезпечення розробки та реалізації програм розвитку туризму та курортів;
- участь у представництві країни в міжнародних туристичних організаціях та міжнародних туристичних заходах; організація обліку туристичних ресурсів України;
- участь у створенні та обслуговуванні Державного кадастру природних медичних ресурсів, природних зон курортів;

- забезпечення ліцензування діяльності туроператора відповідно до законодавства;

- участь у стандартизації туристичних послуг та об'єктів туристичної інфраструктури; участь у здійсненні всебічного аналізу та прогнозування розвитку туризму та курортів тощо [5].

Українська модель державного регулювання ринку туристичних послуг дуже близька до британської, адже формування та реалізація політики у сфері туризму займається Департаментом туризму та курортів, а наглядові функції покладені на Міністерство економічного розвитку. Водночас не можна порівнювати "формування та реалізацію політики у сфері туризму" з "просуванням туристичного продукту". Це різні категорії, які передбачають використання різних інструментів. Просування туристичного продукту забезпечує результат у вигляді забезпечення стабільного ефективного попиту на національні туристичні послуги та лояльності клієнтів. Формування та реалізація політики у сфері туризму має на меті створення певних сприятливих умов для функціонування ринку туристичних послуг [31].

Розглянувши особливості та визначивши проблеми державного регулювання розвитку туризму в Україні, можемо запропонувати наступні концептуальні завдання державного регулювання на сучасному етапі розвитку ринку туристичних послуг:

- гармонізація внутрішнього законодавства, що відрізняється від стандартів Європейського Союзу;

- доступ до поточної законодавчо основної діяльності та тенденцій розвитку туристичної галузі;

- відома окрема організація, яка буде використовувати міжнародне виробництво туризму на міжнародному ринку;

- прийняття таких нормативних актів, що регулюють діяльність певних видів туризму, наприклад, соціального, сільського, гірського, релігійного;

- запровадження спеціального режиму інвестування для сприяння будівництву та реконструкції готелів та іншої туристичної інфраструктури,

що сприятиме іноземним та вітчизняним інвесторам інвестувати в туристичну галузь;

- впровадження практики прямого фінансування з державного та місцевих бюджетів заходів з розвитку туристичної інфраструктури;

- надання державних позик на реставрацію пам'яток культури та започаткування туристичної діяльності;

- створення єдиної туристичної інформаційно-аналітичної бази даних, яка б містила інформацію про історичні та культурні об'єкти, туристичні напрямки, туроператори, туристичні агенції, готелі, ресторани, перевізники тощо.[31]

Основи сучасного правового регулювання туризму в Україні закладені Законом України "Про внесення змін до Закону України" Про туризм "від 19 листопада 2003 р. [53] Документ чітко визначає загальні правові, організаційні та соціально- економічні засади державної туристичної політики країни та регулюють відносини, пов'язані з організацією та проведенням туристичної діяльності в Україні. Закон також окреслює правові основи структури галузі та її функціонування, завдання державного регулювання, пріоритет напрями державної політики у сфері туризму.

Крім того, Закон вдосконалює та конкретизує визначення ряду основних туристичних термінів, розширює та чітко окреслює суб'єкти правових відносин у туризмі та уточнює зміст господарських операцій, які вони проводять, перераховує необхідні заходи щодо забезпечення безпеки туристів у їхні суб'єкти обслуговування туристичного бізнесу. Варто зазначити, що відповідно до закону суттєво розширюються права асоціацій суб'єктів туристичного ринку та некомерційних організацій, які також мають можливість створювати власні стандарти туризму, готельних, екскурсійних та інших послуг, формуючи при цьому свої систем. контроль якості такої діяльності. Це перевага нового закону та сприяє розвитку туризму в Україні.

Водночас слід зазначити, що Закон має низку суттєвих недоліків, які перешкоджають розвитку внутрішнього ринку туристичних послуг. Зокрема,

ми повністю погоджуємось з думкою, що, як це підтверджено ретельним аналізом правоохоронної практики чинного Закону, його положення "сприяють надмірному та невиправданому втручанню держави в бізнес, обмежують законні права та свободи туристичного бізнесу; порушують принцип свободи договорів; штучно створювати умови для зловживання монопольним становищем на туристичному ринку України, забезпечувати незаконне обмеження конкуренції та недобросовісну конкуренцію; є серйозною перешкодою для розвитку малого та середнього бізнесу в туризмі та не сприяють до створення додаткових робочих місць”[60].

Слід зазначити, що це не сприяє створенню якісного інтегрованого національного туристичного продукту та застосуванню положень Закону про "ексклюзивну діяльність туроператорів", який забороняє туроператорам діяти в інших галузях туризму промисловість. Такі заходи державної політики обмежують можливості залучення внутрішніх інвестицій, які фактично можуть бути використані для будівництва нової та реконструкції існуючої туристичної інфраструктури. Варто зазначити, що законодавство будь-якої європейської країни не містить такої заборони, навпаки, туроператорів рекомендують працювати в інших сферах туризму.

Цей правовий конфлікт, а також негативні наслідки, спричинені цим положенням, можна подолати, вилучивши норму із закону про так звану "ексклюзивну діяльність туроператора", лише негайно створивши реальні правові механізми для заохочення вітчизняних туроператорів до придбання та модернізувати туристичну інфраструктуру в Україні: надання таких податкових пільг, як: зниження ставки ПДВ на період модернізації та реконструкції туристичних об'єктів, зведення до мінімуму бюрократичної процедури отримання дозволів, ліцензій, погоджень, звільнення від сплати ПДВ на імпортне обладнання тощо.

Значно обмежують ефективність аналізованого законодавства документують, на нашу думку, положення, які забороняють туристичним агенціям здійснювати операції на користь нерезидентів, тобто обслуговувати

іноземних туристів. Зокрема, згідно з чинним законодавством, умовою здійснення туристичної діяльності у сфері в'їзного туризму є фінансова забезпеченість суб'єкта господарювання у розмірі 10 тис. Євро, що перевищує можливості більшості малого та середнього туризму бізнесу. У той же час фінансова гарантія для турагентів становить лише 2 тис. Євро, що значно активізує розвиток внутрішнього та виїзного туризму як пріоритетного напрямку діяльності на ринку туристичних послуг в Україні. За таких нерівних умов значна кількість вітчизняних підприємств здатні залучати до свого бізнесу іноземних туристів.

Нерозумно великі фінансові гарантії (згідно із Законом фінансова безпека цивільно-правової відповідальності туроператорів у сфері міжнародного туризму становить 20 тис. Євро.) Не лише спричиняють "затінення" туризму, але й безпосередньо посилюють процеси монополізації в внутрішній ринок туристичних послуг. що, в свою чергу, створює значні перешкоди для розвитку малого та середнього бізнесу в туризмі, створення додаткових робочих місць.

Впровадження напрямків та виконання завдань з розвитку туризму та курортної діяльності, визначених Державною цільовою програмою розвитку туризму та курортів на 2011-2015 роки, покликаної збільшити приплив внутрішніх туристів на 10% щорічно; збільшення потоку туристів, що прибувають, на 2 мільйони людей щорічно; збільшення обсягу наданих туристичних послуг до 150 млрд грн; збільшення частки туристичної та курортної діяльності у ВВП до 5%; подвоєння кількості ночей у вітчизняних готелях та інших приміщеннях тимчасового розміщення; значне підвищення ефективності маркетингової та інформаційної політики для підтримки національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках туризму; узгодження технічних та функціональних показників якості вітчизняних туристичних об'єктів та туристичної інфраструктури із сучасними вимогами, директивами ЄС та рекомендаціями UNWTO [16].

2.3 Вплив фінансових важелів на розвиток міжнародного туристичного бізнесу

Туризм в світовій економіці являється одним з провідних і найбільш динамічних галузей із-за швидкого росту. К.В. Константинова в одній із своїх праць наводить дані про те, що у багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, внесок у валовий дохід яких складає 20-45%, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти [21].

Фінансове забезпечення туристичної галузі – це створення сприятливого середовища щодо виділення, розподілу та залучення фінансових ресурсів для розвитку туризму.

Фінансове забезпечення туристичної галузі має ряд специфічних рис, пов'язаних перш за все з механізмом її функціонування. В основному ця галузь потребує фінансування в суміжні сфери діяльності (готельне та ресторанне господарство, транспорт, розважальну інфраструктуру, народні промисли та ін.), а з іншого боку соціальний ефект туризму полягає в тому, що оновленою інфраструктурою користуються не лише туристи, а й місцеве населення.

Джерелами фінансування туристичної галузі виступають:

- державний бюджет;
- місцеві бюджети.

З метою розширення фінансової підтримки туристичної галузі з місцевих бюджетів, потрібно [50]:

– поступово розширювати перелік інструментів, якими користуються місцеві органи влади для збільшення коштів на уроки. Це включає залучення інвестицій та розширення ринків кредитування поточних потреб (зокрема, у сфері житлово-комунальних послуг для фінансування обслуговування мереж водопостачання, ремонту будівель) та доступу до фінансових ринків;

- поширювати програмно-цільовий метод складання та виконання місцевих бюджетів з метою підвищення прозорості та ефективності використання бюджетних коштів;

- впорядкувати міжбюджетні відносини, збільшити частку цільового фінансування, забезпечити формування горизонтальних міжбюджетних відносин;

- забезпечити розширення бази доходів місцевих бюджетів, перерахування акцій окремих загальнодержавних податків (податок на прибуток підприємств; запровадження податку на нерухомість), пошук позабюджетних фінансових ресурсів.

- запровадження механізмів, які б регулювали спрямування коштів на реалізацію інноваційно-інвестиційних програм розвитку та модернізації виробництва, транспортної інфраструктури регіонального значення та створення нових робочих місць.

- приватні інвестиції;

- міжнародна допомога.

Одним з основних джерел фінансування у сфері туризму є бюджетне фінансування в межах видатків, передбачених у державному бюджеті на відповідний рік. Державна політика у сфері регулювання фінансового забезпечення туризму не є систематичною та поступовою, постійно коливається між потребою інвестувати в туризм та прагненням зменшити видатки бюджету. Незначні обсяги бюджетного фінансування туристичної галузі очевидні.

Для забезпечення діяльності туристичних підприємств можливі різні варіанти фінансування. Але для забезпечення добросовісної конкуренції між підприємствами необхідно використовувати такі варіанти фінансування:

- пільгове кредитування;

- спрощена процедура кредитних проектів;

- страхування ризику;

- зниження процентних ставок;

– залучення додаткових ресурсів [14].

В той же час важливу роль у створенні сприятливого середовища у сфері туризму повинна відігравати держава. Виділяють такі державні важелі фінансового характеру щодо розвитку туристичної галузі [25]:

– фінансово-кредитні, спрямовані на створення сприятливого фінансово-кредитного середовища для розвитку підприємницької діяльності у туристичній галузі (мікрокредитування, пільгове кредитування, державне субсидіювання, лізинг, тренінги з фінансовокредитних питань для туристичних підприємств). Схема формування фінансово-кредитного механізму подано на рис. 6 [25].



Рис. 6. Формування фінансово-кредитного механізму

Джерело: Побудовано за даними Механізм державного управління туристичною галузю (регіональний аспект): наукова розробка / М.Біль, Г.Третяк, О.Крайник – К.: НАДУ 2009.

– податкові – передбачають оптимізацію кількості податків для підприємств туристичної галузі, надання податкових пільг під конкретні проекти, які спрямовані на вирішення регіональних і соціальних проблем, інвестування у туристичну галузь (податкове регулювання, оптимізація кількості і величини податків у туристичній діяльності; створення

сприятливих умов для залучення інвестицій; бюджетне фінансування програм розвитку туризму; надання податкових пільг) [25].

Одним з найобґрунтованіших методів, що найчастіше використовуються у туристичній діяльності, для одержання доходів є диверсифікація.

1. Диверсифікація видів туристичної діяльності (використання альтернативних можливостей одержання доходів від різних видів послуг).

2. Диверсифікація контрагентів. Туроператори здійснюють її, укладаючи контракти з декількома мережами готелів, перевізниками, страховими компаніями; створюють широку мережу турагенцій.

3. Диверсифікація портфеля цінних паперів. У разі інвестування у різні цінні папери декількох підприємств зростає ймовірність отримання доходу і зниження рівня ризику втрати прибутку.

4. Диверсифікація депозитного портфеля. За наявності тимчасово вільних коштів у підприємства туристичної індустрії їх можна розмістити на депозитне зберігання в різних банках.

Також не треба забувати про інвестування. Інвестування в туризм є важливою умовою розвитку туристичних ринків, розширення їх можливостей та масштабів, підвищення якості наданих послуг.

Інвестиції відіграють важливу роль в управлінні розвитком туризму як в країні в цілому, так і в регіонах. Обсяги інвестицій мають бути проаналізовані та прогнозовані в процесі розробки заходів щодо формування матеріально-технічної бази туризму, схем розміщення та розвитку туристичних об'єктів, податкового прогнозування, формування банків даних туристичних інвестиційних проєктів, заходів щодо стандартизації, сертифікація туристичної продукції, ліцензування туристичної діяльності. планування зайнятості та доходів, розвиток інфраструктури.

На макроекономічному рівні інвестиції складають основу майбутнього зростання та економічного розвитку. На мікрорівні, рівні туристичних підприємств, інвестиції сприяють розширенню спектру туристичних послуг,

запобіганню надмірного морального та фізичного зносу основних фондів підприємств, підвищенню технічного рівня туристичних послуг та якості та забезпеченню конкурентоспроможності туристичні послуги.

Сфера туризму є каталізатором економічного розвитку країни, оскільки надає стимулюючий вплив на розвиток галузей економіки (транспорт, зв'язок, виробництво товарів народного споживання тощо).

Питання фінансового забезпечення інвестиційної діяльності туристичних підприємств набуває важливого значення.

При вивченні фінансової безпеки підприємств у сфері туризму, необхідно дотримуватися системного підходу, оскільки він забезпечує комплексне вивчення фінансової безпеки в цілому із поданням механізму його функціонування.

При дослідженні сутності поняття "фінансове забезпечення підприємств сфери туризму" із використанням системного підходу слід зважати на такі особливості:

- сфера туризму потребує фінансування у суміжні сфери діяльності (готельне та ресторанне господарство, різні види транспорту та його інфраструктуру, заклади розваг, народні промисли та ін.);

- здійснюється соціальний ефект: модернізована інфраструктура використовується не лише туристами, а й місцевим населенням;

- наявність "мультиплікаційного ефекту", що передбачає збільшення сумарного ефекту від вкладення інвестицій на регіональному (державному) рівні;

- туристичні фірми, з одного боку, здійснюють виробництво туристичного продукту, з іншого - здійснюють комерційну діяльність пов'язану з реалізацією туристичного продукту та окремих послуг туризму;

- за умов високої оборотності капіталу в сфері туризму при невеликих витратах забезпечується високий прибуток, за рахунок якого зростають платежі до бюджету;

– сфера туризму є одна з найбільш мобільних сфер підприємницької активності, чим приваблює значну кількість підприємців з невеликим стартовим капіталом. Термін окупності інвестиційних проектів в сфері туризму складають 2-4 роки;

– фінансове забезпечення сфери туризму не може відбуватися без розроблених та затверджених державних або місцевих програм розвитку туризму;

– структура та склад фінансових ресурсів, а також джерела формування завдяки особливості грошових потоків та боргу між суб'єктами туристичного ринку. Це виправдано тим, що між продажем послуг та їх споживанням існує значний проміжок часу;

– складність чіткого визначення кількісного ефекту від підвищення привабливості туристичного об'єкту після інвестування в нього;

– туристичні об'єкти, в основному створені природою або попередніми поколіннями, і до них потрібно ставитися обережно.

Стратегічною метою фінансової підтримки інвестиційної діяльності туристичних підприємств є забезпечення її прогресивного розвитку шляхом підтримки стійкості та рівноваги, а також підвищення конкурентоспроможності. Тому стратегічними пріоритетами фінансової підтримки є:

– розвиток конкурентного ринку туристичних послуг шляхом модернізації та розбудови інфраструктури;

– розвиток і вдосконалення інноваційних стратегій інвестиційної діяльності з використанням національного туристичного потенціалу;

– забезпечення високого рівня фінансової само# статності кожного суб'єкта інвестиційної діяльності в сфері туризму;

– розвиток інфраструктури сфери туризму (готельне господарство, рекреаційно-курортне господарство та туристичні зони, транспортна інфраструктура туризму, об'єкти туристичного призначення, екскурсійна

діяльність, підтримка маркетингової діяльності та інформаційного забезпечення сфери туризму);

- удосконалення системи страхування інвестиційних проєктів у сфері туризму.

Таким чином, дослідивши сутність та проаналізувавши різні точки зору щодо визначення фінансового забезпечення інвестиційної діяльності підприємств сфери туризму, можемо розглядати його як:

- система фінансування, яка полягає у формуванні фінансових ресурсів, достатніх для здійснення ефективної інвестиційної діяльності підприємств у сфері туризму;

- оптимальне поєднання різних елементів фінансової підтримки інвестиційних суб'єктів туристичних підприємств;

- ефективне використання фінансових ресурсів у сферах розвитку інвестиційної діяльності підприємств сфери туризму;

- збільшення можливостей використання інноваційних фінансових інструментів для забезпечення інвестиційної діяльності туристичних підприємств шляхом розширення їх кількості та якості.

Економічний зміст фінансових ресурсів підприємств у галузі туризму не відрізняється від відомих визначень фінансових ресурсів. Виділення фінансових ресурсів, спрямованих на інвестиційну діяльність туристичних підприємств, здійснюється у напрямку їх використання (розширення та розвиток підприємства, розвиток нових сегментів ринку та виробництво туристичних товарів та послуг, впровадження інформаційних технологій, придбання фінансових та нематеріальні активи).

Найбільш змістовним є визначення джерел фінансування туристичної діяльності в Законі України "Про туризм":

- власні фінансові ресурси суб'єктів туристичної діяльності, грошові внески громадян та юридичних осіб;

- позикові кошти (облігаційні позики, банківські та бюджетні позики);

- безоплатні та благодійні внески, пожертви підприємств, установ, організацій та громадян;
- позабюджетні фонди; кошти Фонду розвитку України, який формується за рахунок відрахувань суб'єктів господарювання незалежно від форм власності; іноземні інвестиції;
- надходження від туристичних лотерей;
- інші джерела, не заборонені законодавством України [1].

Також можна запропонувати структурну схему системи фінансового забезпечення інвестиційної діяльності підприємств сфери туризму (рис. 7).

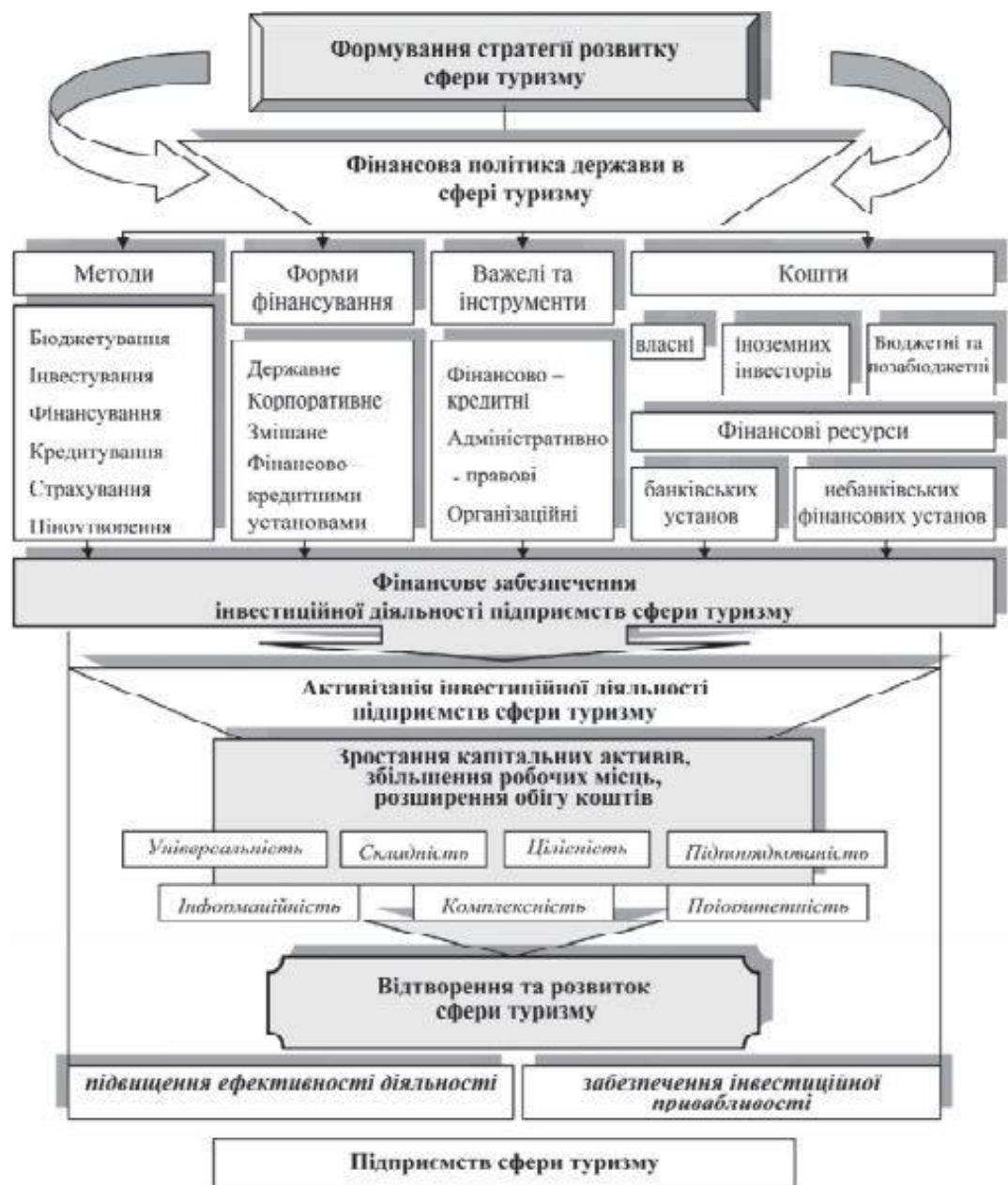


Рис. 7. Формування системи фінансового забезпечення інвестиційної діяльності підприємств сфери туризму.

Джерело: Григор'єва Я.В. Фінансове забезпечення туристичної галузі: стан та проблеми /Я.В. Григор'єва//Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ.

Про особливості формування системи фінансового забезпечення інвестиційної діяльності свідчать універсальність, цілісність та інші важливі критерії.

Висновки до розділу 2

Отже, процес формування системи фінансового забезпечення інвестиційної діяльності туристичних підприємств полягає у всебічному забезпеченні достатніх фінансових ресурсів у процесі відтворення та розвитку туризму за рахунок використання державних та приватних джерел фінансування, прямого фінансування та непрямих стимулів для збільшення капіталу активи, збільшення місць працівників та розширення обігу коштів (або підвищення ефективності та інвестиційної привабливості туристичних підприємств).

Загалом, нормативно-правова база управління та регулювання розвитку туризму вимагає вдосконалення, систематизації, коригування та гармонізації основних елементів, а також порівняння з міжнародним правом. Незважаючи на прийняті закони та постанови, важливе завдання залишається невиконаним - об'єднати найбільш важливі суміжні галузі в одну гармонійно функціонуючу туристичну галузь. Це стосується в першу чергу до курортного компонента. Відсутність єдиного регулюючого та наглядового органу призвело до погіршення матеріально-технічної бази туристичних, оздоровчих та курортних закладів, якість прийому та обслуговування в більшості з яких не відповідає міжнародним стандартам.

Також слід не забувати, що елементи територіальної структури туристичного ринку формуються за рахунок концентрації попиту та відповідної пропозиції, локалізованої в дискретних елементах територіальної структури споживчого ринку та ринку посередника та виробника-виробника туристичних та екскурсійних послуг, а також в ареальних елементах ринку рекреаційних туристичних послуг. Різноманітність елементів та їх форми, чітка структура вимагають своєї типології. Типологія елементів транспортного засобу туристичного ринку базується на рівні територіальної концентрації, спеціалізації та складності.

Також національний ринок туризму побудований відповідно до умов розвитку туристичної галузі відповідно до закону абсолютних та відносних переваг (наприклад, концентрація природних та культурно-історичних пам'яток світової спадщини та регіонального значення за наявності прямого транспорту, прийнятний комфорт та ціни на туристичні продукти). різноманітність його пропозиції). Його складний і пропорційний розвиток є результатом балансу між внутрішнім та міжнародним туризмом та його складовими, а також між місцевими ринками туризму.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ УЧАСТІ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

3.1 Оцінка стану розвитку міжнародного туризму України

Останніми роками міжнародний туризм набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. Як правило, міжнародна торгівля послугами розглядається невідривно від міжнародної торгівлі товарами, а під міжнародною торгівлею розуміють торгівлю як товарами, так і послугами. Одним із найважливіших аспектів, який посилює важливість міжнародного туризму для України, є постійна інтенсифікація попиту на туристичний продукт міжнародного ринку послуг. Зростання попиту на туристичні послуги та динамічність сучасної економіки спричинили появу та посилення надзвичайної конкуренції на міжнародному туристичному ринку [57].

Міжнародний туризм є головним джерелом надходжень до бюджету більше, ніж у сорока країн світу. Україна має великий потенціал у цій сфері, але, на жаль, не має достатнього регулювання, причому на різних рівнях. В Україні для цього є абсолютно всі умови: географічне розташування, наявність величезної кількості культурних та природних заповідників, відносно невелику, але розвинену туристичну інфраструктуру, яка на даний час налічує 4500 засобів розміщення, шість природних курортних територій України, що мають унікальні природні лікувальні ресурси, – це Хмільник, Миргород, Бердянськ, Скадовськ та ін., сім культурно-архітектурних та природних об'єктів, які включені до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Оцінка внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування українського ринку туристичних послуг, яка полягає у визначенні стану

розвитку економіки в цій галузі та чинників, що впливають на розвиток національної туристичної галузі, передбачає добір, аналіз та оцінку внутрішніх і зовнішніх економічних, політичних, соціальних, природних та інших умов і чинників, які впливають на розвиток національного ринку, його місце та роль на регіональному і світовому ринках.

Загальна схема дослідження виглядає таким чином: на першому етапі добираються чинники, визначаються їхні факторні ознаки та параметри (кількісні та якісні); на другому етапі чинники розподіляються на ті, що впливають переважно на розвиток внутрішнього ринку, і ті, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність; на третьому етапі зазначені чинники, розподілені за параметризованими факторними ознаками, розподіляються відповідно до характеру впливу на стимулюючі, стабілізуючі та лімітуючі(рис.8).[22]

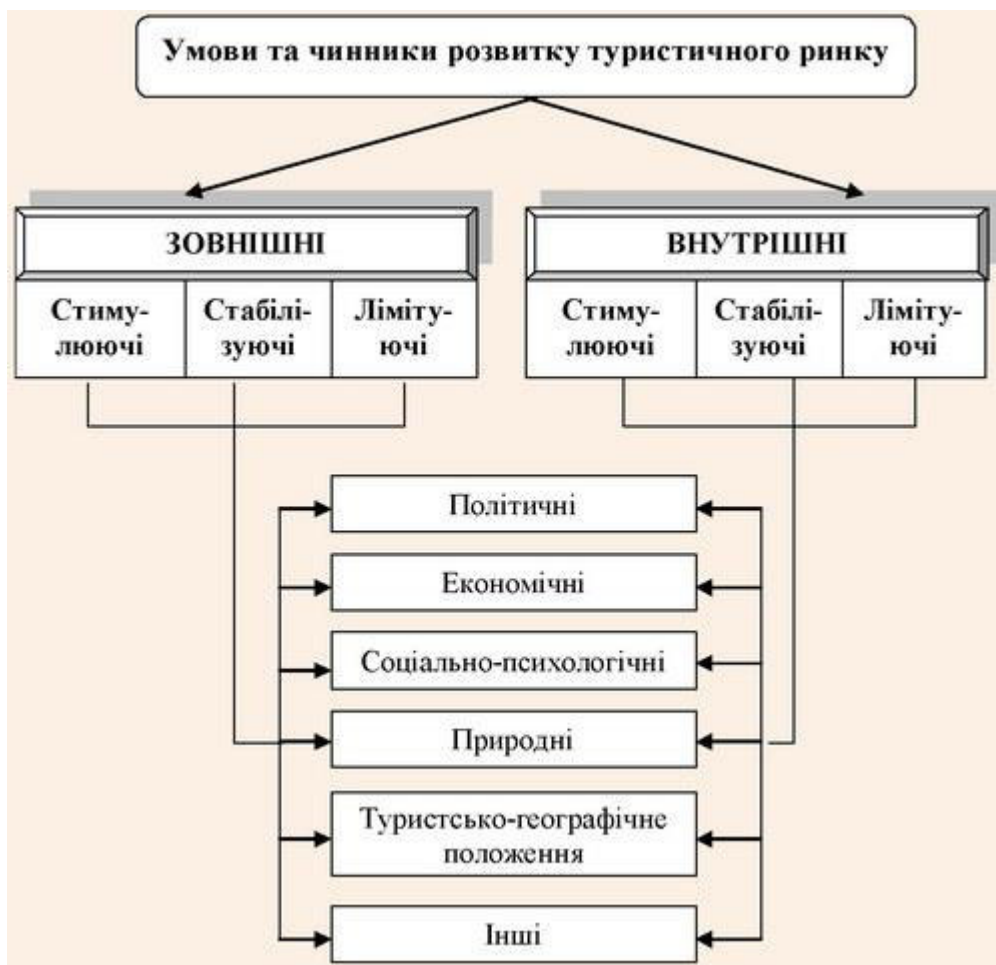


Рисунок 8. Схема оцінки умов та чинників функціонування національного ринку туристичних послуг

Джерело: Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти).

За даними Туризму і курортів України, у 2017 році Україну відвідало 14 229 642 іноземних громадян, з службові, ділові та дипломатичні поїздки здійснило 88 976 чоловік, туристичні – 38 958, приватні – 13 741 653, імміграція - 4 027, культурний та спортивний обмін – 348 867 осіб.[51]

Виходячи з цього, отримано дані про туристичні потоки України, що відображено в таблиці 3. З метою дослідження тенденцій саме туристичних потоків, бралися до уваги громадяни, для яких метою виїзду з країни або в'їзду був туризм.

Таблиця 3

Туристичні потоки України за 2014-2018 рр.

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну	Кількість туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності України	Із загальної кількості туристів		
				Іноземні туристи	Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	Внутрішні туристи
2014	22437671	12711507	2425089	17070	2085273	322746
2015	23141646	12428286	2019576	15159	1647390	357027
2016	24668233	13333096	2549606	35071	2060974	453561
2017	26437413	14229642	2806426	39605	2289854	476967
2018	28543123	14945468	4557447	75945	4024703	456799

Джерело: Побудовано за даними Адміністрації Держприкордонслужби України

Примітка: дані без урахування АР Крим та міста Севастопіль, Донецької та луганської області.

Ці дані дають підстави оцінити поточну ситуацію як незадовільну та неконкурентоспроможну. Причинами цього стану є те, що основний матеріально-технічний комплекс є застарілим, інфраструктура потребує реконструкції та відновлення, рівень сервісу не відповідає міжнародним стандартам, індустрія розваг фактично не розвинена та не організована, багато пам'яток культури та історії занедбано, низку проблем екологічного, соціального та економічного характеру не вирішено [56]. Також негативно впливає на розвиток туризму в Україні напружена політична ситуація. Анексія Криму, події на сході та півдні України вже сьогодні спричинили зміни в структурі та об'ємах в'їзних і внутрішніх туристичних потоків. Окупація Криму призвела до втрати близько 30% рекреаційно-туристичного потенціалу. Відповідно, частина українських туристів, яка надавала перевагу відпочинку біля моря, змушена їхати за кордон або відмовитися від такого виду відпочинку.

Незважаючи на те що в'їзний туризм стримують багато факторів: політична й економічна нестабільність, унаслідок цього скорочення маршрутів, відсутність необхідної матеріальної бази, негативна інформація про суспільний і політичний стан в Україні та багато інших, країна все ж має передумови і потенціал у розвитку міжнародного туризму. Багаті природні, історико-культурні, трудові ресурси здатні стимулювати інтерес у вітчизняних та іноземних туристів.

Також можна виділити позитивні умови для успішного розвитку туристичної сфери, приведуть до таких позитивних зрушень:

- розвиток міжнародних зв'язків;
- економічне зростання;
- забезпечення новими робочими місцями;
- територіальний та інфраструктурний розвиток;
- задоволення культурних потреб іноземних громадян та національних туристів;

- створення сприятливих умов для збільшення доходів сільського населення України завдяки розвитку сільського туризму тощо [70].
- Україна може скласти конкуренцію іншим державам, адже вона має три основні пріоритети:
 - зручне географічне розташування;
 - висококваліфіковані кадри медичних працівників;
 - доступну вартість медичних послуг, набагато нижчу, ніж вартість таких послуг в інших країнах світу.

Кабінет міністрів України у 2017 році ухвалив Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року[2]. 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.

Але наразі весь світ заповнила пандемія COVID-19, яка забороняє вільно переміщатися світом, так і в середині країни. Наразі в Україні карантин, який був початий в березні 2020 року. Через це країни несуть великі збитки, бо туристична галузь консервується на невизначений термін.

Уряд України оцінює втрати імпорту та експорту туристичних послуг від пандемії коронавірусу COVID-19 в 1,5 млрд доларів. Про це повідомляє Кабмін. Міністерство культури і інформаційної політики разом з профільним комітетом ВР розробили законопроект №3377, яким, зокрема, пропонують:

- 1) звільнити операції з надання туристичних послуг від сплати:
 - податку на додану вартість;
 - податку на прибуток та ЄСВ;
 - земельного податку та податку на нежитлову нерухомість;
- 2) скасувати туристичний збір до кінця 2020 року;
- 3) ввести податкові пільги на оплату оренди та землю державної та комунальної власності [3].

В умовах виконання рішень РНБО від 13.03.2020 через заборону перетину кордонів зупиниться потік туристів в Україну на невизначений час. Індустрія гостинності світу і зокрема України стоїть на порозі катастрофічної кризи – фактично відсутні джерела для утримання персоналу, виплати соціальних внесків та пенсійних нарахувань, оплати комунальних та орендних платежів, поточних зобов'язань.[4] Фахівці Всеукраїнської федерації роботодавців в сфері туризму та представники галузі переконані, що президент як гарант Конституції мав би забезпечити конституційне право на працю, доручивши уряду здійснити фінансування за рахунок спеціальних фондів Державного бюджету України наступних видатків – фонд заробітної плати, включаючи відрахування, комунальні платежі та інші витрати, пов'язані з використанням та утриманням підприємств туристичного бізнесу.

Туристична галузь входить у кризу, найглибшу в її історії, а виходитиме з неї не один рік. Попри це, туризм поступово «відходить від карантину» і українці невдовзі отримають змогу подорожувати в деякі країни. Однак через «коронакризу» мандрівки вже не будуть такими, як раніше, зміниться все: від вимог безпеки і умов відпочинку, до цін на тури.

Уряд України потроху починає відмінити обмежувальні заходи через пандемію коронавірусу. На черзі відновлення регулярного пасажирського

авіасполучення, яке планується дозволити з 15 червня. Україна зараз активно веде перемовини з іншими країнами щодо відкриття кордонів для літаків.

3.2 Економічна ефективність участі України у світовому ринку послуг

За часи незалежності, коли міжнародні туристичні обміни перестали регламентуватися державою, а міжнародний туризм перестав розглядатися передусім як засіб ідеологічного впливу, а став галуззю сфери послуг національної економіки і складовою її зовнішньоекономічної діяльності, обсяги міжнародного туризму значно зросли і відбувся зворотній процес: переважання міжнародного туризму над внутрішнім, а в міжнародному туризмі - виїзного (зарубіжного) туризму. Такою тенденція залишається й посьогодні. Частково така ситуація пояснюється саме економічними причинами, коли більшість туристичних поїздок була спрямована не на відпочинок, культурно-пізнавальні чи спортивно-оздоровчі цілі, а мала комерційний характер.

Україна на ринку міжнародного туризму виступає поки що як країна-генератор туристичних потоків. Основні обміни країна здійснює в межах субрегіонального ринку з країнами-сусідами Росією, Молдовою, Білоруссю, Польщею, Угорщиною, Словаччиною, які виступають і як генератори основних туристичних потоків в країну (в'їздний туризм), і як реципієнти для українських туристів (виїздний туризм). На сусідські обміни припадає в середньому за останні роки біля 65 % від загального обсягу міжнародних туристичних потоків.

Поступові зміни на краще в економічній ситуації та певні зрушення на шляху поліпшення матеріального становища населення створили об'єктивні передумови розвитку позитивного для туристичної діяльності ринкового середовища. Позитивні результати дала й державна туристична політика,

перш за все через впровадження системи ліцензування, що посилило контроль за якістю туристичного обслуговування.

Зовнішньоекономічна діяльність має неабиякий вплив на економіку країни. Розглянемо та проаналізуємо реальний стан зовнішньоекономічної діяльності України у сфері надання послуг. Для аналізу потрібно враховувати такі аспекти:

1. Динаміку розвитку експортних операцій з надання послуг;
2. Географічну структуру міжнародних операцій з надання послуг;
3. Стан структури зовнішньоекономічної торгівлі послугами.

Для проведення аналізу зовнішньоекономічної діяльності України пропонуємо переглянути експортно-імпортні операції з надання послуг за 2015-2019 рр(табл. 4).

Таблиця 4

Обсяги експорту-імпорту послуг за 2015-2019 рр., млн дол. США

Показник	Рік				
	2015	2016	2017	2018	2019
Експорт послуг	9736,6	9868,0	10714,3	11637,9	15628,9
Імпорт послуг	5523,0	5326,5	5476,1	6308,8	6942,2
Сальдо	4213,6	4541,5	5238,2	5329,9	8687,7

Примітка: Розраховано за даними Державної служби статистики [54]

Протягом останніх п'яти років спостерігається позитивна динаміка. Спостерігається збільшення сальдо зовнішньоторгівельного балансу.

У 2018 році найбільшу частку у географічній структурі експорту займали країни Європи, друге місце – країни СНД. Досить значну частку займали країни з невизначеним статусом (держави, визнані ООН, але окуповані іншими державами – Західна Сахара, Палестина; держави, дефакто незалежні, але (майже) ніким не визнані: Абхазія, Нагірний Карабах,

Придністров'я, Північний Кіпр (визнаний тільки Туреччиною), Сомалі-ленд, Південна Осетія).

За даними Державної служби статистики, найбільшими споживачами послуг із країн ЄС є: Німеччина (16,9%), Велика Британія (16,5%), Кіпр (11,6%), Нідерланди (7,1%), Польща (5,1%). Це пов'язано з тим, що в Україні основним державним пріоритетом проголошено євроінтеграцію [33].

Як правило, структуру міжнародної торгівлі розглядають з двох боків: з погляду географічного розподілу (географічна структура) і з погляду товарного наповнення (товарна структура). Географічна структура міжнародної торгівлі становить собою розподіл експорту-імпорту між окремими країнами та їх групами, що класифікуються за територіальними або організаційними ознаками.

Зовнішня торгівля послугами у світовій практиці має такі особливості:

1). розвинуті країни:

- помірна відкритість торгівлі та ефективний механізм державної підтримки розвитку послуг;

- інновації експорту та імпорту послуг - фінансових, інформаційних та ділових;

2). країни, що розвиваються:

- основними видами експорту послуг є транспорт, туризм та фінанси (офшорні);

- наявність негативного сальдо у зовнішній торгівлі послугами;

- зростання залежності зовнішньої торгівлі послугами від зовнішніх детермінант.[30]

Загальній структурі зовнішньої торгівлі України частка послуг залишається незначною порівняно з часткою товарів. За даними 9 місяців 2018 р. сукупний товарообіг більше, ніж обіг послуг у 5,85 разів [58;62]. До того ж, нагадуємо, що третина українського експорту є сировинною. За даними дослідження відомого on-line сервісу YouControl, його здійснюють 20 українських компаній, які видобувають залізні руди, виробляють чавун,

сталь, феросплави, торгують зерном, необробленим тютюном, насінням та кормами для тварин [63]. Що стосується послуг, то у структурі їх експорту теж переважають ті, які наближені до матеріального виробництва. Це, за даними січня – вересня 2018 р., послуги транспорту (49,3%) і послуги з переробки та експорту матеріальних ресурсів (18,5%). Останні, до речі, збільшилися на 57% порівняно з відповідним періодом 2017 р. [58]. Швидко розвивається сегмент контейнерних перевезень. Водночас експорт чистих нематеріальних послуг значно відстає. Так, за даними 9 місяців 2018 р., частка послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг дорівнює поки що 16,7%, ділових послуг – 8,1% від загального обсягу послуг [58]. Така структура послуг не є відображенням постіндустріальних тенденцій, за винятком, коли вони збільшуються під впливом Інтернету. О. Ю. Шевченко правильно зазначає: «Використання Інтернету активізувало діяльність у таких традиційних послугах як торгівля, освіта, зв'язок, переклад тощо» [34].

Серед позитивних тенденцій структурної перебудови експорту України треба окреслити також прискорення темпів зростання за 2017 р. та 9 місяців 2018 р. відповідно комп'ютерних (111,0%, 120,2%), інформаційних (100,9%, 114,6%) та професійних і консалтингових послуг (102, 3%, 116,9%) [58]. Стрімко зростає експорт ІТ-послуг, особливо у ЄС. За даними представника Європейської комісії, він досягає приблизно 3 млрд євро на рік [64]. Тільки за 2017 р., тобто одразу після укладення угоди про зону вільної торгівлі з Канадою, експорт у цю країну виріс значно швидше, ніж експорт України загалом. Разом із тим поки що частка сектору ІТ-послуг у ВВП не перевищує 3%. Для її збільшення необхідні усунення бюрократичних перешкод та створення єдиного ланцюжка ІТ-системи – удосконалення законодавства, підвищення ефективності державних замовлень, податкового регулювання. Має змінюватися система освіти майбутніх фахівців. Попит на них навіть у національній економіці зростає швидше, ніж зростання кількості випускників ЗВО України та рівня їх підготовки. А на якість експортованих послуг

впливає також ступінь її відповідності мовному та культурному середовищу споживача, тому відіграють роль не тільки професійні знання випускників, але й добре володіння іноземними мовами. Перешкодою для зростання експорту ІТ-послуг є навіть відсутність потрібної транспортної інфраструктури, зокрема прямих рейсів між аеропортами великих міст (наприклад, Харкова) і популярними аеропортами – вузловими пунктами (Амстердам, Париж, Мюнхен, Франкфурт, Лондон).

Для України експорт нових послуг є дуже важливим, він стимулює розвиток венчурного бізнесу, спрямованого на реалізацію "ризикованих проектів", реалізацію стартапів, сприяє залученню іноземних інвестицій. Крім того, роль якісних ІТ-послуг швидко зростає через значну загрозу глобальних кібератак.

Експерти аналітичного відділу "The Economist Intelligence Unit" зараховують їх до числа перших 10 глобальних ризиків сьогодні, що може спричинити "злом" урядових чи корпоративних мереж або тривалий час маніпулювати ними [65].

Експорт туристичних послуг має великий потенціал. Дані СОТ показують, що багато бідних країн покладаються на пропозиції щодо подорожей, оскільки це сприяє їх всебічному розвитку як регіони світу, які знаходяться далеко від промислових центрів і не мають достатніх економічних ресурсів. Так, у 2017 році найвищі темпи зростання туристичних послуг спостерігаються в Африці - 25% (середній показник у європейських країнах - 11%, у світі - 8%) [55].

Внесок туристичної індустрії України у 2017 році експертами оцінюється у 1,3 млн. дол. США, або 1,4% ВВП, в українській сфері туризму зайнято 214,4 тис. осіб або 1,2% від загального числа зайнятих. Для порівняння, у Польщі туристична сфера оцінена у майже 8 млн. дол. США, або 1,7% ВВП, зайнятість – 275, 4 тис. осіб, або 1,7%; у Туреччині – 35,9 млн. дол. США, або 5% ВВП, зайнятість – майже 600 тис. осіб, або 2,3% від зайнятого населення [55].

За даними Держстату України, за останні роки найчастіше в'їжджали до України громадяни Молдови, Білорусі, Польщі і Росії (табл. 5).

Таблиця 5

Громадяни, які найчастіше відвідували Україну

Країна	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	Приріст 2016/2018, %
Молдова	2 204 161	1 986 845	2 013 179	1 949 567	-3,2
Білорусь	889116	674856	1 048 037	1 064 451	1,6
Росія	637 354	596 202	620 280	645 294	4,0
Польща	557 718	555 484	552 983	532 432	-3,7
Угорщина	514 601	581 299	608 009	447 384	-26,4

Джерело: Державна служба статистики[52]

Туристичні послуги для нерезидентів, тобто іноземних громадян, відіграють важливу роль. Зазвичай вони є комплексними, тобто надаються разом із багатьма додатковими послугами. Наприклад, основні туристичні послуги (проживання в готелі) завжди забезпечують ряд екскурсій. Зростає попит на поштові, страхові та банківські послуги, ресторанні та розважальні послуги (казино, атракціони, нічні клуби), рекламу, місцевий транспорт, культурні послуги театрів і музеїв, сувеніри та інші товари. Таким чином, спрацьовує мультиплікаційний ефект, завдяки якому зростає національна економіка в цілому. Міжнародні туристичні операції також є фактором підвищення престижу країни.

Окрім туристичного сегменту, Україні потрібно звертати увагу на міжнародний попит на медичні та освітні послуги та брати участь у його задоволенні. У розвинених країнах спостерігається, з одного боку, збільшення вільного часу та добробуту, а з іншого - тривала тенденція постійного зростання вартості цих послуг, тому для інших країн є можливість запропонувати привабливі медичні послуги (стоматологічні) та

освітні послуги пристойної якості. нижчі ціни. Конкурентні переваги медичного туризму в Україні слід шукати у використанні виключних природних ресурсів для лікування та реабілітації. Зростаюча частка медичних та освітніх послуг у структурі загального експорту України означає подальшу її прогресивну перебудову.

Стимулювання міжнародної торгівлі послугами потребує розвитку інфраструктури. Одним з його елементів в Україні повинні бути державні (центральні або регіональні) структури (агенції) з представництвами за кордоном, особливо ті, що працюють у рамках угод про вільну торгівлю з ЄС та Канадою, а в майбутньому - з Ізраїлем, Туреччиною та іншими країнами . Як показує практика зарубіжних країн, найкращими агенціями є урядові установи, де управління, навпаки, здійснюють приватні аутсорсингові компанії. Тільки державні компанії на ринку, як правило, менш прибуткові, негнучкі та нерухомі.

Покладатися виключно на управління менеджерами приватного сектору також є досить проблематичним, враховуючи значну кількість зовнішніх факторів, які важко врахувати. Тому важливо поєднувати переваги різних форм власності для прискорення експорту.

3.3 Перспективи інтеграції України у глобальний ринок туристичних послуг

Розвиток туризму в Україні суттєво впливає на такі галузі економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, і є одним із найперспективніших напрямів економічної перебудови.

Більшість регіонів України мають туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дає можливість вийти на туристичний ринок із привабливими туристичними пропозиціями. Визначальними в розвитку міжнародного туризму є засоби активного формування попиту на туристичні

послуги. В умовах промислового розвитку туристичних послуг вивчення попиту стає необхідною частиною ефективного функціонування туристичної галузі, оскільки туристичні послуги не можуть зберігатися і зберігатися як товари, вони споживаються разом із виробництвом. Важливість планування розвитку нових туристичних ресурсів, яка потребує інформації хоча б у формі прогнозу туристичних потоків до новорозвинених регіонів.

Розвиток туризму покращує інвестиційне середовище, стає джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, сприяє розвитку галузей, пов'язаних з туризмом. Він також відіграє значну роль у збільшенні валютних надходжень та споживчого попиту, вдосконаленні структури економіки, зміцненні економічної співпраці між регіонами, покращенні якості життя.

Розвиток міжнародного туризму неможливий без створення матеріально-технічної бази (готелі, кемпінги, ресторани тощо). Таким чином, готельне господарство України за кількістю місць, здавалося б, зможе задовольнити попит туристів на місце розташування та створення необхідних умов обслуговування. Однак більшість готелів не відповідають вимогам міжнародних стандартів, їх відсталість - це найвужче місце, що перешкоджає розвитку в'їзного туризму.

Вся галузь матеріального виробництва у сфері міжнародного туризму представлена організацією харчування туристів та національної кухні. Можливості розширити виробництво національної кухні в Україні дуже великі, але вони все ще використовуються досить погано. До речі, за найменших капітальних вкладень національна кухня може стати вагомим джерелом доходу, включаючи іноземну валюту.

На розвиток туризму в Україні значно впливає ступінь розвитку залізничного, автомобільного, морського та річкового транспорту. Сьогодні транспорт виступає як "переддень туристичної галузі" і є одним із елементів основних фондів цієї галузі.

Важливою складовою міжнародного туризму є система організації поїздок громадян України за кордон. Під час подорожі громадяни України знайомляться з передовими прогресивними методами роботи, які потім можуть бути впроваджені у виробництво, за допомогою ділових турів вирішують торговельні та комерційні питання, швидко реагують на попит на певні споживчі товари, які з інших причин перестають вироблятися в Україні [37].

Таким чином, виїзний туризм, як складова частина міжнародного туризму, тісно пов'язаний з економікою України, сприяє її піднесенню та розвитку, зміцнює здоров'я та розширює кругозір громадян України. Це сприяє накопиченню в населенню валютних заощаджень, які з часом потрапляють до державного бюджету.

Важливо звернути увагу на той факт, що в сучасну епоху, коли сотні мільйонів людей беруть участь у туристичному русі та у багатьох країнах формується нова галузь економіки для обслуговування іноземних та національних туристів, врахуйте вплив на економіка без внутрішнього туризму була б незаконною. Крім того, неможливо чітко розмежувати внутрішній та закордонний туризм, оскільки ці дві сфери діяльності взаємопов'язані та взаємозалежні.

За своєю природою ці явища є однорідними, вони породжуються одними і тими ж мотивами, створюють попит на однакові товари та послуги, доповнюють одне одного. На практиці існує єдина матеріально-технічна база, призначена для обслуговування як внутрішніх, так і іноземних туристів. При будівництві туристичних об'єктів, як правило, не можна покладатися лише на іноземних туристів хоча б тому, що іноземний туризм дуже чутливий до будь-яких ускладнень як всередині країни, так і в міжнародних відносинах.

Внутрішній туризм при повільному зростанні закордонного туризму служить своєрідним амортизатором для туристичної економіки, даючи можливість пом'якшити негативні наслідки, що виникають через просту матеріальну базу туризму. Таким чином, райони, які через унікальність

природних умов, наявність історичних пам'яток, культурних цінностей чи будь-яких інших причин (наприклад, в результаті міжнародних виставок, конференцій тощо) здатні залучати великі маси людей готові провести тут деякий час і витратити частину своїх заощаджень, виступають носіями свого роду ресурсу - ресурсу туристичної галузі [20].

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної галузі в Україні на найближчі десять років, перш за все, слід підкреслити, що сучасний туризм - це сфера економіки та суспільства в цілому, яка певною мірою інтегрує майже всі галузі. Саме це визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Цей фактор повинен бути головним у формуванні нового державного підходу до туризму як галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний та соціальний стан країни в цілому, стимулювати низку важливих галузей економіки, зміцнити новий позитивний імідж України на світовій арені.

Стратегічною метою туристичної галузі в Україні є створення конкурентоспроможного туристичного продукту на світовому ринку, здатного найкращим чином задовольнити туристичні потреби населення, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічні інтереси, зберігаючи екологічний баланс та історико-культурне середовище. Програма дій, спрямована на досягнення цієї мети, повинна синхронізуватися із загальними темпами формування ринкових механізмів і відповідати політиці структурних реформ в економіці. Слід також враховувати накопичений досвід розвитку туризму у світі, що створює сприятливі умови для заповнення та розвитку відповідної законодавчої бази для туризму.

Збільшуючи темпи та ефективність діяльності туристичних підприємств, формування туристичної галузі як однієї з провідних галузей вітчизняної економіки стримується невирішеною кількістю питань, для вирішення яких потрібне державне регулювання та підтримка органів виконавчої влади.

Індустрія туризму набуває все більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні, швидко інтегрується у світову туристичну галузь. Пріоритетний напрям розвитку виїзного та внутрішнього туризму є важливим фактором покращення якості життя в Україні, створення додаткових робочих місць, поповнення валютних резервів держави та підвищення її престижу на міжнародній арені.

У свою чергу важливими факторами розвитку туристичної галузі є природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал країни.

Одним із ключових питань, яке необхідно вирішити найближчим часом, є питання оптимізації взаємодії туризму та культури як на рівні центральних органів влади, так і на місцях. Культурна спадщина, музеї, театри більшості країн світу є надзвичайно важливим фактором залучення туристів, генеруючи міжнародні та місцеві туристичні потоки. І, як результат, клієнти отримують транспорт та громадське харчування, готелі, місцева промисловість тощо.

Проблеми розвитку галузі туризму є складними і потребують визначення напрямку розвитку галузі, формування її цілей. Конкуренентоспроможність туристичного ринку України на тлі інших розвинених країн потребує вдосконалення туристичної інфраструктури туристичної галузі загалом та окремих її складових (транспорт, готельне господарство, громадське харчування, соціально-культурні рекреаційні ресурси, пізнавальні, розважальні та побутові послуги, юридичні, банківські, торговельні та страхові послуги, пов'язана сфера зв'язку та комунікація тощо). На розвиток туризму в країні впливає рівень підтримки галузі з боку держави, а також стан інших конкуруючих галузей.

В умовах глобалізації туризму Україна повинна зробити туризм більше, ніж найкращі економічні економіки. Керівництво підтримує туристичну адміністрацію України, яка пропонує останні результати в розвитку транспортних послуг та туристичної інфраструктури та контролю якості туристичних послуг, пропонованих клієнтам. Для розвитку туристичного

ринку Україна пропонує розвиток міжнародного туризму в рамках СОТ, Центральноевропейської ініціативи (ЦЕІ), співпрацює з Європейським Союзом, Європа задоволена, державою Радянського Балтійського моря, ГУАМ. Стратегічні відносини стосуються: створення єдиного туристичного простору як зони вільної торгівлі туристичними послугами та свободи туристичного руху; ефективна перевірка туристично-рекреаційного потенціалу для інтенсивної характеристики туристичних потоків; розроблено спільну конкурентоспроможну туристичну продукцію учасників (учасників, міжнародні туристичні маршрути «Шовковий туризм», на рекреаційній території Чорноморського узбережжя, річок Дунай та Дніпро), спільну промоцію туристичної продукції на національному ринку; економічна ефективність туризму як передумова соціально-економічного розвитку країни та активізації їх діяльності [19].

Ефективне державне управління туризмом має бути спрямоване на всебічний розвиток туристичного комплексу країни та активне залучення населення до управлінських рішень на місцевому рівні. Такий розвиток вимагає формування системи туристичного моніторингу, проведення досліджень з оцінки туристичних зон, розподілу фінансових ресурсів за ступенем пріоритетності завдань.

Однією з найбільш доцільних пропозицій щодо вирішення проблем у сфері туризму є створення комітету з розвитку туризму, який розробляє комплексні програми розвитку державного туризму, налагоджуватиме зв'язки з адміністраціями міст та районів України, іншими урядовими та неурядові організації.

Для покращення стану туристичної галузі України необхідно впроваджувати системні комплексні та комплексні заходи щодо розвитку туристичної галузі, подолання існуючих негативних тенденцій, створення ефективних умов для роботи туристичних підприємств, установ та організацій, що вимагає:

- удосконалення нормативно-правового регулювання туристичної галузі;
- використання інструментів для формування сприятливих умов для залучення інвестицій у туристичну галузь та модернізації туристичної інфраструктури;
 - підтримка та вихід із тіні малого та середнього бізнесу в туристичній галузі, забезпечення чесної конкуренції;
 - підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини;
 - впровадження сучасних інформаційно-маркетингових технологій, вдосконалення рекламної підтримки національної туристичної галузі, презентація туристичного потенціалу України на національних та міжнародних виставках та ярмарках, конференціях, форумах тощо для просування українського туристичного продукту на світовому та внутрішньому ринках ;
 - впровадження ефективної інноваційної діяльності, розробка та впровадження прогресивних методів та стандартів туристичного обслуговування, пошук інноваційних форм та методів створення туристичного продукту на основі ефективного використання наявних туристичних ресурсів;
 - поліпшення кадрового забезпечення у сфері туризму;
 - створення вітчизняного національного туристичного продукту та його просування на внутрішній та міжнародний ринки;
 - модернізація та розбудова інфраструктури туристичної галузі;
 - розвиток транспортного сполучення, яке є одним із головних факторів сприяння в'їзному туризму;
 - підвищення рівня сервісу і захисту прав туристів.

Висновки до розділу 3

Отже, розвиток міжнародного туризму в Україні та перетворення його на джерело значних та стабільних бюджетних надходжень потребує розроблення відповідної законодавчої бази для туризму, активної державної політики та узгоджених дій усіх державних та місцевих органів влади щодо розвитку туризму, створення конкурентоспроможного туристичного продукту, значне вдосконалення туристичної інфраструктури. Перспективи відновлення вхідного туристичного потоку також пов'язані зі стабілізацією ситуації на сході країни, розвитком євроінтеграційних процесів, що покращить зовнішній імідж та зміцнить авторитет країни на міжнародному ринку туристичних послуг.

Також активна участь у міжнародній торгівлі послугами - нагальне завдання, яке не дозволить національній економіці та бізнесу України потрапити в пастку глобальних викликів. Разом із збільшенням частки товарів з доданою вартістю в загальному експорті зростання експорту послуг є кроком до стабілізації активної торгівлі та платіжного балансу країни, стабільності національної валюти. Реструктуризація також передбачає зміну співвідношення матеріальних послуг (транспорт, зв'язок, торгівля тощо) до чистих нематеріальних послуг на користь інших. Особливої уваги заслуговує розвиток секторів ІТ-послуг, а також ділових, освітніх, медичних та туристичних послуг. Міжнародний попит на них постійно зростає під впливом нових технологій та довгострокової позитивної динаміки доходів громадян розвинених країн, а також країн, що розвиваються, особливо Китаю та Індії. Пошук та формування конкурентних переваг у цих видах економічної діяльності має бути стратегією на макро- та мікрорівні.

Також не слід забувати, що диверсифікація експорту України сприяє розподілу ризиків від невизначеності зовнішнього середовища, зниження інвестицій та темпів зростання національної економіки. Малий бізнес, який стрімко розвивається у сфері послуг, є найбільш успішним у його наданні. Тому усунення перешкод для підприємницької діяльності є водночас умовою зовнішньоекономічного балансу. Сучасними напрямками розвитку

міжнародної торгівлі послугами є також такі, що, безумовно, створюють опір кризі: поширення безготівкової торгівлі послугами та розвиток інтернет-торгівлі, усунення торговельних бар'єрів у міжнародному трафіку, сприяння безпечним цифровим платежам; створення експортної стратегії України, яка забезпечить інституційну підтримку просування нових послуг на зовнішніх ринках за підтримки держави.

ВИСНОВКИ

Отже, туристичний ринок як ринкова система функціонує завдяки Механізму постійної взаємодії попиту та пропозиції, адаптації підприємств сфери туризму до швидко змінюваного навколишнього середовища і координації їх діяльності. Розвиток ринку туристичних послуг має важливе соціально-економічне значення залучення інвестицій у туристичну галузь, зайнятість населення, використання туристичних ресурсів для розвитку інфраструктури туризму. Учасниками ринку туристичних послуг крім туристичних операторів, туристичних агенцій є також органи державної влади.

Також слід сказати, що світові тенденції у сфері міжнародного туризму дозволяють віднести туристичний бізнес до найперспективніших галузей економіки, але сфера туризму у світі розвивається нерівномірно й має регіональні особливості. Розвинута туристична інфраструктура сприяє покращенню привабливості країни та її конкурентоспроможності у світі, прискорює процеси її інтеграції у світову економіку, забезпечує перехід від аграрної та індустріальної економіки до розвитку економіки на основі сфери послуг.

Також треба додати, що сучасний туризм – це масове глобальне явище, що динамічно розповсюджується на всі регіони і країни світу, офіційно визнане провідними міжнародними організаціями в якості драйвера соціальних перетворень та інструменту сприяння економічному розвитку.

Не слід забувати, що важливою тенденцією у розвитку міжнародних економічних відносин є зростання сектору послуг в комплексі зовнішньоекономічних зв'язків. Сучасна індустрія туризму являє собою одну з найбільш високоприбуткових та динамічних галузей світового господарства. Багато в чому, це обумовлено тим, що витрати на організацію

туристичного бізнесу порівняно невисокі, а розмір отриманого прибутку залишається високим.

Розвиток туристичної інфраструктури країни повинен здійснюватись у контексті глобальних тенденцій та формування глобального туристичного простору, дотримуючись імперативів та використовуючи вплив драйверів. Глобалізація туризму має специфічні прояви, які прямо стосуються елементів туристичної інфраструктури. Це повинно враховуватись на рівні принципів і напрямів розвитку туристичної інфраструктури.

Міжнародний туризм на сучасному етапі розвитку світової економіки набуває рис інтегративної галузі, що має не тільки економічний, але й соціокультурний, екологічний, політичний комплекс формуючий вплив.

Процес формування системи фінансового забезпечення інвестиційної діяльності туристичних підприємств полягає у всебічному забезпеченні достатніх фінансових ресурсів у процесі відтворення та розвитку туризму за рахунок використання державних та приватних джерел фінансування, прямого фінансування та непрямих стимулів для збільшення капіталу активи, збільшення місць працівників та розширення обігу коштів (або підвищення ефективності та інвестиційної привабливості туристичних підприємств).

Нормативно-правова база управління та регулювання розвитку туризму вимагає вдосконалення, систематизації, коригування та гармонізації основних елементів, а також порівняння з міжнародним правом. Незважаючи на прийняті закони та постанови, важливе завдання залишається невиконаним - об'єднати найбільш важливі суміжні галузі в одну гармонійно функціонуючу туристичну галузь. Це стосується в першу чергу до курортного компонента. Відсутність єдиного регулюючого та наглядового органу призвело до погіршення матеріально-технічної бази туристичних, оздоровчих та курортних закладів, якість прийому та обслуговування в більшості з яких не відповідає міжнародним стандартам.

Елементи територіальної структури туристичного ринку формуються за рахунок концентрації попиту та відповідної пропозиції, локалізованої в

дискретних елементах територіальної структури споживчого ринку та ринку посередника та виробника-виробника туристичних та екскурсійних послуг, а також в ареальних елементах ринку рекреаційних туристичних послуг. Різноманітність елементів та їх форми, чітка структура вимагають своєї типології. Типологія елементів транспортного засобу туристичного ринку базується на рівні територіальної концентрації, спеціалізації та складності.

Національний ринок туризму побудований відповідно до умов розвитку туристичної галузі відповідно до закону абсолютних та відносних переваг (наприклад, концентрація природних та культурно-історичних пам'яток світової спадщини та регіонального значення за наявності прямого транспорту, прийнятний комфорт та ціни на туристичні продукти). різноманітність його пропозиції). Його складний і пропорційний розвиток є результатом балансу між внутрішнім та міжнародним туризмом та його складовими, а також між місцевими ринками туризму.

Розвиток міжнародного туризму в Україні та перетворення його на джерело значних та стабільних бюджетних надходжень потребує розроблення відповідної законодавчої бази для туризму, активної державної політики та узгоджених дій усіх державних та місцевих органів влади щодо розвитку туризму, створення конкурентоспроможного туристичного продукту, значне вдосконалення туристичної інфраструктури. Перспективи відновлення вхідного туристичного потоку також пов'язані зі стабілізацією ситуації на сході країни, розвитком євроінтеграційних процесів, що покращить зовнішній імідж та зміцнить авторитет країни на міжнародному ринку туристичних послуг.

Активна участь у міжнародній торгівлі послугами - нагальне завдання, яке не дозволить національній економіці та бізнесу України потрапити в пастку глобальних викликів. Разом із збільшенням частки товарів з доданою вартістю в загальному експорті зростання експорту послуг є кроком до стабілізації активної торгівлі та платіжного балансу країни, стабільності національної валюти. Реструктуризація також передбачає зміну

співвідношення матеріальних послуг (транспорт, зв'язок, торгівля тощо) до чистих нематеріальних послуг на користь інших. Особливої уваги заслуговує розвиток секторів ІТ-послуг, а також ділових, освітніх, медичних та туристичних послуг. Міжнародний попит на них постійно зростає під впливом нових технологій та довгострокової позитивної динаміки доходів громадян розвинених країн, а також країн, що розвиваються, особливо Китаю та Індії. Пошук та формування конкурентних переваг у цих видах економічної діяльності має бути стратегією на макро- та мікрорівні.

Диверсифікація експорту України сприяє розподілу ризиків від невизначеності зовнішнього середовища, зниження інвестицій та темпів зростання національної економіки. Малий бізнес, який стрімко розвивається у сфері послуг, є найбільш успішним у його наданні. Тому усунення перешкод для підприємницької діяльності є водночас умовою зовнішньоекономічного балансу. Сучасними напрямками розвитку міжнародної торгівлі послугами є також такі, що, безумовно, створюють опір кризі: поширення безготівкової торгівлі послугами та розвиток інтернет-торгівлі, усунення торговельних бар'єрів у міжнародному трафіку, сприяння безпечним цифровим платежам; створення експортної стратегії України, яка забезпечить інституційну підтримку просування нових послуг на зовнішніх ринках за підтримки держави.

СПИСОК БІБЛЮГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» від 05.09.1995 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1995. – № 31. (Із змінами, внесеними згідно із Законами № 124-VIII (124-19) від 15.01.2015 р.)
2. Закон України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16.03.2017 р. - №168-2017-р.
3. Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19) від 13.05.2020 №3377.
4. Рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про невідкладні заходи щодо забезпечення національної безпеки в умовах спалаху гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2» від 13.03.2020.
5. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України «Про затвердження Положення про департамент туризму і курортів» від 22.02.2016 - №1202.
6. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України «Положення про департамент туризму і курортів» від 22.02.2016 - №1202.
7. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р.
8. Антоненко І.Я. Державне регулювання просування туристичного продукту: міжнародний та вітчизняний досвід. Інвестиції: практика та досвід. 2013. № 21. С. 17–22.

9. Бабарицька В.К., Любіцева О.О. Організація туризму. Навчальний посібник. Частина 1. - К., РВЦ "Київськ. ун-т", 1998, с 82
10. Биркович В.І. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні. Стратегічні пріоритети. 2007. № 4 (5).С. 157–163.
11. Герасименко В.Г., Галасюк С.С. Управління національним туризмом у контексті міжнародного досвіду. Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері). 2008. № 12. С. 19–24.
12. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посіб. / Л. І. Гонтаржевська. - Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
13. Гостюк В.І. Сучасні моделі державного регулювання туристичної діяльності: міжнародна практика. Юридичний вісник. 2015. № 2 (35). С. 105–108
14. Григор'єва Я.В. Фінансове забезпечення туристичної галузі: стан та проблеми /Я.В. Григор'єва//Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. – Львів: ЛьвДУВС, 2012. – Вип.2. – С.247-254.
15. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу // Л.П. Дядечко – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
16. Жук І. З. Актуальні проблеми та перспективи управління туристичною індустрією в Україні / І.З. Жук // Актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні: теорія і практика // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. К., 2013 р. – С. 68–70.
17. Заблоцька Р.О. Світовий ринок послуг / Заблоцька Р.О. - К.: Знання України, 2004. - 280 с.
18. Зайцева В. М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі / В. М. Зайцева, О. М. Корнієнко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 2 (8). – С. 55–65.

19. Заревський І.М., С.О. Погасій, М.М. Покогодна Організація туризму: підручник // І. М. Писаревський: ХНАМГ, 2008. 541 с
20. Козловський Є.В. Основні напрями розвитку міждержавної політики та управлінських засад у галузі туризму країн СНД //Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України. - 2004. - № 4.. - С. 398-403.
21. Константинова К.В. Вплив туристичної індустрії на світову економіку / К.В. Константинова // Економіка розвитку: наук. журнал. – 2005. – №4. – с. 84-86.
22. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2006. – 436 с. - С.44-48.
23. Любіцева О.О. Туризмознавство / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. - К.: Київський ун-т., 2008. - 335 с
24. Лютак О. М. Глобальна інституціоналізація бізнес-діяльності у сфері міжнародного туризму: дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.02 / Лютак Олена Миколаївна ; Держ. ВНЗ “Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”. – Київ, 2018. – 573 с.
25. Мавь М., Третяк Г., Крайник О. Механізм державного управління туристичною галузю (регіональний аспект): наукова розробка // НАДУ 2009. – 40 с.
26. Мазур Ю.П. Діяльність підприємств на ринку туристичних послуг / Мазур Ю.П. - Умань : Економіка, 2011. 228
27. Мальська М.П., Антонюк Н.В. Напрями удосконалення державного регулювання розвитку туристичних послуг. Географія та туризм. 2010. Вип. 9. С. 114–119
28. Маховка В. М. Особливості розвитку туристичної індустрії України / В. М. Маховка // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2013. – № 2 (39). – Ч.1. – С. 167–171.

29. Мельниченко О. А. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія / О. А. Мельниченко, В. О. Шведун. – Харків: НУЦЗУ, 2017. – 153 с
30. Пальчук О.І. Значення та роль світової торгівлі послугами в сучасній економіці / О. Пальчук // Дослідження міжнародної економіки : зб. наук. пр. – 2011. – Вип. 1 (66). – С. 72– 78.
31. Сірик А.Є. Державне регулювання ринку туристичних послуг України. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 2 (48). С. 100–104.
32. Уліганенець М. Історія та сучасні тенденції розвитку інфраструктури вітчизняного туризму / М. Уліганенець // Східноєвропейський історичний вісник. – 2017. – №4. – С. 145–149.
33. Черевко Г. Аграрна економіка країн Вишеградської групи в умовах їх членства в ЄС: досвід і значення для України / Г. Черевко, І. Черевко // Аграрна економіка. – 2015. – Т. 8, № 1– 2. – С. 3–12
34. Шевченко Ю. О. Основні тенденції розвитку національної сфери послуг в умовах глобальної економічної нестабільності. Економічний вісник. 2013. №3. С. 59–67
35. Школа І.М., Ореховська Т.М., Козьменко І.Д. Менеджмент туристичної індустрії // І.М. Школа. - Черкаси: Книги-XXI, 2005. -596 с.
36. Liberalizing International Transactions in Services: a Handbook. UNCTAD. World Bank. - Geneva, 1994.
37. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб.: Издательский дом "Герда", 2003. - 5-е изд. - 320 с.
38. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М., 1991, 736 с
39. Крачило Н.П. Основы туризоведения. - К.: "Вища школа, 1987
40. Мироненко Н.С, Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. - М., изд-во Моск. ун-та, 1981. - 207 с.
41. Статистический словарь. - М., 1989. - 623 с.
42. <http://www.unwto.org> – офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

43. <http://nbuv.gov.ua> – офіційний сайт Національного банку України.
44. <http://www.tourism.gov.ua> – офіційний сайт Державного агентства України з туризму та курортів.
45. <http://www.ukrstat.gov.ua> – офіційний сайт Державної служби статистики України.
46. <https://www.rnbo.gov.ua> – офіційний сайт Ради національної безпеки і оборони України.
47. <https://www.epravda.com.ua> – офіційний сайт газети «Економічна правда».
48. <http://businessua.com> – офіційний сайт газети «BusinessUA».
49. <http://wto.org> – офіційний сайт Всесвітньої торгової організації.
50. Білик Р.Р. Фінансове забезпечення регіонального розвитку в Україні у контексті децентралізації // ВІСНИК Київського національного університету імені Тараса Шевченка. ЕКОНОМІКА. 2(167)/2015. – С.43- 48. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2015/167-2/7>.
51. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/tyr/tyr_u/vig2017_u.htm
52. Державна служба статистики. Туристичні потоки (2000–2018 рр.). [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm
53. Державна цільова програма розвитку туризму і курортів на 2011–2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/catalog/docs/00000538.doc>.
54. Динаміка географічної структури зовнішньої торгівлі послугами (1996-2019). [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/zd/zd_rik/zd_u/gsp_u.html
55. Економічний дискусійний клуб. Рейтингові оцінки конкурентоспроможності українського туризму 2017. [Електронний ресурс].

— Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analytika/rejtingovi-ocinky-konkurentospromozhnosti-ukrayinskogo-turyzmu-2017>.

56. Країни світу. Міжнародний туризм. Україна туристична. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://svit.ukrinform.ua/turism.php?page=ukr_tur&id=23762.;

57. Романюк С.В. Туристична галузь України: руїна чи низький старт? / С.В. Романюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://novosti-turbiznesa.info>.;

58. Структура зовнішньої торгівлі послугами за 2016, 2017, 9 місяців 2018 р. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу:

http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zd/ztp_kv/ztp_kv_u/ztp_kv_3k2018_u.html

59. Структурно-функціональні фактори розвитку міжнародного ринку туристичних послуг– [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kazedu.kz/referat/154913>.

60. Сучасний стан законодавчого забезпечення туризму в Україні: проблеми та шляхи вирішення: Звернення учасників Всеукраїнських громадських слухань / Туристична Асоціація України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=322>.

61. Сучасні тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/natural/vdpu/Ekonomika/2012_6_3/267-273.pdf

62. Товарна структура зовнішньої торгівлі за 2016, 2017, 9 місяців 2018 р. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zd/gsztp/gsztp_u/gsztp_3k2018_u.html

63. Топ-20 українських експортерів. Економічна правда. 2018. 24 груд. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/12/24/643855/> .

64. У ЄС похвалили ІТ-сферу в Україні. Business. UA. 2018. 25 груд. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://businessua.com/telekom/49203u-es-pohvalili-it-sferu-v-ukraini.html#>

65. Cause for concern? The top 10 risks to the global economy. The Economist Intelligence Unit. [Electronic resource]. — Access: https://www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=Top10GlobalRisks

66. European Tourism : Trends & Prospects [Electronic resource]. — Access: <http://abouttourism.wordpress.com/2013/05/14/european-tourism-2013-trends-prospects/>

67. Highlights of world trade in 2017. World Trade Statistical Review 2018. [Electronic resource]. — Access: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2018_e/wts2018chapter02_e.pdf

68. Tourism 2020 Vision (UNWTO) [Electronic resource]. — Access: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284403394>

69. World Tourism Organization UNWTO [Electronic resource]. — Access: <http://www2.unwto.org/ru/press-release/2013-10-18/v-mezhdunarodnom-turizme-nablyudaetsya-podem-obuslovlennyi-vysokimi-rezulta>

70. Международный туризм [Electronic resource]. — Access: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC