

РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Опришко К.С.

Науковий керівник – Богдан Н.М., д-р екон. наук, доцент

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами.

Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів, Україні необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

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

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

Реалізація Стратегії передбачає досягнення таких показників:

- збільшення витрат під час подорожей в Україні до 80 млрд. гривень у 2026 році;
- збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 році;
- забезпечення діяльності інституту саморегульвних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій);
- функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду;

- впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка;
 - заснування десяти туристичних представництв за кордоном;
 - лібералізація візового режиму з десятьма країнами світу,
- що є

цільовими туристичними ринками для України.

Реалізація Стратегії дасть змогу:

- підвищити конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів;
- підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів;
- створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості;
- створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі.

Удосконалення стратегії розвитку галузі туризму має бути комплексним і не зводиться лише до раціонального використання наявного ресурсно-рекреаційного потенціалу регіону. Необхідне якісне покращення кінцевого продукту його функціонування, найбільш повне задоволення потреб населення, створення високо конкурентного туристичного продукту. Усе це зумовило необхідність перегляду принципів і пріоритетів у сфері управління туристичною діяльністю, вивчення міжнародного досвіду функціонування туризму. Проте механічно переносити методи управління туризмом, що існують на Заході, в українське середовище не варто без урахування особливостей та умов національного розвитку. Отже, урахування зазначених проблем та раціоналізація сучасної стратегії розвитку на рівні держави та регіону суттєво покращить політичну й економічну стабільність України та задовольнить потреби туристів незалежно від обраного виду туризму.

РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Осовець О.Е.

Науковий керівник – Богдан Н.М., д-р екон. наук, доцент

Розвиток ринкових відносин в Україні зумовлює діяльність підприємств, умов їх функціонування на ринку. Тому підприємствам для того, щоб вижити, необхідно правильно визначити свою стратегію