

Катерина БУЧКОВСЬКА

здобувач вищої освіти 1 курсу

ОС «Магістр» спеціальності 242 «Туризм»

Науковий керівник: **Богдана ОПРЯ**

канд. істор. наук, доцент,

доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка,

м. Кам'янець-Подільський

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ПОСЛУГ

Туристична галузь в Україні, як і у світі загалом, виступає важливою складовою соціально-економічного розвитку. На сьогодні створено широку мережу туристичної індустрії, до якої входять об'єкти харчування, розважального, пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення. Але існують проблеми та складнощі щодо залучення більшої кількості туристів до нашої країни.

Ринок швидше орієнтується на виїзд українських туристів за кордон, ніж на збільшення кількості іноземних туристів в Україні. Тобто переважна більшість чинних в Україні туристичних фірм вважають за краще займатися відрядженням своїх земляків до інших туристичних країн, і лише невелика їх частина працює на залучення іноземних туристів в Україну. Цей розрив між експортом та імпортом туристичних послуг є дуже помітним. Туризм становить один із впливових чинників престижу країни, зростання її значення в масштабах світової спільноти та позитивного сприйняття пересічними громадянами [1].

Туристичний ринок вважається досить чутливим, оскільки швидко реагує як на зміну туристичного попиту, так і пропозиції. Так само гостро він реагує і на зміни зовнішнього середовища (політичні, економічні, соціальні фактори). Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку своєї економіки шляхом туризму, проте вона суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та, особливо, якості

туристичних послуг. У цілому економіка туристичного підприємства являє собою комплекс соціальних взаємин, що проявляються в процесі реалізації туристичної діяльності, тобто при виробництві, розподілі, обміні та споживанні туристичного продукту. Важливість просування туристичного продукту до цільової аудиторії відіграє значну роль у туристичному бізнесі, адже воно охоплює комплекс заходів, які спрямовані на підготовку до реалізації туристичного продукту або окремих туристичних послуг на ринку туристичних послуг.

Споживачу пропонується товар у вигляді конкретного туру, який містить у собі попередньо розроблений комплекс туристичних послуг і товарів, які безпосередньо необхідні при подорожі за певним туристичним маршрутом. Формування цільової спрямованості туристичного продукту в складі туру є базовою функцією туроператорів, які готують цей продукт для реалізації в готовому вигляді [2].

Отже, туристична галузь в Україні, як і у світі, розвивається досить швидкими темпами. 16 березня 2017 р. Кабінетом Міністрів України було прийнято Розпорядження № 168-р, що містить «Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», метою якої є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [3].

Туристичний ринок – це система взаємозв'язку, вона об'єднує велику кількість виробників туристичних продуктів з потенційними та наявними покупцями цього продукту. Також він характеризується масштабними рівнями відносин: туристичні фірми, туроператори, постачальники туристичних послуг, що є посередниками між споживачем та виробником туристичних послуг. До початку пандемії COVID-19, 2019 р. був для України особливо успішним щодо туристичного бізнесу. Проте пандемія, що поширилася світом наприкінці 2019

р. – на початку 2020 р., зачепила майже всі туристичні напрями, спричинивши найсуворіші обмеження на подорожі в історії [4]. Але у 2020 р. відбулося зростання внутрішнього туризму, адже більшість країн закрили всі кордони до в'їзду туристів з інших країн. Тому наразі прослідковується тенденція незадоволення дедалі більшої кількості клієнтів туристичних фірм якістю обслуговування на українських курортах.

Небагато українських готелів можуть забезпечити такий рівень обслуговування, як в популярних туристичних країнах, та за помірний бюджет. Чистота пляжів і сервіс в Україні також суттєво відстають.

Українці є своєрідними інвесторами до туристичного сектору інших країн, тоді як, за розрахунками спеціалістів, туризм лише у вигляді податків міг би принести кожного року дохід в 5 млрд дол. В Україні існує більша частина пляжних курортів розташована на узбережжі Чорного моря: Затока, Коблево, Очаківський район.

Популярними туристичними напрямками України є Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська області. Особливо приваблює туристів у зимові подорожі гірськолижний курорт «Буковель», який володіє сучасною інфраструктурою та своїми лижними трасами. Один з найпопулярніших і більш людних гірських курортів Карпат є Славське, що замикає трійку найкращих зимових курортів. Кожного року його відвідує багато любителів зимових гір. Крім того, з метою відпочинку та оздоровлення, туристи їдуть до санаторіїв Моршина та Трускавця. Також головною знахідкою 2020 р. став зелений туризм, особливо на Закарпатті, коли людям надається послуга де вони можуть пожити в будиночках сільської місцевості та познайомитись з їх культурою та традиціями [5].

Таким чином, Україна має досить великий потенціал для розвитку туристичної сфери, а всесезонність туристичної галузі відкриває великі можливості для отримання прибутків. Однак існує багато проблем, які стримують розвиток туристичного бізнесу в Україні. Головною проблемою є інфраструктура. Переважна більшість закладів для розміщення туристів, збудована ще у 80-90 роках минулого століття. Також на ситуацію впливає

низький рівень комфорту та невідповідність сучасним стандартам туристичної галузі, тому значна частина туристичних об'єктів потребує сучасного оновлення та реконструкції. Іншою проблемою є якість обслуговування та низький рівень кваліфікованих кадрів туристичної сфери: в більшості випадків персонал не відповідає кваліфікаційним вимогам світових стандартів туристичної галузі. Наступною проблемою є незадовільні транспортні сполучення та стан доріг, невідповідність залізничного транспорту.

Додатковою несприятливою умовою розвитку туризму на 2022 р. стало повномасштабне вторгнення Росії на територію України. В країні введено військовий стан, заборонені усі авіап перевезення, на східній Україні ідуть постійні бої та уся країна потерпає від повітряних бомбардувань. Однак, Україна переможе та зможе відродитись від усіх жахливих руйнувань, що завдала країна-агресорка. Туристичний ринок України після перемоги буде надзвичайно привабливим для туристів із усього світу.

Список використаних джерел

1. Про затвердження плану заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3 лют. 2021 р. № 84-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/84-2021-p>
2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 бер. 2017 р. № 168-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>
3. Державна служба статистики України. Обсяг реалізованих послуг за видами економічної діяльності. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Думська О. Буде туристичний Майдан. Як коронавірус вплинув на туризм в Україні та світі Радіо Свобода. 2020. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/tourism-after-coronavirus/30586049.html>
5. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300с.