

УДК 338.481.1

Бут Т.В.

канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Розвиток туризму в цілому залежить від комплексу умов розвитку територій [1]: природно-географічних, історико-політичних, соціально-економічних, демографічних, що склалися у суспільстві і факторів, які їх визначають. Фактори розвитку ринку туристичних послуг прийнято поділяти на зовнішні та внутрішні.

Фактор у туризмі – це момент, суттєва обставина туристської практики. Зовнішні (екзогенні) фактори впливають на туризм за допомогою демографічних і соціальних змін; економічного і фінансового розвитку; змін політичного і правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури і безпеки подорожей. До зовнішніх факторів можна віднести географічне положення регіону, політичні відносини між країнами, міжнародний розподіл праці, рівень цін на міжнародному ринку та в різних країнах тощо.

Визначальними є внутрішні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Серед них – природно-географічні особливості й кліматичні умови країни, наявність та якість природних ресурсів і можливість їх зручного використання, економічна ситуація в країні, внутрішня політика країни, політична стабільність; суспільний лад, рівень розвитку продуктивних сил, структура і рівень добробуту населення; можливість отримання пільг і знижок на туристичні послуги за рахунок держави й громадських організацій; стан розвитку туристичної інфраструктури, транспортних мереж, рівень життя в суспільстві.

Ключові фактори успіху туристичної фірми в боротьбі за споживача є:

- створення кола постійних клієнтів, до якого будуть входити великі підприємства, які уклали з фірмою угоди на абонентське обслуговування;
- стійка репутація серед потенційних та наявних клієнтів;
- ретельний та кваліфікований відбір готелів на всіх курортах, які продає фірма;
- налагодження зв'язків з постачальниками туристичних послуг;
- підтримка стабільних цін на протязі всього туристичного сезону;
- постійна робота над пошуком нових туристичних напрямків і т.д.

Очевидно, що для розвитку перерахованих факторів менеджменту підприємствам туризму необхідно займатися маркетингом. Підприємства туризму, такі як, наприклад, туристичні агентства, практично не проводять маркетингові дослідження. Як правило цим займаються туристичні оператори, які визначають умови роботи на туристичному ринку в конкретному регіоні.

Отже, на розвиток туризму впливають як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і в світі. До позитивних факторів розвитку ринку туристичних послуг відносять:

- зростання суспільного багатства і доходів населення;
- скорочення робочого і збільшення вільного часу;
- розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій;
- побудова інтелектуального суспільства;

- заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму;
- зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку;
- 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.

До негативних факторів розвитку ринку туристичних послуг відносять:

- напруженість у міжнародних відносинах;
- нестабільність політики та закритість економіки;
- стагнація економіки та падіння добробуту населення;
- нерациональне використання культурно – історичної і культової спадщини й довкілля;
- низький рівень доходів населення та нестача вільного часу;
- забруднення навколишнього середовища і екологічна небезпека;
- відсутність ефективних стимулів інвестування розвитку індустрії туризму на рівні світових стандартів.

Наведені фактори впливу на розвиток ринку туристичних послуг України повинні визначати цілі державного регулювання та пріоритетні напрями розвитку туристичного бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. **But, T.** The Most Promising Innovation Solutions to Encourage a Conversion of the Existing Urban Areas into Smart Cities [Text] / T. But // International Journal of Engineering & Technology, [S.l.] – V. 7, – N. 4.8. – P. 592 – 595. – Available at: <https://www.sciencepubco.com/index.php /ijet/article/view/27312>