

облігації, векселі, кредитні карти, дивіденди) вкладати кошти в статутний капітал інших підприємств, в банк на депозитні рахунки.

Список літературних джерел

1. Біль М., Третьяк Г., Крайник О. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): наук.розробка. К.: НАДУ, 2009. — 40 с.

2. Давидова О. Г. Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід. //Ефективна економіка, 2012. № 10.

3. Мальська М. П. Економіка туризму: Теорія і практика: підручник. / Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. — Київ: Центр учбової літератури, 2014. — 544 с.

4. Розетова О. Г. Державне регулювання оподаткування суб'єктів туристичної діяльності. / Інноваційна економіка, 2012, № 9. — С. 235–239.

5. Парламентські слухання на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України» 6 квітня 2016 р. <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=247600952>

Ласка О. П., студент 1 курсу,
факультету маркетингу, спеціалізації
«Регіональна економіка та місцеве самоврядування»,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СВІТІ

В даний час світовий туризм є однією зі сфер міжнародної торгівлі та послуг, яка найбільш динамічно розвивається. Всесвітньою туристичною організацією при ООН (ЮНВТО) в 2010 р. в світі було зареєстровано 846 млн. приїздів туристів, а надходження від міжнародного туризму досягли 733 млрд. дол. США. Всесвітнє охоплення міжнародний туризм отримав, починаючи з 60–70-х років ХХ століття. В результаті сформувався світовий туристичний ринок, в якому беруть участь практично всі країни.

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

Разом з тим динаміка міжнародних туристичних потоків вкрай нерівномірна, що пояснюється, в першу чергу, різними рівнями соціально-економічного розвитку країн і регіонів світу.

До основних факторів, що визначають майбутнє туризму, слід віднести: конкуренцію, інформаційні технології, авіап перевезення, туроператорські послуги, а також політичні та соціальні умови розвитку.

Таким чином, посилення конкуренції, як на ринку туристичного попиту, так і на ринку туристичної пропозиції є однією з істотних тенденцій розвитку світового туризму. Зростання конкуренції на ринку туристичного попиту відбувається в результаті дії наступних факторів:

- появи все більшого числа країн з амбітними експансивними планами залучення туристів;

- досягнення піку насичення деяких форм і видів туризму, що пропонуються туристичними центрами та країнами (наприклад, на ринку пляжного відпочинку).

Це вимагає від країн, що прагнуть зберегти свою туристичну привабливість, наступних дій:

- спробувати зберегти баланс між зростанням попиту і зростанням пропозиції;

- здійснювати планування розвитку туризму відповідно до принципів сталого розвитку;

- передбачати довгострокові інвестиції в сферу туризму; — забезпечити наявність ясних державних стратегій розвитку туризму, гнучкості та оперативності в ухваленні рішень. В міру того, що економічні вигоди, одержувані від туризму, стають все більш очевидними, ставлення країн до міжнародного туризму стає все більш лояльним і веде до зменшення числа обмежень.

Разом з тим розвиток інформаційних технологій і загальне зниження цін на туристичні поїздки сприяють збільшенню числа туристів і багато в чому сприяють тому, що відбувається в даний час процес глобалізації. Як відомо, разом з глобалізацією приходить однаковість. Тому все більше число людей воліють поїздки в туристичні центри, які гарантують надлишок розваг і гарну погоду. В даний час існує велика кількість курортів, що забезпечують потреби, характерні тільки для якогось одного сегмента туристичного ринку. Здебільшого туристичні переваги зарубіжних туристів

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

пов'язані з високим рівнем сервісу і розумним співвідношенням ціни і якості. Ці умови в даний час і в найближчій перспективі будуть вирішальними при виборі туристичних поїздок.

Таким чином, загальною тенденцією є поляризація туристичних переваг, яка, з одного боку, характеризується зміцненням позицій масового туризму в розвинених туристичних країнах, а з іншого — збільшенням попиту на індивідуальний або спеціалізований туристичний продукт. Це вимагає постійних активних дій зі сторони країн, які розвивають туризм, спрямованих на виділення пріоритетних видів туристичного продукту і створення умов для досягнення прийнятної співвідношення їх ціни і якості.

Міжнародна практика показує, що підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту будь-якої країни на світовому ринку може бути досягнуто за умови виділення державних бюджетних коштів, достатніх для некомерційного просування туристичного продукту на внутрішньому та світовому ринках. При цьому слід зазначити, що для сфери туризму характерний кумулятивний ефект, коли максимальні показники від вкладених коштів у просування туристичного продукту і туристичну інфраструктуру проявляються через кілька років постійних вкладень цих коштів. Приватний бізнес не може проводити некомерційну іміджеву рекламну кампанію своєї країни, так як просуває і продає тільки свій власний продукт. Тому завдання створення образу країни, сприятливої для відвідування, є виключно державним завданням, що підтверджується світовою практикою. Більшість європейських країн, що мають туристичні ресурси і прагнуть розвивати туризм, також вкладають значні кошти в просування своїх країн на світовому ринку, які в середньому складають близько 31,7 млн. євро щорічно.

Отже, міжнародний туризм, характерною рисою якого є те, що значна частина послуг проводиться з мінімальними витратами на місці, відіграє все більш помітну роль у світовій економіці. Туристична галузь входить в число економічних форвардів, що дають значну величину доданої вартості.

Список літературних джерел

1. Воронова Є. Ю. Тенденція розвитку менеджменту туризму в країнах Західної Європи. Автореф. дис. канд. ек. наук. — М.: МДІМВ. — 2011.

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

2. Статистика прибутих туристів по регіонах світу в 2010 році — http://www.world-tourism.org/frameset/silk_road.html.

3. Основні цілі міжнародних туристичних прибутих в 2011 році — <http://www.travel.ru>.

4. Туристична галузь в національній економіці країн Центральної та Східної Європи <https://cushmanwakefield.com.ua/uk/doslidzenna-gotelnii-rinok-kieva-na-karti-evropi>

Науковий керівник: Громоздова Л. В. к.е.н.,
доцент кафедри регіоналістики і туризму
ДВНЗ «Київський національний університет
імені Вадима Гетьмана»

Максютова О.В., аспірант,
Мукачівський державний університет

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТА

Туризм, будучи складовою частиною економіки, передбачає створення територіально-галузевої структури управління, що передбачає формування великого функціонально та територіально цілісного соціально-економічного утворення з високим рівнем територіальної концентрації підприємств і об'єктів туристично-рекреаційного та інфраструктурного призначення, супутніх галузей, а саме територіально-рекреаційного комплексу. Це створює певні переваги в загальній стратегії місцевого розвитку, до яких належать: розширення можливостей задоволення потреб шляхом диверсифікації пропонованих послуг за асортиментом, вартістю, змісту комбінованого пакету послуг; розширення ринкових сегментів споживачів, орієнтованих на послуги територіально-рекреаційного комплексу, враховуючи концентрацію у місті об'єктів, що пропонують різні послуги залежно від економічних, соціальних, демографічних, цільових характеристик; ефективне використання систем виробничої, транспортної та соціальної інфраструктури, проведення природоохоронних та культурних заходів.

Формування та розвиток туристичної інфраструктури міста залежать від двох складових: по-перше, від різноманітних тури-

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**