

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ТУРИСТСЬКОЇ ГАЛУЗІ

студент групи ПР-12 **Помаз В.В.**

Розглядаючи стан сьогодишньої економіки, можна сміливо зробити висновок що вона потребує доопрацювань у всіх галузях цієї сфери. Досить важливою з них є галузь туристична. Туризм є однією з найбільш розвинутих гілок економіки у всіх країнах, а особливо тих, де клімат цьому найбільше сприяє. Важко переоцінити галузь туризму, оскільки саме його розвиток значною мірою впливає на транспорт, зв'язок, торгівлю товарами власного виробництва в країні тим самим спричиняє підвищення розвитку соціально-економічної сфери як такої.

У зв'язку з останніми подіями в Україні туристична гілка економіки не приносить такий вклад як раніше, але не дивлячись на це, не можна списувати її повністю.

Україна – країна, в якій якнайкраще поєднуються багаті природні ресурси, які використовуються аби покращити здоров'я відпочиваючих. Кожний природний ресурс є невід'ємною частиною у формуванні здоров'я людини та вносить свій вклад, так наприклад клімат лісів, лісостепу і степу дає лікувальну дію на дихальну систему, а лікувальні грязі покращують стан шкіри. Туристи як і раніше приїжджають відпочивати в гори (Карпати найчастіше) також не дивлячись на велику кількість мегаполісів туристів приваблює архітектура багатьох міст України. В порівнянні з багатьма країнами Західної Європи велика кількість саме церковної архітектури знаходиться у країнах Східної Європи, що є великим плюсом для нашої країни, але не достатнє фінансування з боку держави призводить до того, що старі церкви стають занедбанними, а пізніше і взагалі не підлягають реставрації. В даному питанні Україна має досить великий потенціал, але не використовує його на повну, оскільки за даними Держкомстату в Україні приблизно 15% всієї території відноситься до рекреаційних та курортних зон.

На жаль Україна має досить низьку конкурентоздатність у галузі туризму і погіршує ситуацію той факт, що це відбувається не тільки на внутрішньому туристичному ринку, але і на міжнародному.

Досить багато факторів спричиняють сьогодишню ситуацію у сфері туризму. Постає нагальне питання сьогодення, методи підвищення популярності туристської галузі, збільшення фінансування та виведення туризму на вищий щабель.

Одним з рішень є те, що потрібно встановити нову маркетингову стратегію, або щонайменше підвищити рівень тієї, що є основною сьогодні. Такі фактори як сервіс обслуговування, транспорт, що просто не відповідають цінам встановленим на дані запропоновані послуги, невеликий асортимент продукції, що просто не може скласти конкуренцію багатьом світовим фірмам. Інформаційний фактор, який є більш ніж недосконалим просто унеможливило спроби конкуренції на світовому туристичному ринку. Тим самим формується недоброзичливий імідж туризму України на світовому ринку.

Держава має впливати на соціальні та економічні чинники цієї галузі, а не залишатись осторонь просто споглядаючи за напрацюванням у даній сфері за минулі роки, не привносячи жодних змін та реорганізації. Для цього треба звертати увагу на сферу туризму саме на місцях, а не тільки концентрувати зміни, або їх відсутність у столиці та найбільших т найбільш популярних містах країни. Для цього як варіант можна ввести певні вимоги до основних параметрів туристичного відпочинку та виконувати їх незалежно від рівня обслуговування, це підвищить деякий рівень довіри до даної сфери, оскільки споживач буде впевненим, що у деяких питаннях він обов'язково отримує те, що йому обіцяли. Ефективне використання природних ресурсів представлених на території країни призведе до підвищення відсотку отриманого грошового вкладу в бюджет країни. Також важливою складовою є відсутність (точніше незначна кількість) наданих пільг саме

туристичних компаніям та робітникам туристичних компаній. З одного боку вони стимулюють робітників збільшити кількість зацікавлених туристів, з іншого збільшується кількість шахрайства у даній сфері, що знову ж таки підриває репутацію туристичного бізнесу як такого.

Дивлячись в цілому на туристичний бізнес на теренах України стає зрозумілим, що досить важко нашій країні складати конкуренцію країнам, що уже отримали репутацію найкращих туристичних курортів, але тим самим стає ясным той факт, що Україна має можливість конкурувати, але для цього необхідно удосконалити основні сфери туристичної діяльності, які залишились без змін уже декілька років.

Науковий керівник: асист. Денисова І.В.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 135-136.