

Підгірна В.Н.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Данілова О.М.

кандидат сільськогосподарських наук,
доцент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Pidgirna Valentyna, Danilova Olha

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

У статті проведено діагностику туристичних потоків за регіонами світу та встановлено тенденцію зростання ролі туризму як на локальних, так і на міжнародному рівнях. Визначено, що розвиток національного ринку туристичних послуг та його сегментацію забезпечує індустрія туризму, що полягає у створенні туристичного продукту та його реалізації через туристичні підприємства певного функціонального призначення. Встановлено, що ключовим показником соціально-економічного розвитку України є внесок туристичної галузі у формування ВВП країни. Обґрунтовано, що успішному функціонуванню туристичної індустрії сприяє ефективна система організації її діяльності на основі узгодження об'ємних компонентів: туристично-ресурсного потенціалу, туристичного господарства, туристичної інфраструктури та туристичних потоків.

Ключові слова: туризм, інфраструктура, індустрія, туристичні потоки, економічний розвиток, добробут.

Постановка проблеми. Туризм являє собою одну з найбільш прибуткових та динамічних галузей світового господарства. Динамічність та масштабність туризму як суспільного явища виступають важливими передумовами для зростання суспільних потреб у послугах відпочинку в умовах поглиблення суспільного поділу праці. Передумовою існування туристичної інфраструктури слугує наявний природно-ресурсний потенціал, адже наша країна має багаті туристичні можливості, вигідне для туризму місце розташування на перехресті шляхів між Заходом та Сходом. В Україні є всі умови для того, щоб стати туристичною державою світового рівня. Також успішному функціонуванню туристичної індустрії сприяє ефективна система організації її діяльності. Дослідження закономірностей і вивчення тенденцій формування механізму інтеграції туристичної індустрії до глобального ринку туризму набуває особливої актуальності в сучасних умовах у зв'язку з кардинальними соціокультурними змінами, що відбуваються сьогодні у світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичну та методологічну основу досліджень щодо тенденцій розвитку ринку туристичної індустрії України становлять наукові дослідження і публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, серед яких слід виділити праці:

М. Мальської, В. Худо, В. Цибуха, О. Любіцевої, В. Кифяка, Н. Погуди, О. Розметова, О. Беспала, О. Смірнова, Ж. Богданова, М. Виноградова, Заячківської, Т. Ткаченко, Л. Красавцевої, О. Колесник, О. Короля, В. Філоненко, І. Черниш, А. Юр'єва та ін.

Разом із тим у наукових працях більшості авторів під час вивчення питання планування організації розвитку туристичної індустрії увага дослідників зосереджується тільки окремих структурних елементах. При цьому необхідність поглиблення наукового обґрунтування та оцінювання перспектив туристичної індустрії в аспекті активізації її економічного розвитку через обґрунтування механізму взаємодії визначила вибір теми, мету і змістовну спрямованість дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є характеристика функціональних можливостей суб'єктів туристичної діяльності України та обґрунтування на цій основі перспектив їх системної взаємодії.

Виклад основного матеріалу. В умовах національного і культурного відродження України на шляху розбудови незалежної держави туризм набуває виняткового значення як важливий чинник міжгалузевих зв'язків і ринкових відносин у національній економіці нашої країни.

Основою туристичної індустрії є передусім інфраструктура і туристичні послуги. Сучасна індустрія

туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства. Вона розглядається як система управління виробничими, транспортними, торговельними, сервісними підприємствами і засобами розміщення, призначена для задоволення попиту на туристичні товари і послуги, через підготовку кадрів та ефективне використання природних багатств, матеріальних, духовних і фінансових можливостей [2].

Під туристичною послугою розуміється комплекс дій суб'єктів індустрії туризму, які надаються окремій особі чи групі осіб для задоволення потреб, пов'язаних із переміщенням на певний проміжок часу із метою відпочинку, оздоровлення, навчання та ін. Конкурентоспроможна туристична послуга повинна відображати оптимальне співвідношення «ціна – якість».

Згідно із Законом України «Про туризм», туристична інфраструктура – це сукупність соціальних інститутів, організаційних структур та нормативно оформлених процедур, а також стан соціально-політичного клімату і суспільної свідомості в країні, що забезпечують безпечне функціонування та взаємодію суб'єктів туристичної діяльності, регулюють рух матеріальних, фінансових, інформаційних потоків між ними та навко-

лишнім (соціальним і природним) середовищем і використовуються для задоволення потреб туристів [9; 3].

Безумовно, інфраструктурними елементами ринку туристичних послуг є суб'єкти. Згідно із Законом України «Про туризм» [9], суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність, є «...юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземці та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність».

На туристичному ринку відбувається обмін грошових коштів туриста на послуги. За збалансованого обміну, з одного боку, відбувається задоволення інтересів виробника туристичного продукту і його споживача, а з іншого – створюються умови для поступового розвитку туристичної індустрії (рис. 1).

На цій основі модель взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг базується на чотирьох динамічно

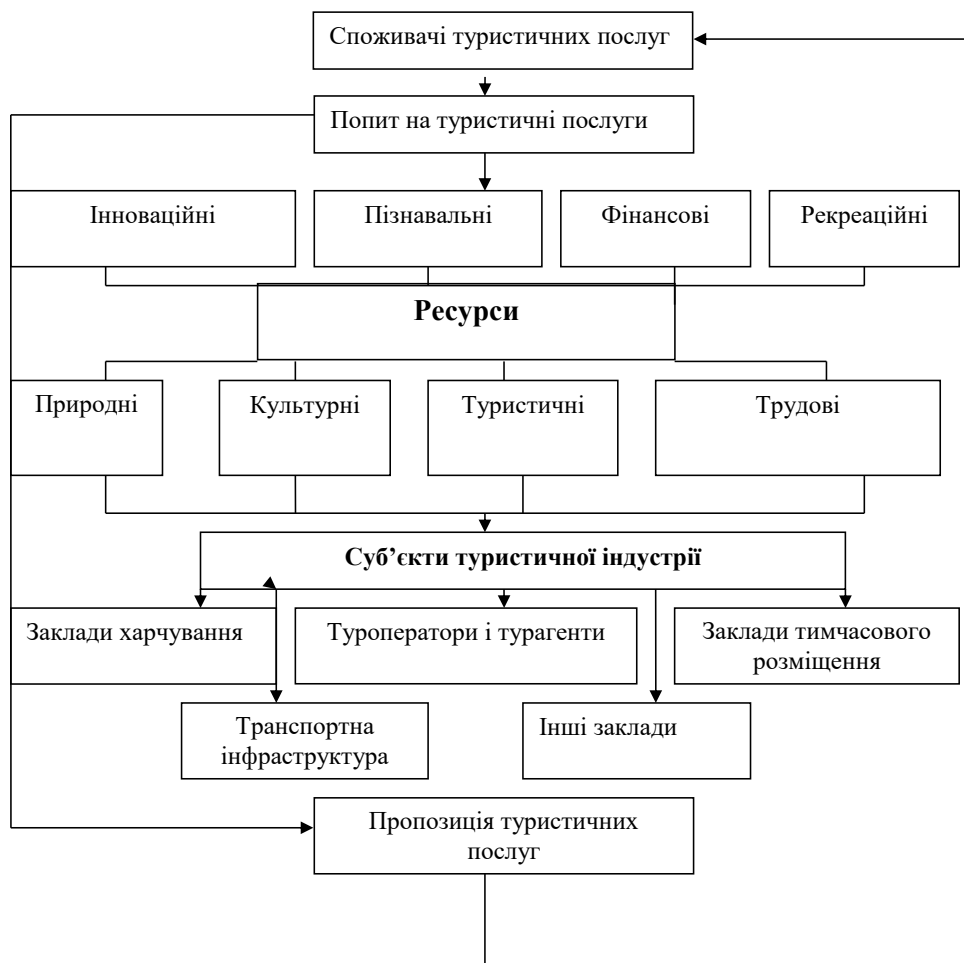


Рис. 1. Механізм функціонування ринку туристичної індустрії

Джерело: складено за даними [4–6; 12]

взаємодіючих етапах процесу руху туристичного продукту: перетворення природно-рекреаційного ресурсу на туристичну послугу; формування комплексного туристичного продукту; просування й дистрибуція туристичного продукту та його споживання і окреслює характер взаємодії, зв'язки та роль кожного з підприємств: продуцентів, виробників комплексного туристичного продукту та дистриб'юторів готового туристичного продукту в інфраструктурі туристичного ринку.

У процесі аналізу було встановлено, що в Україні за період 2014–2018 рр. спостерігаються зростання та спади в динаміці туристичних потоків (рис. 2).

Так, наведені статистичні дані щодо кількості іноземних громадян, які приїхали до України, свідчать, що після 2014 р. прослідковується стрибкоподібне зниження відвідувань унаслідок політичної нестабільності, військового конфлікту, несприятливого криміногенного стану в країні. Максимальна кількість громадян, які в'їхали до України, була зафіксована у 2018 р. – 14,2 млн осіб, мінімальна – у 2015 р. – 12,4 млн осіб.

Якщо говорити про мету поїздки, то знизився виїзд громадян із метою туризму, тоді як кількість громадян, навпаки, збільшилася з 26,4 млн осіб у 2017 р. до 27,8 млн осіб у 2018 р., тобто на 5,3%. За підсумками 2018 р. українські громадяни найчастіше виїжджали до: Польщі – 35,6%; Росії – 15%; Угорщини – 11,6%; Молдови – 6%; Білорусії – 5%. Така ситуація зумовлена тим, що більшість цих поїздок пов'язана із сезонним працевлаштуванням українців у цих країнах та приватними поїздками із закупівлі товарів.

Згідно з інформацією Державної служби статистики, загальна кількість туроператорів, турагентств та суб'єктів екскурсійної діяльності за період 2015–2018 рр. зросла на 1 111 одиниць, або на 35%, та становила у 2018 р. 4 293 підприємства, якщо порівнювати з 2015 р. Протягом 2018 р. послугами туристичних операторів, які надали звіти, скориста-

лося 3 376,4 тис туристів, що на 31,6 більше, ніж у 2017 р. (2 564,2 тис грн), у цій структурі лівова частка – 3 334,4 тис туристів – були громадянами України [15].

Безпосередньо населенню у 2018 році було реалізовано 815,7 тис путівок загальною вартістю 21 914,9 млн грн, що на 27,2% менше, ніж у 2017 р., через причину купівлі меншої кількості туроднів на 23,1%.

З 18 березня по 14 квітня 2019 р. Українською асоціацією туристичних агентств (далі – Асоціація УАТА) проведено опитування серед директорів і менеджерів туристичних фірм України про туроператорів, що мають власні чартерні програми за найбільш масовими напрямками [13]. За основу було взято кілька критеріїв, а саме: ціна, програма раннього бронювання, робота гідів та ін. Згідно із цим рейтингом, дев'ятка найкращих компаній із туризму виглядає так (табл. 1).

Серед великої кількості туроператорів, які функціонують на ринку України, було визначено лідерів на основі складеного Асоціацією УАТА рейтингу. Першість отримав туристичний оператор TEZ Tour за такими параметрами, як: актуальність цін, відсутність прихованих платежів та непідтверджених замовлень, якісна робота гарячої лінії, оперативне вирішення суперечливих моментів.

Досить цікавою є ситуація з туристичним оператором Join UP, адже фірма активізувала роботу і піднялася з четвертої (за результатами оцінки літнього сезону) на другу позицію з невеликим відривом від лідера. Роботу компанії оцінили найвище за такими критеріями, як комісійна політика, доступність інформації із сайту, використання Promo Price, умови раннього бронювання.

Ще один цікавий «казус» пов'язаний із голосуванням за критерієм «гаряча лінія». Тут друге місце закріплюється за TO Pegas Touristik, що не має офіційної лінії взагалі. Очевидно, що агенти інтерпретували питання більш широко й оцінили не стільки саму «гарячу

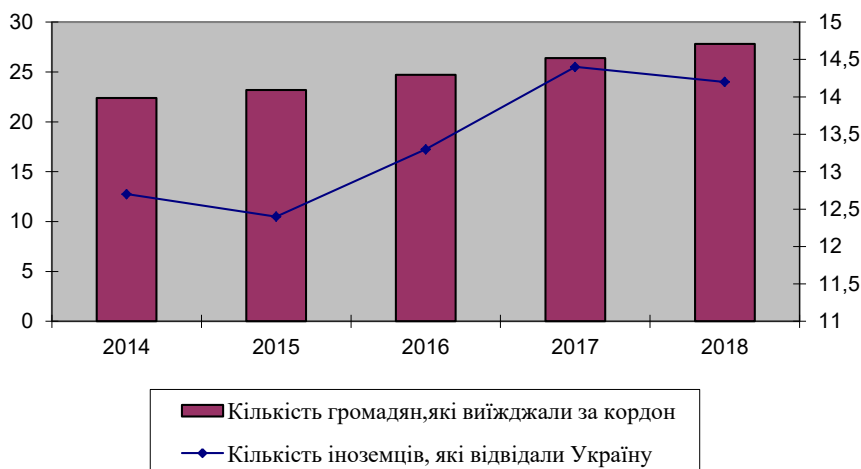


Рис. 2. Туристичні потоки України за 2014–2018 рр.

Джерело: складено за даними [11; 12]

Рейтинг туроператорів за рівнем надання туристичних послуг за результатами 2018 р.

Туроператор	Справедливість комісійної програми	Сайт (зручність, швидкість)	Актуальність цін	Використання Promo Price	Приховані платежі	Непідтвердження замовлень	«Гаряча лінія»	Швидкість у вирішенні питань	Умови розрахунку при ранньому бронюванні	Виставлення рахунків	Всього
TEZ Tour	4,15	4,04	4,47	4,57	4,33	4,35	3,84	4,11	4,30	4,34	4,25
Join UP!	4,32	4,39	4,04	4,65	4,09	3,38	3,47	3,42	4,38	4,55	4,07
Pegas Touristik	4,07	3,99	4,37	3,87	4,15	4,16	3,56	3,78	4,09	4,40	4,04
Kompas	3,86	3,55	4,1	4,22	4,06	3,76	3,49	3,67	3,98	4,20	3,89
TUI	3,91	3,73	3,73	2,43	3,47	3,89	3,45	3,65	4,17	4,36	3,68
Coral Travel	3,46	3,11	3,99	2,01	3,73	4,03	3,37	3,53	4,10	4,26	3,56
Anex Tour	3,96	3,85	3,06	3,72	2,02	4,06	2,24	2,62	2,07	4,07	3,27
TPG	3,17	3,21	2,84	1,65	2,84	2,63	3,07	2,78	3,69	4,01	2,99
Середнє	3,86	3,74	3,82	3,39	3,59	3,78	3,31	3,44	3,97	4,27	3,72

Джерело: складено за даними [13]

лінію», скільки можливість оперативно вирішити своє питання за будь-якими доступними каналами. Замикає рейтинг туристична компанія TPG із показником 2,99%.

Наступний елемент туристичної індустрії входить до групи «колективні засоби розміщення». Так, згідно з міжнародною класифікацією, до закладів розміщення, крім готелів та закладів готельного типу, подібні послуги можуть надавати оздоровчо-лікувальні заклади, пансіонати відпочинку, проте в останніх розміщення є другорядною метою порівняно з готелями та аналогічними засобами розміщення (мотелі, хостели, гуртожитки для приїжджих, туристичні бази).

При цьому готелі та подібні заклади залишаються основними підприємствами надання послуг розміщення. У цілому, за даними Державної служби статистики України, кількість підприємств готельного типу за період 2005–2010 рр. збільшилася на 40,5%. Це свідчить про те, що готельне господарство є одним із найважливіших складників туристичної індустрії України. Так, за період 2015–2018 рр. кількість готелів та аналогічних засобів розміщення збільшилася на 378 одиниць. На цьому тлі зросла кількість готелів – на 263 од., мотелів – на 44 од., хостелів – на 31 од.

В умовах загострення конкурентної боротьби ефективне використання досвіду провідних країн дає можливість під іншим кутом подивитися на існуючі проблеми досліджуваної галузі. У контексті досліджень було встановлено чинники, які становлять слабкі сторони функціонування ринку суб'єктів туристичної індустрії, до яких варто віднести: «нестачу інформації про український туристичний продукт»; політичну ситуацію в Україні; недосконалість нормативно-правового забезпечення; транспортну інфраструктуру України; відсутність кваліфікованих кадрів у сфері туризму [7; 8].

Сильні сторони туристичної інфраструктури: збереження та раціональне використання природних територій та курортів; забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів; імплементація

законодавства ЄС у сфері туризму; формування та просування позитивного іміджу України; освоєння нових туристичних технологій.

Розвиток інфраструктури ринку туристичних послуг схематично можна зобразити у вигляді системи взаємозв'язків між суб'єктами туристичної індустрії у форматі «влада – громада – туристична інфраструктура». Механізм взаємозв'язку відтворено на рис. 3.

Виходячи з інформації, розміщеної на рис. 3, варто зазначити, що частина туристичної інфраструктури формується на національному рівні, охоплює нормативно-правове регулювання, правопорядок, безпеку, охорону здоров'я та ін. Проте не менш важливою є інша частина, яка формується на регіональному та місцевому рівнях. І від ефективності діяльності суб'єктів на місцях, буде залежати добробут країни у цілому.

Висновки. Інфраструктура туристського ринку, виконує роль каталізатора, активатора туризму [2]. Вона стає фундаментом для будівництва туристичного комплексу на основі наявних туристських ресурсів (об'єктів туризму) із заданими характеристиками, тобто формами, видами та різновидами туристського продукту (поєднання туристських і додаткових послуг) і заданою ринковою вартістю.

Оцінюючи реальну ситуацію на ринку туристичних послуг України, слід відзначити, що туризм тільки почав відновлюватися за економічними показниками, а головне – зростає довіра не лише іноземних туристів, а й передусім українських громадян, що свідчить про позитивні зрушення, однак без державної підтримки даної сфери економіки туризм не зможе розвиватися за оптимістичним сценарієм. Сприятливі умови для формування механізму взаємодії суб'єктів туристичної індустрії заклала «Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», що була прийнята 16 березня 2017 р. Фактично дана Стратегія заклала новий формат співпраці: «влада – громада – бізнес – туристична інфраструктура» [17].



Рис. 3. Механізм функціонування ринку туристичної індустрії

Джерело: складено за даними [5]

Список літератури:

1. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу : навчальний посібник. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка. 2003. 272 с.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.
3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навчальний посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.
4. Погуда Н.В., Розметова О.Г. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. URL : file:///C:/Users/Acer/Desktop/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96%20%D0%BF%D0%BE%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83/59.pdf (дата звернення: 11.12.2019).
5. Менеджмент туристичної індустрії : підручник : у 3-х ч. / В.П. Руденко та ін. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2019. 504 с.
6. Полковниченко С.О., Мурай А.О. Оцінка конкурентоспроможності України на європейському ринку туристичних послуг. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. URL : file:///C:/Users/Acer/Desktop/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96%20%D0%BF%D0%BE%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83/114.pdf (дата звернення: 03.12.2019).
7. Беспала О.А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 6(34). URL : file:///C:/Users/Acer/Desktop/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96%20%D0%BF%D0%BE%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83/9.pdf (дата звернення: 21.11.2019).
8. Виноградова М.В., Солдатов П.І. Інфраструктура туристського комплексу. *Вестник Томського державного університету*. 2009. № 3(24). С. 264–270.
9. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР, редакція від 04.11.2018, підстава – 2581-VIII. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 03.02.2019).
10. Eurostat. URL : <http://ec.europa.eu/eurostat/> (дата звернення: 03.01.2020).
11. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 23.11.2019).

12. Офіційний сайт Департаменту туризму і курортів Міністерства економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства. URL : <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e42d3b8-108a-4c21-a413-8d80aa724e5c&title=ViddilRozvitkuTurizmu> (дата звернення: 23.10.2019).
13. Українська маркетингова група. URL : <http://www.umg.ua/> (дата звернення: 11.12.2019).
14. Україна стала членом Європейської туристичної комісії. URL : <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics/92650-ukraina-stala-chlenom-evropejskoi-turistichnoi-komisii.htm> (дата звернення: 14.11.2019).
15. UNWTO World Tourism Barometr. URL : <http://mkt.unwto.org/barometer> (дата звернення: 14.11.2019).
16. Travel & Tourism Economic Impact, 2018. Ukraine. URL : <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economicimpact-research/countries-2018/ukraine2018.pdf> (дата звернення: 10.11.2019).
17. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р.

References:

1. Maljsjka M. (2003). *Osnovy turystychnogho biznesu* [Basics of tourism business]. Lviv: Ivan Franko Publishing Center, 272 p.
2. Ljubiceva O. (2002). *Rynok turystychnykh poslugh (gheoprostorovi aspekty)* [Tourist services market]. Kiev: Alterpress, 436 p.
3. Kyfjak V. (2003). *Orghanizacija turystychnoji dijalnosti v Ukraini* [Organization of tourist activity in Ukraine]. Chernivtsi: Books-XXI, 300 p.
4. Poghuda N. Rozmetova O. (2018). *Suchasnyj stan turystychnogho rynku Ukrainy: ocinka ta perspektyvy rozvytku* [The current camp of the tourist market of Ukraine: assessment and perspective development]. *An efficient economy (electronic journal)*, vol. 10, Available at: <file:///C:/Users/Acer/Desktop/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96%20%D0%BF%D0%BE%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83/59.pdf> (accessed: 11.12.2019).
5. Rudenko V., Vaceba V., Pidghirna V. (2019) *Menedzhment turystychnoji industriji* [Tourism industry management]. Chernivtsi: Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, 504 p.
6. Polkovnychenko S., Muraj A. (2018) *Ocinka konkurentospromozhnosti Ukrainy ta Jevropejskomu rynku turystychnykh poslugh* [Evaluation of the competitiveness of Ukraine and the European tourism market]. *An efficient economy (electronic journal)*, vol. 12, Available at: <file:///C:/Users/Acer/Desktop/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96%20%D0%BF%D0%BE%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83/114.pdf> (accessed: 03.12.2019).
7. Bepala O.A. (2017) *Suchasnyj stan, problemy ta perspektyvy rozvytku turystychnogho rynku v Ukraini* [The current state, problems and prospects of tourism market development in Ukraine]. Odessa National Polytechnic University. *Economy: the realities of time (electronic journal)*, vol. 6(34), Available at: <file:///C:/Users/Acer/Desktop/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%96%20%D0%BF%D0%BE%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83/9.pdf> (accessed: 21.11.2019).
8. Vynogradova M., Soldatov P. (2009) *Ynfrastruktura turystskogho kompleksa* [Infrastructure tourist complex]. Tomsk: Tomsk State University, vol. 3 (24), pp. 264-270.
9. On Tourism: Law of Ukraine. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (accessed: 03.02.2019).
10. Eurostat. Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/> (accessed: 03.01.2020).
11. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed: 23.11.2019).
12. Official Website of the Department of Tourism and Resorts of the Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture. Available at: <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e42d3b8-108a-4c21-a413-8d80aa724e5c&title=ViddilRozvitkuTurizmu> (accessed: 23.10.2019).
13. Ukrainian marketing group. Available at: <http://www.umg.ua/> (accessed: 14.11.2019).
14. Ukraine has become a member of the European Tourism Commission. Available at: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics/92650-ukraina-stala-chlenom-evropejskoi-turistichnoi-komisii.htm> (accessed: 23.12.2019).
15. UNWTO World Tourism Barometr. Available at: <http://mkt.unwto.org/barometer> (accessed: 14.11.2019).
16. Travel & Tourism Economic Impact, 2018. Available at: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economicimpact-research/countries-2018/ukraine2018.pdf> (accessed: 10.11.2019).
17. On approval of the Tourism and Resort Development Strategy for the period until 2026: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of March 16, 2017 No. 168-p.

ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В статье проведена диагностика туристических потоков по регионам мира и установлена тенденция возрастания роли туризма как на локальных, так и на международном уровне. Определено, что развитие национального рынка туристических услуг и его сегментация обеспечивает индустрия туризма, которая заключается в создании туристического продукта и его реализации через туристические предприятия определенного функционального назначения. Установлено, что ключевым показателем социально-экономического развития Украины является вклад туристической отрасли в формирование ВВП страны. Обосновано, что успешному функционированию туристической индустрии способствует эффективная система организации ее деятельности на основе согласования объемных компонентов: туристско-ресурсного потенциала, туристического хозяйства, туристической инфраструктуры и туристических потоков.

Ключевые слова: туризм, инфраструктура, промышленность, туристические потоки, экономическое развитие, благополучие.

CHARACTERISTICS OF THE TOURISM MANAGEMENT INDUSTRY AT THE CURRENT STAGE

Development of the tourism market services and its infrastructure is an urgent issue of the most current economic researches. That's because the functioning of the economic system depends mostly on coordinated work of subjects of tourist activity. Modern tourism industry is one of the most rapidly growing branches of the world economy. It can be treated as a separate type of economic activity as well as an interbranch complex. It is marked that the development of the national market of tourism services and its segmentation is provided by tourism industry through certain tourist companies. It has been proved that tourism is an effective means of economic and social development and can provide significant benefits for the country. On the basis of this, it is established that the key indicator of social and economic development of Ukraine is the contribution of tourism branch to the formation of GDP of the country. The importance of getting income from providing tourist services and its influence on tourist companies and economy of the country has been proved and justified. Based on the rating evaluation of tour operators, the leaders of the tourist services were outlined on the results of 2018. A number of obstacles to the complete usage of Ukraine's potential has been indicated, such as unstable economic and political situation, absence of the quality transportation system and logistics etc. It has also been clarified, that Ukraine doesn't use efficiently its favorable conditions for the entry tourism. Among them we can mention good geographic position, natural, recreational and cultural-historic resources, labour potential. Strategic approaches to the development and improvement of the tourism market has been motivated on the basis of Government Strategy for Ukrainian Tourism and Resort development for the period till 2026. It is established that the infrastructure of the tourist market acts as a catalyst, activator of tourism. It becomes the foundation for the construction of a tourist complex on the basis of available tourist resources (tourism objects) with specified characteristics, ie forms, types and varieties of tourist product (combination of tourist and additional services) and a given market value. On this basis we can conclude that the tourism industry is of great economic and social importance for our country.

Key words: tourism, infrastructure, industry, tourist flows, economic development, welfare, entry tourism.