

ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ СЕКТОР ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Степаненко Вікторія Олексіївна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри політичної економії

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Степаненко Наталія Олексіївна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри політичної економії

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

На початку ХХІ століття розвиток туристичної індустрії набув великих розмірів. Ця галузь стала приносити високі прибутки країнам, які її розвивають. Не виключення і країни Європейського союзу. Сьогодні туристичний ринок набуває рис високо конкурентного середовища, в якому кожна країна намагається стати першою у просуванні туристичного товару. Підраховано, що прибутки від туристичної індустрії з кожним роком займають все більші показники у бюджетах країн світу. Саме тому розвиток туристичної діяльності в Україні є важливим чинником в умовах євроінтеграції.

Європейські цінності та євроінтеграційний вектор розвитку України є реаліями політичного сьогодення. Європейські орієнтири набули актуального практичного втілення у низці рішень та дій як української держави, так і офіційних органів Євросоюзу. Отже, перед Україною постали завдання набуття нової якості економічного зростання та здійснення структурних економічних перетворень з метою підвищення рівня конкурентоспроможності на загальноєвропейському ринку.

Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери України. Розвиток туризму сприяє диверсифікації економіки, стимулює приплив іноземних інвестицій, прискорює розвиток експорту, стимулює залучення до міжнародної діяльності суміжних галузей економіки, сприяє створенню додаткових робочих місць і забезпеченню зайнятості населення, зростанню доходів населення і підвищенню добробуту нації.

Вплив туризму на економічний розвиток можна прослідити й у поживленні ділової активності, збільшенні обсягів виробництва та реалізації товарів і послуг завдяки зростанню попиту населення. В економіці України, що спрямована на активну євроінтеграцію, а також інтеграцію у світове господарство, туристична галузь поступово перетворюється на основу соціально-економічного розвитку. Однак, слід зазначити, що темпи цих перетворень залишаються незадовільними, про що свідчать найнижчі позиції у світових рейтингах туристичного ринку. Поліпшити ситуацію можна шляхом реформування системи державного регулювання туристичної галузі України.

Сьогодні, незважаючи на достатній рівень нестабільності у соціально-економічній сфері, країною все ж таки обрано стратегію євроінтеграції. Євроінтеграція – це процес соціально-економічного об'єднання країн на основі розвитку глибоких стійких взаємозв'язків і розподілу праці між національними господарствами, взаємодії їх суб'єктів господарювання, виробничих структур на різних рівнях та у різних формах [3].

Цілком зрозуміло, що інтеграційний процес на відповідних напрямках полягає у впровадженні європейських норм і стандартів в освіті, туризмі, поширенні власних культурних і науково-технічних здобутків у ЄС. В результаті такі кроки сприятимуть підвищенню в Україні європейської культурної ідентичності та інтеграції до загальноєвропейського інтелектуально-освітнього та науково-технічного середовища. Подальший розвиток демократії, політична стабільність, визначення пріоритетних напрямків економічного розвитку, майбутній вступ України до ЄС – усе це забезпечить створення

високоприбуткової туристичної галузі, яка задовольнить потреби внутрішнього та міжнародного туризму, з урахуванням природнокліматичного, рекреаційного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу країни, її національних особливостей.

Сучасний етап економічного розвитку України визначається реалізацією економічної політики, спрямованої на зближення з ЄС. Отже, розвиток туристичного бізнесу стає надалі одним з найперспективніших напрямів розвитку української економіки.

Економіка туристичного бізнесу уявляє собою сукупність суспільних відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, а саме при виробництві, розподілі, обміні та споживанні туристичних послуг (туристичного продукту).

Економіка туристичного бізнесу є складовою частиною народногосподарського комплексу країни як каталізатора економічного зростання [2]. Суб'єкти господарювання, які беруть участь в обслуговуванні туристів, мають отримувати при цьому значні прибутки, що дозволяє стверджувати про туризм як галузь бізнесу.

Таким чином, комерційна спрямованість діяльності туристичних підприємств, розробка організаційних аспектів по залученню і обслуговуванню туристів – від планування і підготовки маршрутів до стрімкого будівництва готельних комплексів, від співпраці з клієнтами до розвитку туристичної інфраструктури окремих регіонів – дозволяє віднести туристичну сферу до сучасної індустрії відпочинку, лікування, розваг і бізнесу.

Після підписання Україною Угоди про Асоціацію з ЄС, роль туристичної галузі в соціально-економічному розвитку країни зумовлює необхідність удосконалення механізмів державного управління туризмом, основною метою якого є створення сприятливих умов розвитку туризму безпосередньо та суміжних галузей.

На сьогоднішній день туристичний бізнес в Україні як складова економічного комплексу характеризується такими властивостями і функціями:

створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і здійснює його реалізацію, активно використовуючи маркетингові комунікації;

має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам;

формує ринок туристичних послуг за різними рівнями комплексності;

працює як мультиплікатор росту національного доходу, валового внутрішнього продукту, зайнятості населення;

сприяє розвитку місцевої інфраструктури та підвищенню рівня життя населення;

уявляє собою сферу, в якій дешево створюються робочі місця та забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;

є досить ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини країни, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;

функціонує у взаємозв'язку практично з усіма галузями і видами діяльності людей;

має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [2].

Україна являє собою унікальний комплекс історичних, культурних та природних пам'яток, а також має значні рекреаційні можливості, що сформувалися завдяки географічному положенню та історичному розвитку нашої держави. Тому вона має значні та реальні перспективи розвитку туристичної галузі, завдяки чому повинна зайняти одне з достойних місць серед країн – світових туристичних лідерів. Отже, в умовах глобалізації у туризмі Україна повинна зробити туристичну галузь однією з пріоритетних галузей економіки.

Нестача точної рекламної інформації і вказівників стає ще одною проблемою прагнення до більш глибокого інтегрування українського туристичного бізнесу до європейського ринку. Серед іноземців, які відвідали нашу країну, переважали громадяни Російської Федерації, Республіки Молдови,

Білорусі, Польщі, Румунії, Угорщини, Словаччини, Німеччини, Узбекистану, Туреччини та США.

Досліджуючи український ринок туристичних послуг в умовах інтеграції до Євосоюзу, слід зазначити, що країна володіє значними конкурентними перевагами в пропозиції туристичного продукту, а саме: зручне географічне розташування, сприятливий і різноманітний клімат, унікальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, багата культурно-історична спадщина.

Список використаних джерел.

1. Давидова О.Г. Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід / О.Г. Давидова // Ефективна економіка. – 2012. – № 10.
2. Козловський Р. Україна: туристичний рух – 2013 / Р. Козловський // Український туризм. – 2014. – № 1. – С. 26–28.
3. Матюшенко І.Ю. Євроінтеграція України в системі міжнародної економічної інтеграції: навчальний посібник / І.Ю. Матюшенко, С.В. Беренда, В.В. Резніков. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – 496с.
4. Ризики європейського інтеграційного проекту: виклики та можливості для України / І. В. Клименко, І. В. Ус. – К.: НІСД, 2012. – 88 с.
5. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави : нац. доп. / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.] – К. : НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
6. Туристичний маркетинг: можливості та пріоритетні напрями розвитку: монографія / О. Азаряк, Ю. Каспарієне, О. Іщенко, Г. Ворошилова. – Донецьк : [Дон НУЕТ], 2009. – 184 с.
6. Угода про асоціацію між Україною, з однією сторони, та Європейським Союзом та його державами-членами, з іншої сторони [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: [http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf). – Назва з екрану.