

- налагодження механізмів співпраці органів державної влади з громадськими, науковими та бізнес-структурами;
- підвищення рівня безпеки на туристичних об'єктах і маршрутах, своєчасне надання невідкладної допомоги туристам, які постраждали під час подорожі;
- облаштування інфраструктури та інформаційного забезпечення туристичних об'єктів і маршрутів;
- вдосконалення податкового законодавства, що сприятиме вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекси.

Підсумовуючи викладене, слід відзначити, що розвиток туристичного бізнесу України залежить від системи факторів. Систематизація та класифікація цих факторів дозволить вивести галузь туризму на новий вектор розвитку, а необхідними організаційними заходами які сприятимуть стійкому розвитку бізнесу є: поглиблений розвиток інфраструктури галузі для комплексного обслуговування всіх категорій туристів; організація періодичних тренінгів та семінарів туристичного спрямування для туристичного бізнесу та зацікавлених осіб; застосування інновацій у вигляді централізованої комп'ютерної мережі резервування місць розміщення та створення реальної бази про послуги у сфері туризму; сформувавши державну політику в галузі туризму, яка сприятиме його стійкому розвитку.

Список використаних джерел:

1. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс] : Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>
2. Закон України «Про туризм» у редакції від 26.04.2014 [Електронний ресурс]. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua>.

Підлужна О. Б., к.геогр. наук,
старший викладач
ВП НУБіП України «Бережанський
агротехнічний інститут», м. Бережани, Україна

ТЕНДЕНЦІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Сучасний туризм – це сфера економіки та життєдіяльності суспільства, яка загалом тією чи іншою мірою інтегрує практично всі галузі. Саме це й повинно стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни, стимулювати важливі галузі економіки, сприяти зміцненню позитивного іміджу України на світовій арені. Туристичні підприємства сьогодні перебувають під негативним впливом комплексу чинників мега-, макро- та мезосередовища, непередбачуваних за своїми обсягом, силою впливу та характером. Серед таких чинників – політичні, соціальні та екологічні колапси, воєнна агресія та інтервенція окремих територій країни, повільні темпи

ліквідації наслідків світової фінансово економічної кризи, нові проблеми щодо співвідношення попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг, слабка мобільність структурних змін у секторі туризму, не готовність персоналу підприємств швидко й ефективно реагувати на зміни.

Основні моменти, необхідні для формування сучасної стратегії просування туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках, такі:

- широкомасштабне проведення рекламно інформаційної компанії в засобах масової інформації в Україні та за кордоном;
- розвиток виставково-ярмаркової діяльності у сфері туризму;
- організація презентацій туристських можливостей України в країнах, що спрямовують туристів в Україну;
- організація мережі інформаційних центрів для іноземних туристів в місцях проходження найбільших туристичних потоків;
- формування сучасної статистики туризму.

Головне завдання підприємств туристичної галузі полягає в організації комфортного та якісного забезпечення мотиваційних вимог туриста. Відповідність вимогам гарантує ефективність їх діяльності на ринках різного рівня. Туристична галузь функціонує і розвивається, скерована державною туристичною політикою у сфері туризму. Функціями підприємств туристичної галузі є створення, реалізація та організація споживання послуг та товарів туристичного призначення, виробництво туристичного продукту. Туристична галузь складається з підприємств, що надають послуги гостинності, транспортні послуги, та підприємств, що створюють комплексний туристичний продукт і організують його споживання (туроператори і турагенції). Однією з найважливіших особливостей туризму як об'єкта управління є те, що туризм – це специфічна форма діяльності людей. Тому під час розроблення системи управління туристичним підприємством необхідно враховувати особливості туристичних послуг і туристичного продукту. Відповідно до цього можна виокремити декілька спільних рис, характерних для управління туризмом:

- невідчутність і незбереженість туристичного продукту;
- різноманітність та пріоритет бажань кінцевих споживачів під час планування туристичної діяльності;
- значущість маркетингу в туризмі;
- унікальність туристичної послуги.

Під час дослідження особливостей роботи туристичних організацій встановлено, що в галузі туризму важливо розробити систему менеджменту туристичних організацій, яка б саме поєднувала ефективне управління організаціями з одночасним їх становленням як суб'єктів господарювання, що розвиваються, гнучко адаптуються до змінних ринкових умов, діють на ринку, випереджаючи його тенденції. Оскільки класичні методи організаційного менеджменту ґрунтуються на критеріях якості, повноти, своєчасності, безпеки надання послуг та товарів, малопридатні до умов непередбачуваного розвитку ринку туризму, необхідно розробити систему менеджменту, максимально адаптовану до динаміки туристичних потоків, як зовнішніх, так і внутрішніх,

туристичного споживання та інших тенденцій на ринку туризму [1].

Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних туристичних послуг необхідно розширювати інноваційну діяльність, а саме: сформувати інноваційні стратегії розвитку туристичної індустрії на державному рівні, зокрема, підтримку наукових розробок у сфері інновацій у туризмі; створити єдину мережу туристично-інформаційних центрів, що є особливо актуальним під час підготовки до Чемпіонату, адже для іноземних туристів користування швидкими і доступними засобами отримання інформації про туристичні можливості країни, в якій вони перебувають, є звичним, а отже, необхідним; виявити проблеми та створити умови для інноваційних форм організацій туристичної діяльності, які б забезпечили зростання конкурентоспроможності фірмам та регіонам, а також формування взаємопов'язаних інститутів, що призначені для фінансування інфраструктури інноваційної діяльності та інноваційних проектів у галузі туризму й рекреації, наприклад – створення туристичних кластерів, регіональних рекреаційних корпорацій, спеціальних економічних зон тощо.

Список використаних джерел:

1. Ковальчук С., Миколишина В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 6. Т. 4. С. 60-65.

Подарин В.Р., студентка

Науковий керівник: Мороз Л.А., к.е.н, доцент
Національний університет “Львівська політехніка”,
м. Львів, Україна

ІМІДЖ ДЕРЖАВИ У КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМИ ЕКОНОМІКИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Екологічна наука зробила великий внесок у розуміння природного світу та впливу людей на цей світ. Проте важливо зауважити, що світ у своїй більшості, а саме підприємці, чиновники, переважно читає книги чи новини про бізнес, владу та економіку, а вартувало б і природокористування взяти до уваги. У скількох політиків у виборчій програмі вказані пункти як не щодо заходів для зменшення шкідливого впливу на Землю, то хоча б не збільшення частки впливу країни на погіршення стану екосистем? Як на мене, риторичне запитання.

XXI століття – століття протиріч: коли світом керують гроші та знищується все заради тих самих грошей, але мовчати, приховувати наслідки діяльності людства вже не вдається і про це говорять, багато говорять. У XXI столітті неабиякою потужною річчю є тенденція, і гроші це просто ще одна тенденція. На мою думку, найголовнішою тенденцією слід вважати економіку природокористування, екологічність усіх процесів, які мають вплив на природу.

Беручи до уваги визначення іміджу держави у контексті екологічної економіки, економіки природокористування, можна сказати, що це сформована сукупність уявлень про державу щодо її розумного, раціонального, продуктивного використання природних ресурсів, а також екологічної ефективності подолання наслідків свого впливу на планету. На жаль, у сучасному неоіндустріальному суспільстві немає країн з досконалим іміджем, проте не може