

4. Катеринопільський район // Енциклопедія сучасної України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=11048](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=11048).

5. Катеринопільський район. Черкаська область. Вікі любить пам'ятки // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Вікі\\_любить\\_пам'ятки/Черкаська\\_область/Катеринопільський\\_район](https://uk.wikipedia.org/wiki/Вікі_любить_пам'ятки/Черкаська_область/Катеринопільський_район).

**Науковий керівник:** доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,  
к. геогр. н., доцент В.І. Новикова

*Ю.В. Ченіжна*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ**

Сьогодні туризм є однією з найбільш динамічних галузей світової економіки. Його розвиток сприяє зростанню зайнятості, диверсифікації економіки, оскільки сфера туризму і курортів пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, підвищує інноваційність національного господарства. За оцінкою Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту з урахуванням непрямого ефекту становить 10 відсотків. Загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11 відсотків [1]. Важлива роль туризму у збереженні і розвитку культурного потенціалу, гармонізації відносин між різними країнами і народами, збереженні екологічно безпечного довкілля, у реалізації зовнішньої політики держави, що свідчить про перспективність та необхідність його розвитку на міжнародному, державному та регіональному рівнях.

Унікальність туризму полягає в можливості здійснення туристичної діяльності практично в будь-якому регіоні шляхом використання різноманітних історичних, культурних, природних та інших видів ресурсів, що обумовлено існуванням різних видів туризму. Ефективність залучення та використання цих ресурсів у сфері туризму залежить від якості взаємодії суб'єктів регіонального туристичного ринку.

Основними суб'єктами ринкових відносин у сфері туризму на регіональному рівні є:

- органи державного управління і контролю;
- підприємства-виробники туристичних послуг (туристичні бази, бази відпочинку, лікувально-оздоровчі установи тощо);
- туристичні оператори та турагенти (формують та продають туристичний продукт);
- підприємства, що надають послуги з розміщення та харчування туристів (готелі, пансіонати, мотелі, кафе, ресторани тощо);
- підприємства та установи сфери дозвілля;
- підприємства транспорту;
- об'єкти туристичних відвідувань (історичні, культурні пам'ятки, природні ресурси тощо);
- рекламно-інформаційні підприємства та установи [2, 211].

Наявність тісного взаємозв'язку між усіма учасниками туристичного ринку зумовлює об'єктивну необхідність широкого використання партнерства як основи взаємовідносин учасників індустрії туризму у вигляді організованої взаємодії для досягнення найбільш ефективним шляхом загальних економічних, соціальних та інших цілей, здійснюване на основі кооперації.

Відносини партнерства загалом і державно-приватного зокрема ґрунтуються на наступних принципах:

- рівність перед законом;
- заборона будь-якої дискримінації прав партнерів;
- узгодження інтересів партнерів з метою отримання взаємної вигоди;

- незмінність протягом усього строку дії договору, укладеного в рамках партнерства;
- визнання партнерами прав і обов'язків, передбачених законодавством та визначених умовами договору, укладеного у рамках партнерства;
- справедливий розподіл між партнерами ризиків, пов'язаних з виконанням договорів, укладених у рамках партнерства [3].

Використання підходу «партнерства» не обмежується співпрацею лише з виробниками туристичних послуг, а має поширюватися на відносини з клієнтами, органами державної влади та місцевого самоврядування, недержавними організаціями, працівниками туристичних підприємств, економічними організаціями інтегрованої сфери туризму.

Враховуючи багатогалузеву структуру індустрії туризму, партнерство підприємств може мати як вертикальний (між підприємствами різних галузей, одні з яких виступають постачальниками, інші – споживачами), так і горизонтальний характер (між підприємствами однієї галузі або регіону).

Разом з тим функціонування туристичного ринку на засадах партнерства буде неефективним без виконання низки умов:

- політична та економічна стабільність, високий рівень доходів населення;
- гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання;
- залучення інвестицій у розвиток туристичної галузі;
- розвиток транспорту, засобів зв'язку;
- забезпечення високого рівня безпеки подорожей;
- збереження та розвиток туристичних ресурсів (заходи щодо збереження довкілля, збереження та відновлення історико-культурної спадщини);
- підвищення рівня обслуговування;
- забезпечення реклами [2, 211].

Серед основних причин гальмування розвитку туристичних ринків більшості регіонів України слід виділити: недосконалість системи державного регулювання туристичної діяльності; високий рівень податків; низький рівень інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму; невідповідність туристичних закладів міжнародним стандартам; недостатнє забезпечення туристичної галузі кваліфікованими спеціалістами; вкрай незадовільний стан транспортної інфраструктури; низька поінформованість потенційних споживачів туристичного продукту. Вирішення цих проблем можливе шляхом тісної взаємодії усіх учасників ринку на основі партнерства.

Таким чином, функціонування туристичного ринку в значній мірі залежить від ефективності взаємодії його учасників. Важливою умовою її забезпечення є дотримання принципів партнерства всіма учасниками як в процесі поточного функціонування, так і під час вирішення низки проблем, що стримують розвиток туристичного ринку.

#### **Список використаної літератури:**

1. Стратегія розвитку туризму і курортів на період до 2026 року. Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р. [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>.
2. Гусаковська Т. О. Перспективи розвитку туристичної галузі в полтавському регіоні / Т. О. Гусаковська, М. М. Логвин // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2012. – Вип. 4. – С. 209-214.
3. Про державно-приватне партнерство Верховна Рада України. Закон від 01.07.2010, № 2404-VI. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>.

**Науковий керівник:** к.е.н. Тараненко О.О.