

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет
Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин ім.
Б.Д. Гаврилишина
Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

Бондар Дмитро Леонідович

Розвиток міжнародного туризму в Україні / Development of International
Tourism in Ukraine

спеціальність: 6.140103 - Туризм
освітньо-професійна програма – Управління туристичним бізнесом

Випускна кваліфікаційна робота

Виконав студент групи Т-42/1
Бондар Д.Л.

підпис

Науковий керівник:

канд. економ. наук, доцент
Гугул О.Я.

підпис

Випускну кваліфікаційну роботу

допущено до захисту:

«__» _____ 20__р.

підпис

Завідувач кафедри

Ю.П.Гуменюк

підпис

ЗМІСТ**ВСТУП 4****РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ 7**

1.1. Сутність міжнародного туризму.....	7
1.2. Чинники формування міжнародного туризму	14
1.3. Роль міжнародного туризму в розвитку культури.....	21
Висновки до розділу 1	28

**РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО
ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 30**

2.1. Стан міжнародного туризму в Україні.....	30
2.2. Інноваційні засади міжнародного туризму в Україні	40
2.3. Вплив туризму на економічний розвиток країн.....	44
Висновки до розділу 2.....	51

**РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 53**

3.1. Проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні	53
3.2. Перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні.....	58
Висновки до розділу 3.....	68

ВИСНОВКИ 69**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 73****ДОДАТКИ 80****АНОТАЦІЯ**

Бондар Дмитро– «Розвиток міжнародного туризму в Україні». Рукопис.

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» за спеціальністю 242 «Туризм» - Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, 2019.

У бакалаврській роботі обґрунтовано наукові засади сутності міжнародного туризму визначено особливості та чинники формування міжнародного туризму, досліджено роль міжнародного туризму в розвитку культури, проаналізовано стан міжнародного туризму в Україні, обґрунтовано інноваційні засади міжнародного туризму в Україні;

На основі проведеного дослідження розроблено рекомендації спрямовані на удосконалення стратегічних засад розвитку міжнародного туризму в Україні.

ANNOTATION

Bondar Dmytro – «Development of international tourism in Ukraine» – The manuscript.

Research on obtaining an educational qualification level " bachelor in specialty 242 "Tourism", Ternopil National Economic University, Ternopil, 2019.

In the bachelor's work, the scientific principles of the essence of international tourism are substantiated, the peculiarities and factors of the formation of international tourism are determined, the role of international tourism in the development of culture is analyzed, the state of international tourism in Ukraine is analyzed, the innovative principles of international tourism in Ukraine are substantiated.

Based on the research conducted, recommendations were developed to improve the strategic framework for the development of international tourism in Ukraine.

ВСТУП

Актуальність теми. Сьогодні туризм є глобальним явищем з точки зору маси, форм і технологій. Розвиток туризму в глобальному масштабі, його вплив на зайнятість населення, формування малого та середнього бізнесу, сприяння соціально-економічному розвитку регіонів, а саме транспортна, комунальна, інформаційна, виробнича та сервісна інфраструктура роблять туризм важливою частиною економічного і соціального розвитку і одним з найбільш типових проявів глобалізації.

Туризм підтримує національні традиції, стимулює розвиток народних промислів, відроджує рецепти приготування цікавих і смачних страв, вимагає збереження природи і створення сприятливих соціальних умов для її функціонування, тому в багатьох країнах світу туризм розвивається як система, яка надає всі необхідні можливості для знайомства з культурою, звичаями, історією, релігійними та духовними цінностями держави та її народу. Водночас міжнародний туризм є джерелом збагачення національної економіки, сприяє диверсифікації економіки, що переконує пріоритет і важливість розвитку цієї галузі.

Туризм може бути не тільки фактором економічного зростання та виходу країни на світовий туристичний ринок, але й засобом всебічної інтеграції у світовий економічний простір на засадах реалізації її комунікативної та інтеграційної складової.

Туристична індустрія є однією з найбільших і високоприбуткових галузей світових економік, вона входить до числа трьох найбільших експортних галузей, поступаючись лише нафтодобувній промисловості і автомобілебудуванню, це один із вагомих чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, покращення добробуту населення.

До різноманітних аспектів міжнародного туризму звертались Ангелко І., Балабанов Г., Бондаренко М., Великочий В., Грачевська Т., Гук Н., Мальська М., Парфіненко А., Писаревський І. та ін. Але недостатньо висвітленими

залишаються питання визначення основних аспектів світового туристичного ринку та дослідження механізмів його подальшого розвитку в Україні.

Мета роботи є визначення основних методів та інструментів розвитку міжнародного туризму в Україні та наведення напрямів, спрямованих на підвищення ефективності функціонування туристичної сфери України на міжнародному рівні.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання:**

- обґрунтувати наукові засади сутності міжнародного туризму;
- визначити особливості та чинники формування міжнародного туризму;
- дослідити роль міжнародного туризму в розвитку культури;
- проаналізувати стан міжнародного туризму в Україні;
- обґрунтувати інноваційні засади міжнародного туризму в Україні;
- дослідити вплив туризму на економічний розвиток країн;
- виявити проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні;
- визначити перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні.

Об'єктом дослідження є процеси управління у сфері міжнародного туризму.

Предметом дослідження є фінансове забезпечення розвитку міжнародного туризму в Україні і проблем його вдосконалення.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано сукупність загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, а саме: аналізу й синтезу; систематизації та класифікації; порівняння; узагальнень.

Інформаційну базу дослідження склали офіційні статистичні дані Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Державної служби статистики України, напрацювання вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем розвитку стратегічних засад розвитку міжнародного туризму в Україні і проблем його вдосконалення, що містяться у монографіях, спеціальній науковій літературі, матеріалах наукових і науково-практичних конференцій та семінарів, мережі Інтернет.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці рекомендацій, спрямованих на удосконалення стратегічних засад розвитку міжнародного туризму в Україні.

Структура роботи. Відповідно до мети та завдань дослідження випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність міжнародного туризму

Міжнародна практика показує, що на сучасному етапі розвитку економічних систем туризм є сферою, що найбільш динамічно розвивається. Темпи її зростання майже вдвічі перевищують темпи зростання інших секторів світової економіки. Туризм як галузь економіки сприяє активному подоланню диспропорцій економічного та соціального розвитку окремих регіонів, економічної та соціально-демографічної депресивності, відроджує традиційні економічні галузі місцевого населення, інтегрує місцеву економіку у світову економічну систему і т.д. . Варто також відзначити, що міжнародний туризм для ряду країн, що розвиваються, є основним джерелом експорту послуг і одним з основних джерел надходження іноземної валюти до цих країн; діє як стабілізуючий важіль формування своїх бюджетів і кредитно-фінансових відносин з іншими державами.

Маючи довгу історію розвитку, туризм до цих пір не отримав єдиного визначення. Тому для більш повного визначення сутності туризму, зокрема міжнародного туризму потрібно розглянути трактування даних понять різними авторами.

В таблиці 1.1 подано визначення поняття «туризм» з точки зору різних науковців.

Таблиця 1.1

Трактування поняття «туризм»

Автор	Визначення
1	2
І.М. Писаревський [38]	«тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування»
М.П. Мальська [35]	«це вид рекреації, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними і культурно - розважальними цілями»

1	2
А.П.Дурович [17]	«один із видів активного відпочинку, який передбачає подорожі, що здійснюються з метою пізнання тих чи інших районів, нових країн та ряду країн з елементами спорту»
О.О. Любіцева [32]	«туризм має поліфункціональний характер, і визначає його як мобільну форму споживання й рекреаційної діяльності, що ґрунтується на доланні простору та пов'язану з територією, характером середовища (не тільки природного, а й соціально-культурного та економічного середовища людської діяльності)»
М.П. Бондаренко [6]	«це сукупність різних напрямів економічної діяльності, взаємодія яких, прямо чи опосередковано, задовольняє потреби туристичного потоку та виступає каталізатором сучасних суспільно-економічних процесів»

Виходячи з наведених тверджень можна зробити висновок, що туризм є багатограним поняттям, оскільки охоплює різні сфери, як соціальні та культурні так і економічні та міжнародні.

Визначення міжнародного туризму наведено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Трактування поняття «міжнародний туризм»

Автор	Визначення
С. П. Кузик [30]	«цілеспрямована діяльність, пов'язана з наданням послуг іноземним туристам на території держави, яка їх приймає (в'їзний туризм) і громадянам країни постійного проживання, котрі мандрують за її межами (виїзний туризм)»
В.С. Великочий [37]	«являє собою діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, що розташовані за межами їх звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року поспіль, з метою відпочинку, з діловими та іншими цілями»
Н.А. Гук [13]	«багатогранне явище, що охоплює економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти і тісно поєднується з багатьма галузями економіки»
В. Зайцева [20]	«глобалізація і регіоналізація – складові частини єдиного процесу розвитку міжнародного туризму, що робить його унікальним економічним інструментом, здатним формувати виробничі системи інтернаціонального характеру і зберігати локальну значущість»

Міжнародний туризм - це діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами свого нормального середовища, на період не більше одного року поспіль для рекреаційних цілей, для ділових та інших цілей.

Характеристика туристичних послуг визначає ряд особливостей туристичної діяльності. По-перше, туристичні послуги відрізняються за

характером споживання. Товар у матеріальній формі готовий до споживання, коли завершується його переміщення з місця виробництва до місця споживання. Туристичні послуги в основному споживаються, коли туриста доставляють на місце виробництва. По-друге, послуги, що пропонуються в туризмі, як правило, розділяються територіально. Деякі з них (інформаційні, посередницькі) туристи отримують у країні (місці) постійного проживання, інші - під час подорожі (наприклад, транспорт), а третій - у країні (місце) тимчасового проживання (проживання, харчування, екскурсії і т.д.). Крім того, послуги надаються різними підприємствами та організаціями туризму, котрі перебувають у стані територіальної роз'єднаності.

Невідповідність у часі та місці акта купівлі-продажу та надання послуг створює об'єктивно великі організаційні труднощі у сфері туризму. Даний процес є потрійним і включає в себе обслуговування при купівлі-продажу пакета послуг, під час подорожей і перебування в країні (місці) призначення. Таким чином, туризм одночасно охоплює діяльність у сфері виробництва, постачання та реалізації туристичних послуг.

Комплекс різноманітних видів послуг об'єднаний на основі ключової мети поїздки і надається на певний період часу на певному маршруті з попередньо встановленою програмою. Беручи до уваги різноманітні потреби туристів, тури можуть мати різні цільові орієнтації. Зокрема, розрізняють такі типи турів:

- пізнавальні, призначені для ознайомлення туристів із способом життя населення туристичних регіонів, їх історією, природою, пам'ятками архітектури;

- рекреаційні, що забезпечує мету відпочинку, відновлення і розвиток фізичних, психічних і емоційних сил людини;

- оздоровчий, спрямований на запобігання або профілактику різних захворювань;

- розважальні, орієнтований на реалізацію бажань туристів «добре провести час». Для своєї організації індустрія туризму пропонує комплекси

активних ігор (гольф, боулінг), відвідування визначних пам'яток (тематичні парки, дельфінарії, зоопарки), ресторани, дискотеки, казино тощо;

- аматорські, що пропонуються споживачам, які прагнуть користуватися поїздкою відповідно до своїх інтересів (рибальство, полювання, сафари, збір лікарських трав, ягід, грибів тощо);

- спеціалізовані, призначені для реалізації конкретних потреб людей під час туристичної подорожі (в деяких випадках - конгрес, науковий, діловий, професійний, археологічний, мистецтвознавчий, фольклорний, гастрономічний, ностальгічний, релігійний, екскурсійний, молодіжний, шкільний, підлітковий, сімейний, спортивний, освітній, магазин-тур і т.д.);

- навчальні поїздки, організовані туроператором або транспортною компанією для ознайомлення з умовами туристичної поїздки. Туристичні (рекламні) тури є інструментом стимулювання діяльності туристичних агентств. Як правило, фірми, які організують вступний тур, надають його учасникам значні знижки [31, с. 126].

Суб'єктами, які здійснюють туристичну діяльність (далі - суб'єкти туристичної діяльності), є:

- туроператори - юридичні особи, створені відповідно до чинного законодавства України, для яких виключною є організація і забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність з надання характерних та супутніх послуг, котра у встановленому порядку отримала ліцензію на туроператорську діяльність;

- туристичні агенти - юридичні особи, створені відповідно до чинного законодавства України, а також фізичні особи - підприємці, котрі здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності. а також посередницьку діяльність з реалізації характерних і супутніх послуг.

Види туроперарингу і туроператорів залежать від географії подорожей, від країни або регіону перебування. Існують наступні типи туру: виїзні, в'їзні та

внутрішні. Відповідно, туроператори працюють на ринку туристичних послуг, орієнтованих на виїзний, в'їзний або внутрішній туризм.

Виїзний туроперейтинг - діяльність з розробки, просування та здійснення турів для туристів у своїй країні за її межами. Це найбільш складна форма, що вимагає максимальних зусиль і максимальних інвестицій.

Складність виїзного туроперейтингу, насамперед, полягає в необхідності ретельного вивчення напрямку продажу. Туроператор повинен не тільки мати вичерпну інформацію про засоби продажу житла, екскурсії, організовані трансфери, порядок в'їзду в країну, а також знати політику влади, що діє в країні проживання, закони і норми поведінки, її звичаї, можливість вжиття заходів безпеки для туриста і його майна, особливо місцевої кухні, розклад об'єктів дозвілля та інших установ.

Складність виїзного туроперейтингу пов'язана також з необхідністю міжнародних розрахунків і великою залежністю від факторів непрямого впливу на туристичний ринок (економічна, політична, екологічна ситуація як країни, що приймає, так і тієї, що її передає).

Незважаючи на всі труднощі виїзного туризму, у його сфері існує гостра конкуренція між операторами, що підтверджує тенденцію зростання обсягів міжнародного туризму в усьому світі.

В'їзний туроперейтинг - діяльність з розробки, просування та організації турів на території своєї країни для іноземних громадян. Екскурсійний тур є найбільш пріоритетним напрямком В'їзний туроперейтингу, оскільки його розвиток безпосередньо залежить від обсягу валютних надходжень в економіку країни, рівня розвитку інфраструктури [31, с. 127].

Сучасні класифікаційні підходи в туризмі визначають необхідність виділення світового туризму, який, з одного боку, визначається як частина світових економічних відносин, а з іншого боку, як один з основних секторів світової економіки, важливим показником соціального розвитку.

Існує багато класифікацій туризму. Вони розрізняються в розумінні цього явища, і принципах побудови, і при застосуванні завдань класифікації тощо. Головне - поділ туризму на внутрішній і міжнародний.

Відповідно до визначень UNWTO, стосовно конкретної країни розрізняють такі основні форми: внутрішній, в'їзний та виїзний. Поєднання цих основних форм створює такі додаткові форми туризму: внутрішній туризм, національний туризм і міжнародний туризм.

Відповідно до Закону України «Про туризм», організаційні форми туризму - це міжнародний та внутрішній туризм. Міжнародний туризм включає в себе: в'їзний туризм - поїздки в межах України осіб, які не постійно проживають на її території, і виїзний туризм - поїздки громадян України та осіб, які постійно проживають в Україні в інші країни. Внутрішній туризм - це поїздка на територію України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території [21].

В'їзний міжнародний туризм - подорожі, організовані для громадян іноземних держав через територію своєї держави, пов'язані з перетином державного кордону з метою некомерційної діяльності на строк від 1 доби до 1 року.

Розвиток міжнародного в'їзного туризму є не тільки джерелом валютних надходжень в економічній системі країни, чинником стабілізації регіональних ринків праці, а й сприяє інтенсифікації відносин між країнами, що беруть участь у туристичному процесі. Недарма головними нормативними документами, що регулюють діяльність туристично-рекреаційної сфери України, ця сфера визнана пріоритетною. Розвиток в'їзного туризму значно впливає на загальний стан цієї території.

Інкамінг (з англ. incoming) - це тур в сфері міжнародного в'їзного туризму, тобто діяльність, спрямована на створення пакетів туристичних послуг підприємствами, що працюють на території країни перебування, для проживання, харчування, транспорту, дозвілля та ін. залучення їх до іноземних споживачів.

Характерними рисами інкамінгу як виду туристичної діяльності є:

- орієнтація на іноземних споживачів, що викликає ряд труднощів, пов'язаних з маркетинговими дослідженнями, просуванням національних туристичних продуктів, ціноутворенням та впровадженням;

- необхідність використання лише послуг національних постачальників, якість яких відповідає міжнародним стандартам (насамперед це стосується об'єктів);

- власну нормативну базу діяльності (у тому числі, спеціалізовані правові акти щодо процедури реєстрації, ліцензування, сертифікації, страхування тощо), особливо стосовно видів туризму, успадковані від колишнього СРСР (спортивні, аматорські, дитячі - одиничні, медичні тощо);

- необхідність ратифікації численних наднаціональних правових актів та міждержавних угод з метою поглиблення туристичних відносин України з іноземними державами [26, с. 25].

У той же час загальновизнано, що міжнародний туризм як соціально-економічне явище може мати значний негативний вплив на умови життя населення регіонів-реципієнтів, формувати залежну економіку і навіть знижувати рівень розвитку інших регіонів, сектори національної економіки, поширення негативних соціальних явищ, хвороб тощо. Тому необхідно прийняти ефективну державну концепцію у сфері в'їзного туризму та постійний моніторинг ситуації в цій сфері.

Виїзний туризм (туризм за кордоном, закордонний туризм) - це поїздки жителів країни (регіону), які перебувають у місцях, що знаходяться за межами своєї країни та за межами їхнього звичайного середовища (подорожі осіб, які постійно проживають у країні за межі митної території країни). Перехід громадян певної країни або регіону в інші країни - пасивний туризм. Це стосується експорту грошей (валюти) з даної країни або регіону. Імпорт туристів - це імпорт вражень в країні, які супроводжуються одночасним вивезенням туристичних грошей з певної країни.

Статистика міжнародного туризму складається з двох розділів: статистики туристичних потоків і статистики туристичних доходів і витрат. Найважливішими показниками туристичних потоків є кількість прибуттів (в'їздів, виїздів) та період перебування. Кількість заїздів (виходів) характеризується кількістю зареєстрованих туристів, які прибули в певну країну (відбули з неї) на певний період часу, як правило, на календарний рік.

Оскільки турист може відвідати кілька країн протягом року і навіть кілька країн протягом однієї поїздки, фактична кількість туристів менше, ніж кількість прибутків.

Статистика по прибуттю групується за регіонами та країнами походження туристів, метою подорожі, видами використовуваних транспортних засобів.

ЮНВТО виділяє п'ять світових туристичних макрорегіонів:

Європа - країни Західної, Північної, Центральної та Східної Європи, Південної та Середземноморської Європи (Туреччина, Кіпр, Ізраїль);

Регіон Америки - країни Півночі, Півдня, Центральної Америки, острівних держав і Карибського басейну;

Азіатсько-Тихоокеанський регіон - Північно-Східний, Південно-Східний, Південна Азія (включаючи Іран) і Океанія;

регіон Африки - країни Північної Африки (крім Єгипту і Лівії) і Африки на південь від Сахари;

Близькосхідний регіон (включаючи Ірак, Єгипет і Лівію) [2, с. 408].

Туризм як багатовимірне явище, що охоплює різні сфери життя людей по всьому світу і характеризується стійкістю і динамічністю, забезпечує значний внесок у розвиток людської цивілізації. Це підтверджується активною роллю туризму у досягненні цілей сталого розвитку людства та розвитку постіндустріального суспільства. Покращення умов життя населення, збільшення часу відпочинку через використання сучасних технологій, політична лібералізація, глобалізація інформаційного простору та якісно вищий рівень транспортної доступності перетворили туризм на багатогранний соціальний феномен, атрибути якого масовий, транскордонний характер, потужна і розгалужена економічна надбудова.

1.2. Чинники формування міжнародного туризму

Міжнародний туризм є багатогранним явищем, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для безперервного прогресу, пов'язаного з багатьма галузями економіки, що визначає його провідну роль у соціально-економічному житті країн і народів.

Туризм є найбільш динамічною сферою людської діяльності, чинником економічного та культурного розвитку, охорони навколишнього середовища та історичної і культурної спадщини, міжнародного розуміння, миру, поваги до прав людини та основних свобод без відмінності в расі, статі, мові та релігії. Туризм є економічним джерелом створення робочих місць і отримання прибутку, розвитку інфраструктури та промисловості.

У свою чергу, на розвиток туризму впливають різні чинники: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні, політико-правові. [37, с. 34]

Організаційний механізм міжнародного туризму слід розглядати як сукупність умов, необхідних для розвитку міжнародного туризму і факторів, що впливають на нього. Для розвитку міжнародного туризму необхідні певні умови і розроблена матеріально-технічна база. Оцінюючи конкурентоспроможність країн на міжнародному туристичному ринку, вони досліджують і враховують:

- стан політичної та правової бази регулювання сфери міжнародного туризму в країні;
- тенденції розвитку бізнес-середовища та розвитку туристичної інфраструктури;
- ресурсний потенціал.

Важливою умовою розвитку галузі міжнародного туризму є політико-правове середовище, що передбачає наявність певної правової бази. З точки зору міжнародного права, відносини у сфері міжнародного туризму за своєю природою є відносинами, ускладненими іноземним елементом, внаслідок чого регулювання суто національних відносин у сфері туризму стає неприйнятним і вимагає розгляду міжнародної практики. З огляду на це, політичне та правове середовище країни має забезпечити відповідні умови для ведення бізнесу, дотримання системи регулювання міжнародного та внутрішнього туризму з урахуванням існуючих міжнародних норм, полегшення візових, митних, прикордонних формальностей та забезпечення умов належної конкуренції.

У світлі зростання терористичних загроз дестабілізація політичної ситуації у світі, виникнення військових конфліктів, безпека та захист туристів вимагають посилення ролі держави та підвищення безпеки туристів, що також знаходиться у сфері правових питань – забезпечення міжнародного туризму.

Туризм – це галузь, що характеризується різнобічністю і складністю і включає різні взаємопов'язані заходи, тому розвиток туристичної інфраструктури проявляється в статусі міжнародного туризму, найважливішими компонентами якого є транспортна інфраструктура, індустрія туризму та індустрія гостинності.

Розвиток туризму в країні визначається туристичною інфраструктурою, до якої належать, насамперед, організатори туризму (туроператори та туристичні агентства), а також готелі та інші підприємства системи розміщення, ресторани підприємства, атракціони та розваги. Існування індустрії туризму неможливе без організаторів туризму. Вони є учасниками туристичного ринку, які формують туристичний продукт і забезпечують його продаж, надають інші туристичні послуги.

Комфорт умов перебування зумовлений розвитком індустрії розміщення, основою якої є готельна індустрія. Рівень матеріально-технічного оснащення готельної індустрії, розгалуженість і різноманітність мережі, якість обслуговування, забезпечення туристами сучасного житлово-побутового обслуговування - важлива передумова розвитку міжнародного туризму. Важливими складовими сучасної туристичної інфраструктури є фінансові установи, зокрема банки; підприємства автомобільного транспорту тощо.

Розвиток і привабливість туристичної галузі країни залежать від її ресурсного потенціалу. Враховуючи специфіку туристичного сервісу, що проявляється у значній ролі особистості в процесі її надання, одним з визначальних факторів є людські ресурси.

Демографічна ситуація, середня тривалість життя, а також здатність соціальної сфери країни забезпечити відповідний рівень охорони здоров'я, освіти - все це характеризує людський потенціал країни. Наявність висококваліфікованих кадрів у сфері міжнародного туризму, наявність

професійно-технічної освіти значною мірою сприяють її розвитку, впровадженню нових знань і технологій, що веде країну на новий рівень у цій сфері.

Іншим важливим компонентом ресурсного потенціалу країни є природні ресурси. Наявність природних об'єктів світової спадщини, різноманіття флори і фауни, сприятливі кліматичні умови підвищують інтерес туристів до країни, а отже, сприяють розвитку в ньому міжнародного туризму.

Поряд з природними ресурсами, ідеєю країни, її національними особливостями також формують культурні ресурси. Багата культурна спадщина, фольклор, наявність історичних пам'яток значно стимулюють туристів подорожувати до цих країн [27, с. 304].

Організаційний механізм міжнародного туризму слід розглядати як сукупність умов, необхідних для розвитку міжнародного туризму і факторів, що впливають на нього (рис. 1.1).



Рис.1.1. Організаційний механізм функціонування міжнародного туризму

Для розвитку міжнародного туризму необхідні певні умови і розроблена матеріально-технічна база. Оцінюючи конкурентоспроможність країн на міжнародному туристичному ринку, вони досліджують і враховують:

- стан політичної та правової бази регулювання сфери міжнародного туризму в країні;
- тенденції розвитку бізнес-середовища та розвитку туристичної інфраструктури;
- ресурсний потенціал.

Важливою умовою розвитку міжнародної туристичної індустрії є політико-правове середовище, що передбачає наявність певної правової основи, гарантії екологічної стійкості та охорони навколишнього середовища, забезпечення адекватного рівня охорони та безпеки, розвитку здоров'я та гігієни, пріоритети розвитку сфери, визнаної на рівні державного туризму. З точки зору міжнародного права, відносини у сфері міжнародного туризму за своєю природою є відносинами, ускладненими іноземним елементом, в результаті з яких регулювання суто національних відносин у сфері туризму стає неприйнятним і вимагає врахування міжнародної практики. У зв'язку з цим політичне та правове середовище країни повинно забезпечувати відповідні умови для ведення бізнесу, дотримуватися системи регулювання міжнародного та внутрішнього туризму з урахуванням існуючих міжнародних норм, сприяти спрощенню візових, митних та прикордонних формальностей; забезпечити належні умови конкуренції.

Останнім часом привабливість країни для туристів значною мірою визначається природним середовищем. Це призводить до необхідності підвищеної уваги з боку держави до контролю за використанням природних ресурсів, промислової безпеки для навколишнього середовища, інспектування екологічного стану.

У світлі зростання терористичних загроз, дестабілізації політичної ситуації у світі, виникнення військових конфліктів у сфері безпеки та туристичного захисту вимагає посилення ролі держави та підвищення безпеки

туристів, що також знаходиться в області правового забезпечення міжнародного туризму.

Наявність належної системи охорони здоров'я, високий рівень комфорту та гігієни в установах туристичної індустрії є важливим фактором конкурентоспроможності країни на міжнародному туристичному ринку [49].

Передумовою розвитку міжнародного туризму в країні є державне регулювання та наявність програм, які б визначали пріоритети галузі. Від їх доступності, належних ресурсів, зокрема людських, фінансових, матеріальних, залежить ефективність сектора туризму.

Туризм - це галузь, що характеризується різноманітністю і складністю і включає різні взаємопов'язані види діяльності, тому розвиток туристичної інфраструктури проявляється в статусі міжнародного туризму, найважливішими з яких є транспортна інфраструктура, туристична галузь і індустрія гостинності, а також супутні послуги.

Доступ до територій і швидкість подорожей туристів значною мірою визначаються розвитком повітряного, наземного і водного транспорту. Стрімкий розвиток міжнародного туризму наприкінці ХХ століття сприяв інтенсивному розвитку повітряного транспорту, що призвело до збільшення як кількості, так і обсягів подорожей. Авіакомпанії, аеропорти, а також стан повітряного транспорту визначають повітряний транспортний потенціал, який виражається в кількості і діапазоні польотів, кількості перевезених пасажирів. Саме розвинена інфраструктура повітряного транспорту визначає розвиток міжнародного туризму в регіоні. Також важливою є інфраструктура наземного транспорту, яка визначає масштаб і якість перевезень як усередині країни, так і за її межами. Наземна транспортна інфраструктура характеризується транспортною доступністю до туристичних, культурних і ділових центрів; якість доріг, розташування залізниць і портів, станцій, розвиток придорожніх послуг.

Розвиток туризму в країні визначається туристичною інфраструктурою, що включає в першу чергу організаторів туризму (туроператорів і туристичних агентств), а також готелів та інших підприємств системи розміщення,

ресторанних підприємств, атракціонів і розваг. Існування індустрії туризму неможливе без організаторів туризму. Вони є учасниками туристичного ринку, які формують туристичний продукт і забезпечують його продаж, надають інші туристичні послуги. Комфорт умов перебування зумовлений розвитком індустрії розміщення, основою якої є готельна індустрія. Рівень матеріально-технічного оснащення готельної індустрії, розгалуженість і різноманітність мережі, якість обслуговування, забезпечення туристами сучасного житлово-побутового обслуговування - важлива передумова розвитку міжнародного туризму. Важливими складовими сучасної туристичної інфраструктури є фінансові установи, зокрема банки; підприємства автомобільного транспорту тощо

Своєрідним прискорювачем розвитку міжнародного туризму стали процеси інформатизації суспільства та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій. Інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій, розвиток Інтернету та доступ до неї, розробка та впровадження програмного забезпечення, розвиток електронної комерції мають особливе значення для конкурентоспроможності країни на міжнародному туристичному ринку.

Для більшості мандрівників фактор доступності цін став вирішальним. Вартість туристичних поїздок в цілому, а також ціни на проживання, подорожі та використання певних видів послуг, зокрема, визначають цінову конкурентоспроможність країни на міжнародному туристичному ринку. Важливим завданням є пошук шляхів зниження цін (наприклад, шляхом оптимізації податкової політики тощо) та забезпечення відповідного рівня співвідношення ціна / якість туристичних послуг [49].

Окремим чинником розвитку міжнародного туризму є відкритість кордонів. Доступ на ринок, належне митне адміністрування та процедури імпорту та експорту, адміністративна прозорість кордонів, розвинена інфраструктура цивільної авіації та наземного транспорту, доступність та якість транспортних послуг, інформаційно-комунікаційна інфраструктура, політична та юридична підтримка руху, рівень захисту та безпеки характеризується

високим рівнем відкритості країни для міжнародної торгівлі та розвитку міжнародного туризму.

Покращення туристичної інфраструктури та впровадження інновацій у сфері міжнародного туризму потребують значних інвестицій. Тому особливої уваги заслуговує інвестиційна підтримка міжнародного туризму в країні. Інвестиції в галузі міжнародного туризму сприяють збільшенню ємності ринку, збільшенню кількості туристів і відвідувачів, поліпшенню іміджу країни та її конкурентоспроможності на світовому ринку туристичних послуг.

У сукупності наявність та забезпечення вищезазначених умов є необхідними для розвитку та функціонування міжнародного туризму в країні та сприяють виконанню його основних функцій, серед яких економічні, соціальні, гуманітарні, рекреаційні, пізнавальні, освітні, виділяються комунікативні, розподільні, творчі, екологічні та ін. Аналізуючи основні, перш за все - економічні, соціальні, пізнавальні, комунікативні та екологічні, можна зробити висновок, що міжнародний туризм є складним, багатовимірним і складним явищем, що має велике значення для світу, країн і людей [49].

1.3. Роль міжнародного туризму в розвитку культури

Зростаючий авторитет міжнародного туризму, його економічне, політичне та соціальне значення в житті сучасного суспільства визнаються урядами більшості країн світу. Активний туристичний обмін все частіше розглядається як важлива частина соціально-економічних та культурних інтеграційних процесів, як невід'ємна частина розвитку міжнародного гуманітарного співробітництва.

Інформаційне, відкрите, віртуальне за своєю суттю суспільство XXI століття викликає такий вектор взаємодії людини, як постійне міжіндивідуальне спілкування, системний контакт з різними культурними реаліями. Найбільш помітною особливістю нашого часу є зростання кількості людей, які через туризм знайомляться з різними культурами.

Дослідники виділяли різні комунікаційні аспекти туризму. Обмін культурними і, зокрема, художніми досягненнями значно розширює сферу

людського спілкування. Завдяки їм в комунікативному процесі вводяться елементи свободи (незалежно від реальних обставин життя і побутових потреб) і універсальності (подолання часових і просторових обмежень). Отже, важливою функцією туризму є міжкультурне спілкування, яке базується на істотних відмінностях між культурами різних народів, історичними епохами цивілізацій.

Залучення до туристичної діяльності різних верств населення планети збільшує і розширює кількість каналів міжкультурної комунікації, що сприяє взаєморозумінню народів, перетворенню все ще «закритих» суспільств у більш відкриті, до тих, які поступово і добровільно беруть участь у світовій спільноті, таким чином сприяючи інтеграції людства в принципи толерантності та гуманізму [37, с. 25].

Сучасні відносини між суспільствами, окремими людьми ґрунтуються насамперед на взаємно впливових культурних цінностях, їх взаємодії. Незалежно від того, яка сфера формально залучена до процесу туристичного спілкування - політична, ділова, освітня, внутрішні культурні цінності служать головним механізмом обміну ідеями, знаннями, важливим чинником їхнього навчання і реалізації в повсякденному житті людей. У цьому контексті комунікативний процес, процес спілкування виступає головним каталізатором їх семантичного, цінного тестування. Саме комунікаційні процеси дозволяють ідеям не «зависати» в просторі, а втілюватися в думках інших людей, породжуючи нові знання, уявлення і образи. Адже ефективно освоєння чужого культурного досвіду, знання інших краще всього досягати через уявне, складне, багатовимірне сприйняття реальності.

Після туристичних поїздок, як правило, свідомість людини змінюється радикально, її здатність сприймати нове, пробуджує творчі здібності. Недаремно в минулому подорожі вважалися навіть ефективним засобом захисту. У нашому нинішньому світі індустрія туризму, з урахуванням його широких можливостей, здатна істотно гуманізувати всі сфери реальності.

Іншим напрямком соціокультурних контактів між суб'єктами міжнародного туризму та місцевого населення є те, що завдяки наявності

відмінного, інша людина починає замислюватися над легітимністю своєї культури, звичайним набором цінностей. Завдяки цьому порівнянню вона сама піднімається на більш високий рівень особистісного розвитку. Однак, з іншого боку, цей процес не безболісний і безконфліктний. Зустріч з іншою культурою може приймати форму «конфлікту культур» або навіть «конфлікту цивілізацій».

Міжнародний туризм є важливим внеском у зміцнення національної самосвідомості місцевого населення і є одним з факторів соціальної та культурної інтеграції. У процесі зустрічей і діалогу між «гостями» і «майстрами» туризм не тільки поглиблює знання людей і народів один про одного, а й сприяє консолідації в народі через «опозицію» іноземним гостям [37, с. 27].

Таким чином, міжнародний туризм є впливовим каналом «народної дипломатії». Міжнародний турист, через міжособистісну комунікацію, як представник певного народу, тієї чи іншої культури, поєднує дозвілля зі знанням життя, історії, культури, традицій, звичаїв власного та інших народів.

Залучення туристичної діяльності різних верств населення планети значно збільшить кількість канатів культурного спілкування, що, безсумнівно, сприятиме взаєморозумінню народів, перетворюючи навіть «закриті» суспільства на більш відкриті, поступово і добровільно залучені до світової спільноти.

Міжнародний туризм має можливість інтегруватися, консолідувати, сприяти конструктивному діалогу, солідарності та взаєморозумінню. У процесі туристичного спілкування культурні цінності є основним механізмом обміну ідеями, знаннями, важливим чинником їхнього навчання і впровадження в повсякденній практиці. Під час здійснення туристичних поїздок відбувається зміна світогляду, цінності, поведінкової ідентифікації туристів. Одним з непрямих наслідків туризму є формування національної ідентичності.

У міжнародному туризмі існує два рівні комунікації - макро- та мікро-. Макрорівень представляє міжетнічні та міжкультурні відносини. Мікрорівень представлений наступними типами відносин: суб'єктно-суб'єктивне або

міжособистісне спілкування (туристи - місцеве населення, туристи - працівники сфери туризму, туристи - туристи) і суб'єкт-об'єкт (туристи - туристичні об'єкти).

У встановленні культурних контактів (комунікацій) між народами важливу роль відіграє туризм, який є прямим широкомасштабним спілкуванням між звичайними громадянами різних країн, а також між вченими та представниками культури. Особливо це стосується культурного та наукового туризму. Комунікація як соціальне явище виконує багато функцій, зокрема, вона є важливим фактором соціальної інтеграції. Міжнародний туризм, в якому беруть участь мільйони людей різних націй і народів, сприяє взаємному визнанню і взаєморозумінню і зміцнює довіру між собою. І довіра є необхідною гарантією різнобічних, взаємовигідних зв'язків, у тому числі і в галузі культури. Довіра в будь-якому випадку - це пріоритетне значення оборотного капіталу, без якого не можна займатися бізнесом. Він здатний забезпечити умови для процвітання у всіх сферах [37, с. 28].

Слід зазначити, що найбільш важливі туристичні документи, прийняті ЮНВТО або з її участю, спрямовують туристів на такі контакти, що сприятиме реальному спілкуванню, заснованому на взаєморозумінні та взаємній довірі. Це стосується Манільської декларації про світовий туризм (1980 р.), документу Акапулько (1982 р.), Хартії туризму і Кодексу туриста (1985 р.), Гаазької декларації з туризму (1989 р.), Монреальської декларації 1996 р.), Глобального етичного кодексу з туризму (1999 р.). Ці документи підкреслюють необхідність толерантних форм спілкування з населенням приймаючих країн і туристами. Важливим завданням туризму є досягнення більш високого рівня поваги та довіри між усіма народами. Зокрема, в документі Акапулько зазначається, що туризм повинен сприяти духу справедливості, гармонії і поваги між народами і знанням світу.

Хартія туризму рекомендує державам заохочувати зростання туристичної обізнаності та контактів відвідувачів з місцевим населенням з метою поліпшення взаєморозуміння та взаємного збагачення, просування туристичної інформації з метою створення умов для розуміння звичаїв місцевого населення

в місцях туристичної діяльності та тимчасового перебування. Проте, як зазначено в документі, країни, що приймають туристів, мають право очікувати від туристів розуміння та повагу їхніх звичаїв, релігій та інших аспектів своєї культури. Туристичний кодекс підкреслює, що турист повинен бути сприйнятливим до культури місцевого населення, утримуватися від підкреслення економічних, соціальних і культурних відмінностей між туристами та місцевим населенням.

Загальними принципами, що регулюють міжнародний туризм, є: визнання рівних прав народів у визначенні їхньої долі, визнання ідентичності культур і поваги до моральних цінностей народів, права людини на повагу до його гідності та індивідуальності.

Ці принципи і вимоги, встановлені в практиці міжнародного туризму, є основою для встановлення «діалогу» культур, при безпосередньому спілкуванні туристів з населенням.

Тісний зв'язок між ЮНВТО та іншими туристичними організаціями світу з ООН, особливо ЮНЕСКО (Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури), має велике значення для встановлення культурних контактів між народами світу. ЮНЕСКО, членами якої є понад 120 країн, співпрацює у розвитку взаємних знань і розуміння між народами, використовуючи всі засоби комунікації, сприяючи вихованню народної освіти, поширюючи знання, налагоджуючи співпрацю між лідерами культури, організацією міжнародних конференцій вчених і створення міжнародних організацій науковців, допомагає у поширенні і популяризації науки, включаючи таку комплексну науку, як туристична. За допомогою ЮНЕСКО міжнародні туристичні організації провели ряд міжнародних конференцій з різних питань розвитку суспільства та культури [37, с. 30].

Отже, прямий зв'язок між представниками різних країн і культур під час туристичного обміну, діяльність міжнародних туристичних організацій спрямована на зміцнення взаємовигідних культурних зв'язків між народами - все це сприяє не тільки взаємному збагаченню культур, а й зближення народів,

збереження та зміцнення історико-культурної спадщини, запобігання конфліктам на культурних та релігійних засадах, утвердження миру.

Реалізація вищезазначених завдань дозволить гармонійно поєднати систему фізичного збереження пам'яток (як економічну основу для розвитку культурного туризму та економічного розвитку регіонів), а також вивчення, популяризацію та відродження національно-культурної спадщини (як ефективного ідеологічного, освітнього засобу формування національної свідомості, збереження національно-культурної ідентичності та належна наявність кращих зразків у міжнародному культурному просторі). Розвиток міжнародної співпраці сприяє вдосконаленню системи охорони спадщини, суть якої може бути визначена формулою «збереження через розвиток, розвиток через збереження».

Історико-культурний потенціал, матеріальні та духовні пам'ятки народу дуже важливі для формування світогляду людей, задоволення матеріальних, у тому числі туристичних потреб. У розвинених країнах світу цей туристичний ресурс активно використовується для отримання прибутку.

Деякі країни, наприклад, Італія, Франція, отримують значну частину доходів від рекреаційної економіки через вмілу експлуатацію свого історичного та культурного потенціалу. Це пов'язано з великою кількістю пам'ятників, їх високою художньою цінністю, хорошим збереженням і можливістю організації туристичних послуг. Всесвітньо відомі пам'ятки історії та культури Риму, Венеції, Флоренції, Парижа щороку приваблюють сотні тисяч туристів.

Популярні туристичні об'єкти включають середньовічні замки - укріплене житло середньовічних феодалів, королів, султанів, шахів та інших правителів. Багато замків в Європі і на Близькому Сході будувалися за войовничими чернечими орденами. Для фортечних замків зазвичай вибирали важкодоступні місця на крутих пагорбах і горах. Навколо замків були зосереджені поселення, жителі яких ховалися в замках від ворогів. Замки, різноманітні в архітектурі та інтер'єрі, могли витримати довгі місяці облоги і були практично неприступними. У XIV-XV ст. замки втратили оборонно-військове призначення і перетворилися на палаци дворянства і аристократії.

Багато будівель замку збереглися до наших днів у вигляді руїн, але замки, що зберігалися і відновлювалися в Іспанії, Німеччині, Швейцарії, були перебудовані під музеї з багатими колекціями середньовічних картин, посуду, меблів та інших елементів інтер'єр. Замки є цікавим елементом туристичної програми, їх легко відвідують туристи. Найдавніші замки Іспанії та Франції - Чавіньї, Фалес, Лош, Куси, Лувр, Віландо та інші.

Збереження історико-культурної спадщини, місцевих звичаїв і традицій з точки зору туризму може проявлятися у таких формах:

- стимулювання реставрації історичних місць та пам'яток;
- стимулювання перетворення старих будинків і просторів у зовсім нові, з новими туристичними можливостями;
- активізація збереження звичаїв і традицій шляхом здійснення заходів етно-туризму, фестивального та сільського туризму;
- Посилення відповідальності за управління та адміністративний контроль, що покращує якість навколишнього середовища і дозволяє більш повно задовольнити потреби туристів [37, с. 32].

Туризм як вид відпочинку допомагає відновити силу і ефективність особистості і, відповідно, психофізіологічні ресурси суспільства. Вона сприяє раціональному використанню вільного людського часу, збагачує соціально-економічну інфраструктуру та міжрегіональне співробітництво між країнами, державами та народами. Говорячи про соціальну природу туризму в цілому, слід підкреслити, що його головна соціальна функція - репродуктивна, що дозволяє модернізувати сили і внутрішні ресурси людини, витрачені як у процесі роботи, так і при виконанні повсякденних обов'язків. Ритми сучасного життя більшості промислово розвинених країн супроводжуються збільшенням маси виробництва, урбанізацією, часто погіршенням екологічної ситуації, ізоляцією громадян від природи, надходженням занадто великої кількості інформації. Ці фактори сприяють накопиченню втоми - фізичної і психологічної, що, у свою чергу, призводить до збільшення конфліктних ситуацій у повсякденному житті і в роботі, сприяє погіршенню здоров'я, знижує трудову і життєву активність. Подолати ці негативні наслідки і допомагає

туризм, який є ефективною формою практично повної, всебічної реставрації фізичних і духовних сил, оскільки людям дається можливість тимчасово вийти з місця постійного проживання, роботи, змінити свій звичний спосіб життя.

Висновки до розділу 1

На основі проведеного теоретичного дослідження можна підсумувати, що міжнародний туризм - це діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами свого нормального середовища, на період не більше одного року поспіль для рекреаційних цілей, для ділових та інших цілей.

Туризм як багатовимірне явище, що охоплює різні сфери життя людей по всьому світу і характеризується стійкістю і динамічністю, забезпечує значний внесок у розвиток людської цивілізації. Це підтверджується активною роллю туризму у досягненні цілей сталого розвитку людства та розвитку постіндустріального суспільства. Покращення умов життя населення, збільшення часу відпочинку через використання сучасних технологій, політична лібералізація, глобалізація інформаційного простору та якісно вищий рівень транспортної доступності перетворили туризм на багатогранний соціальний феномен, атрибути якого масовий, транскордонний характер, потужна і розгалужена економічна надбудова.

На розвиток туризму впливають різні чинники: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні, політико-правові. Передумовою розвитку міжнародного туризму в країні є державне регулювання та наявність програм, які б визначали пріоритети галузі. Від їх доступності, належних ресурсів, зокрема людських, фінансових, матеріальних, залежить ефективність сектора туризму.

Міжнародний туризм має можливість інтегруватися, консолідувати, сприяти конструктивному діалогу, солідарності та взаєморозумінню. У процесі туристичного спілкування культурні цінності є основним механізмом обміну ідеями, знаннями, важливим чинником їхнього навчання і впровадження в повсякденній практиці. Під час здійснення туристичних поїздок відбувається

зміна світогляду, цінності, поведінкової ідентифікації туристів. Одним з непрямих наслідків туризму є формування національної ідентичності.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Стан міжнародного туризму в Україні

Міжнародний туризм, як було описано нами раніше, цілеспрямована діяльність, пов'язана з наданням послуг іноземним туристам на території приймаючої держави (в'їзний туризм) та громадянам країни постійного проживання, що виїжджають за кордон (виїзний туризм). Стан міжнародного туризму оцінюється за багатьма показниками, але для всебічного аналізу сучасного стану розвитку міжнародного туризму в Україні доцільно використовувати такі показники: динаміка в'їзного та виїзного туризму. потоки, мотивація туристичних поїздок, географічна структура міжнародного туризму.

Розвиток міжнародного в'їзного туризму в Україні має гарні передумови. По-перше, це наявність у нашій країні значних туристичних ресурсів, багато з яких є унікальними. По-друге, інтерес, який проявляють до нашої країни іноземні ЗМІ та звичайні громадяни, у тому числі, через закритість великої території України за часів СРСР. По-третє, унікальна українська культура, об'єкти якої мають всесвітнє визнання. По-четверте, можливість формування конкурентоспроможного туристичного продукту за рахунок висококваліфікованих трудових ресурсів і високого рівня загальної освіти населення. Помітну роль відіграє значна українська еміграція.

З незалежності України туристичний ринок нашої країни тільки починає розвиватися. Сьогодні це одна з найбільш перспективних сфер соціально-економічного розвитку країни. Якщо розглядати Україну, то можна сказати, що робота туристичного ринку впливає на діяльність майже 40 галузей економіки країни і 10-15% населення нашої країни. Таким чином, туризм є ефективним союзом, який можна очікувати при вирішенні проблем виходу з економічної кризи. Головне, що туризм є такою сферою діяльності, де після залучення нових технологій кількість працівників не зменшується.

Досліджуючи категорію міжнародного туризму, можна сказати, що це одна з форм зовнішньоекономічних зв'язків. Одним з важливих аспектів, що

підсилює важливість міжнародного туризму для України, є постійне посилення попиту на туристичний продукт міжнародного ринку послуг. Зростання попиту на туристичні послуги та динамізм сучасної економіки призвели до виникнення та посилення екстремальної конкуренції на міжнародному туристичному ринку.

Згідно з даними Адміністрації Державної прикордонної служби, в'їзд іноземців в Україну та виїзд українців за кордон протягом 2015-2018 років зображено на рис. 2.1.

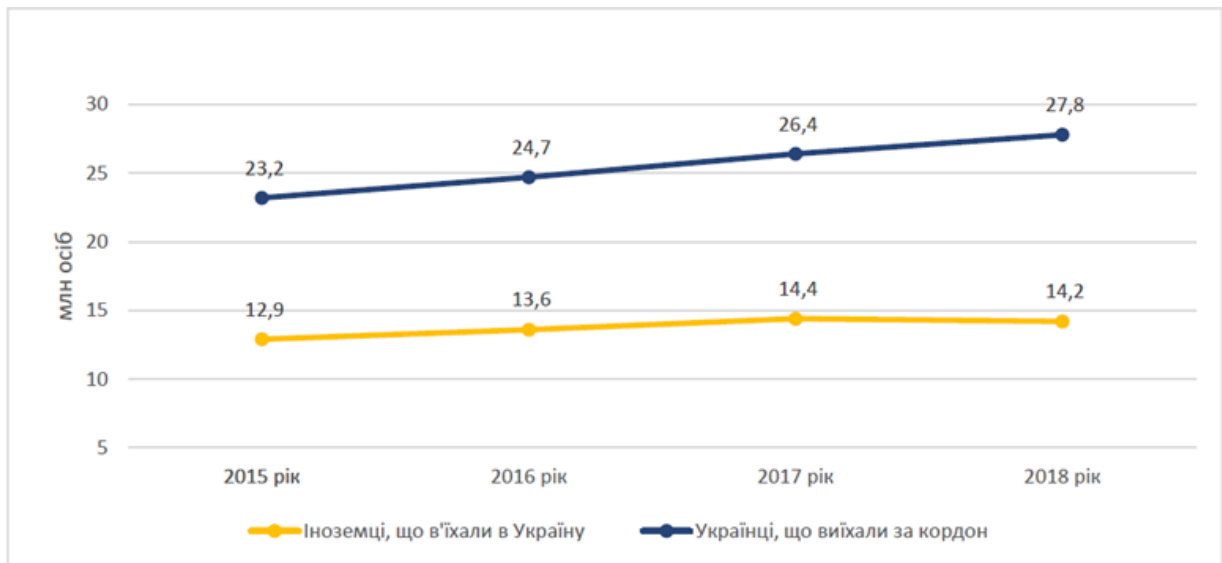


Рис. 2.1. В'їзд іноземців в Україну та виїзд українців за кордон протягом 2015-2018 рр. [23]

Аналіз туристичного потоку протягом 2015-2018 рр. свідчить про тенденцію до зростання, хоча за результатами 2018 р. рівень в'їзного туризму залишався практично на рівні 2017 року.

Таблиця 2.1

Інформація щодо кількості іноземних громадян, що приїхали до України, тис. осіб [23]

Квартали	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	Темп приросту, %		
					2016/2015	2017/2016	2018/2017
I квартал	2864,8	2427,3	2631,5	2547,7	-15,3	8,4	-3,2
II квартал	3214,0	3392,7	3697,1	3673,4	5,6	9,0	-0,6
III квартал	3733,2	4559,5	4769,5	4935,7	22,1	4,6	3,5
IV квартал	3074,2	3226,3	3323,1	3050,1	4,9	3,0	-8,2
Всього	12886,2	13605,9	14421,2	14207,0	5,6	6,0	-1,5

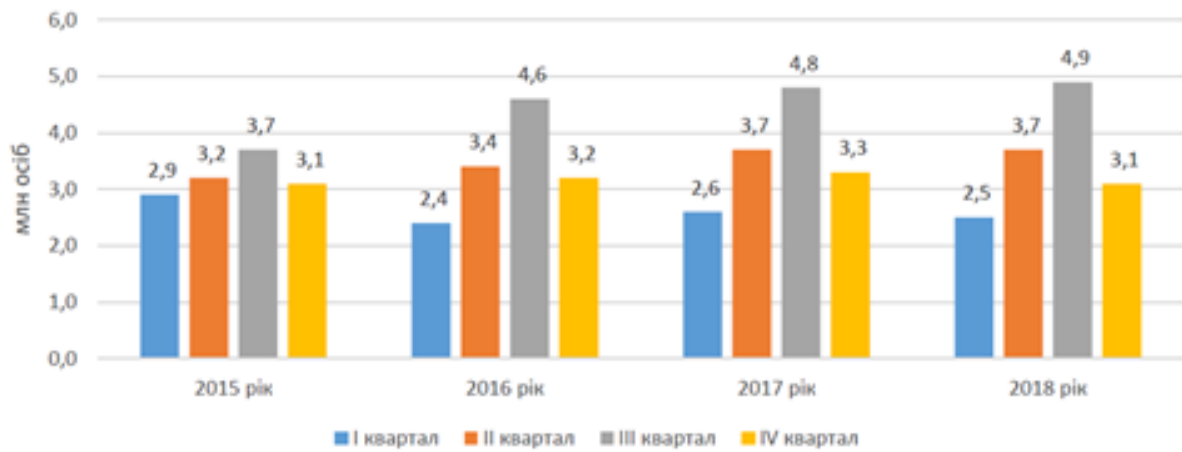


Рис. 2.2. Кількість іноземних громадян, що приїхали до України за 2015-2018 рр. [23]

Країни, що межують, традиційно є лідерами за кількістю відвідувань в Україні: Молдова, Білорусь, Росія, Польща, Угорщина, Румунія, Словаччина.

Таблиця 2.2

ТОП-20 країн, громадяни яких найчастіше відвідують Україну, тис. осіб [23]

№	Країна	2015	2016	2017	2018	Приріст 2018/2017, %
1	Молдова	4739,6	4474,2	4548,2	4436,7	-2,5
2	Білорусь	1898,5	1827,8	2733,0	2666,7	-2,4
3	Росія	1321,0	1542,6	1521,0	1539,2	1,2
4	Польща	1156,9	1195,1	1144,4	1097,1	-4,1
5	Угорщина	1072,1	1271,2	1059,8	915,8	-13,6
6	Румунія	765,0	775,8	792,9	740,5	-6,6
7	Ізраїль	149,6	217,2	261,1	317,8	21,7
8	Словаччина	413,2	410,7	366,3	314,0	-14,3
9	Туреччина	142,9	206,7	275,5	279,2	1,3
10	Німеччина	155,8	171,5	210,1	237,9	13,3
11	США	108,5	138,2	154,1	184,3	19,7
12	Великобританія	54,8	70,4	78,8	116,0	47,3
13	Італія	63,3	77,8	84,6	97,6	15,4
14	Азербайджан	75,8	105,9	96,1	93,8	-2,3
15	Литва	35,3	52,3	75,6	93,3	23,4
16	Чехія	39,5	49,1	67,7	78,6	16,0
17	Франція	46,0	54,3	61,2	66,8	9,2
18	Болгарія	35,6	42,2	47,0	50,7	7,9
19	Грузія	37,8	48,4	49,3	47,6	-3,3
20	Казахстан	27,6	37,6	41,5	46,9	13,3
	Всього	12886,2	13605,9	14421,2	14206,7	-1,5

Беручи до уваги, що прикордонні країни традиційно є лідерами в відвідуванні України і становлять 82,3% від загального туристичного потоку в 2018 році, коливання туристичних потоків залежать в основному від цих країн. Скоротилися візити громадян прикордонних країн до України, проте збільшилася кількість відвідувань з неприкордонних країн: Великобританія 47,3%, Китай 38,8%, Литва 23,4%, Ізраїль 21,7%, США 19,7%, Чехія на 16,0%, Італія на 15,4%, Німеччини - на 13,3%, Франції - на 9,2%, Болгарії - на 7,9%.

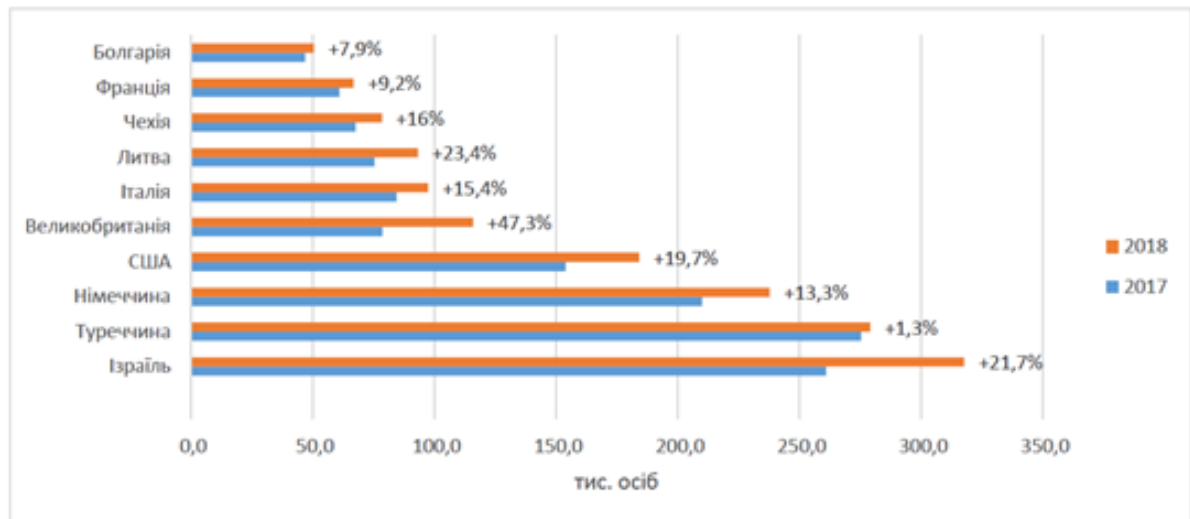


Рис. 2.3. Динаміка росту в'їзду в Україну з неприкордонних країн [23]

За підсумками 2018 року можна відзначити незначне збільшення туристичного потоку туристів на 5,2% у порівнянні з 2017 роком.

Таблиця 2.3

Кількість українських громадян, що виїхали до інших країн, млн. осіб [23]

Квартали	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	Темп приросту, %		
					2016/2015	2017/2016	2018/2017
I квартал	4,8	5,3	6,9	5,8	9,8	30,9	-15,5
II квартал	5,7	6,5	5,6	7,1	13,0	-14,1	26,7
III квартал	6,8	6,9	7,8	8,2	1,2	12,8	5,5
IV квартал	5,8	6,0	6,2	6,7	3,5	2,7	8,7
Всього	23,2	24,7	26,4	27,8	6,5	7,2	5,2

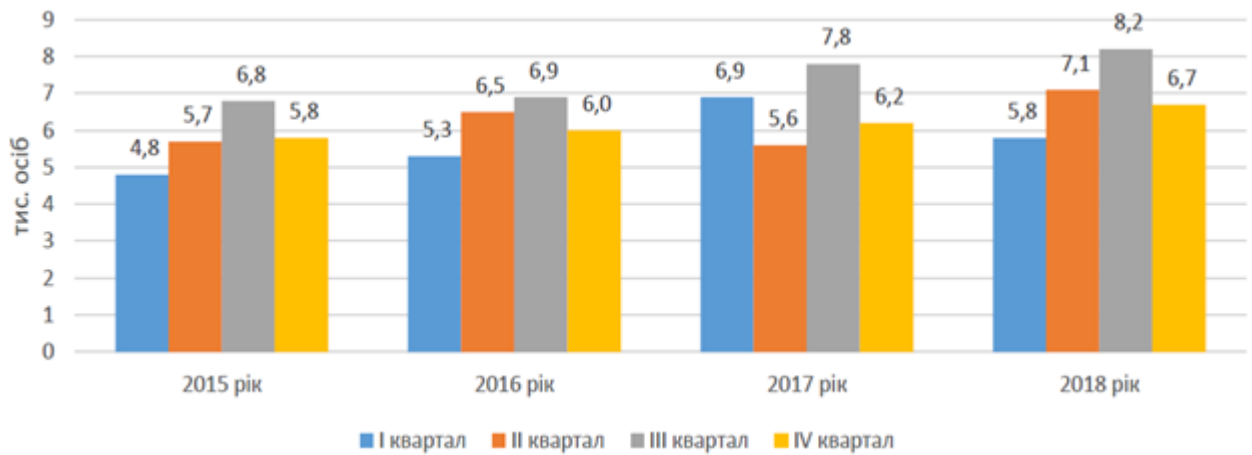


Рис. 2.4. Кількість українських громадян, що подорожували за кордон за 2015-2018 рр. [23]

Найчастіше українські громадяни відвідують прикордонні країни: Польщу, Росію, Угорщину, Молдову, Білорусь, Румунію, Словаччину.

Таблиця 2.4

ТОП-20 країн, до яких найчастіше подорожують громадяни України, тис. осіб [23]

№	Країна	2015	2016	2017	2018	Приріст 2018/2017, %
1	Польща	9 505,7	10 111,1	9 991,0	10 000,5	0,1
2	Росія	4 110,0	3 859,8	4 376,4	4 162,7	-4,9
3	Угорщина	2 442,1	2 893,4	3 118,8	3 219,3	3,2
4	Молдова	1 727,3	1 655,8	1 680,4	1 665,5	-0,9
5	Білорусь	1 325,5	1 114,5	1 186,5	1 400,1	18,0
6	Румунія	678,7	857,7	1 045,4	1 236,7	18,3
7	Туреччина	510,5	930,7	1 185,1	1 192,5	0,6
8	Єгипет	350,9	417,9	733,6	1 131,7	54,3
9	Словаччина	755,2	886,1	854,7	917,7	7,4
10	Німеччина	294,8	276,0	344,2	533,9	55,1
11	Італія	113,4	122,3	173,6	287,3	65,5
12	ОАЕ	137,4	150,7	166,6	184,5	10,7
13	Ізраїль	129,3	146,4	155,1	148,9	-4,0
14	Австрія	106,5	105,9	115,4	147,3	27,6
15	Іспанія	60,7	89,6	113,0	146,2	29,4
16	Греція	101,3	96,4	104,8	134,8	28,6
17	Грузія	81,6	104,5	112,0	121,1	8,1
18	Франція	98,4	92,7	106,7	116,7	9,4
19	Чехія	52,7	41,8	73,5	88,6	20,5
20	Кіпр	57,3	80,0	58,3	83,5	43,2
	Всього	23 171,2	24 668,2	26 437,4	27 810,9	5,2

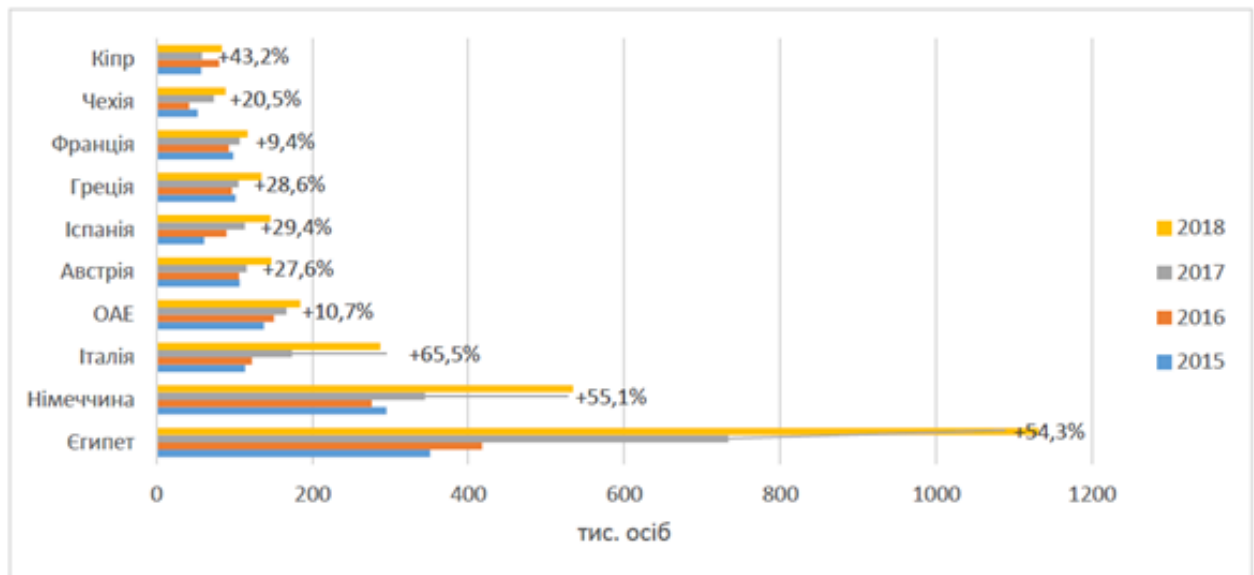


Рис. 2.5. Динаміка росту виїзду українців до неприкордонних країн [23]

У 2018 році частка українських громадян, які виїжджають за кордон до прикордонних держав, становить близько 81,3% виїзного туристичного потоку, із зменшенням кількості візитів до Росії та Молдови. З неприкордонних країн кількість поїздок збільшилася до Італії, Німеччини, Єгипту, Кіпру, Іспанії, Греції, Австрії тощо.

Слід зазначити, що наша країна об'єктивно має всі передумови для інтенсивного розвитку вітчизняного та закордонного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, цінність природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу. На тлі світового туризму, який набирає силу у фантастично швидких темпах, Україна виглядає досить скромно. Сьогодні громадяни України є оригінальними інвесторами зарубіжних країн.

В даний час основними туристичними напрямками України є Чорноморське і Азовське моря, Карпати, міста Київ, Львів та Одеса.

В Україні багато пляжних курортів. Незважаючи на втрату Криму, Україна має популярні морські курорти на узбережжі Чорного моря - Коблево і Затока. Затока в Одеській області, має репутацію самого гучного і молодого курорту в Україні. Повна протилежність Затоки - це тихий курорт у Сергіївці, де є бальнеологічні санаторії. Також морські курорти знаходяться в інших

населених пунктах Одеської області - в Приморську, Лебедівці, Кароліно-Бугазі, Грибівці і навіть у промисловому місті Южне.

Основними туристичними напрямками зимового відпочинку в Україні є курорти Івано-Франківської, Львівської та Закарпатської областей. Туристів приваблюють мальовничі краєвиди Карпат, кришталево чисте повітря, гірськолижні схили. Популярний гірськолижний курорт Буковель, відомий своєю сучасною інфраструктурою та гірськолижними схилами. У Яремче є санаторії, розвинена розважальна інфраструктура. Славське – гірськолижний курорт у Львівській області, котрий досить популярний. Є маса лижних схилів різної висоти, довжини і рельєфу. Славське вважається найбільш відвідуваним зимовим курортом в Україні, де катаються на лижах з усієї країни. Серед любителів екстремального відпочинку взимку знаходиться курорт Драгобрат. Це найвищий гірський курорт України. В останні роки Україна відкрила гірськолижні курорти зі штучними схилами в районах, де немає гір. Для лікування і відпочинку в санаторіях України варто відправлятися в Трускавець, Моршин, Східниці і курорти Закарпаття. Тенденцією останніх років став зелений або аграрний туризм. Мешканці великих міст виїжджають в сільську місцевість, де вони можуть не тільки дихати свіжим повітрям, а й жити в сільському житті, знайомитися з традиціями і культурою, народними ремеслами і ремеслами самотніх регіонів України.

Цілий рік проходять екскурсії по всій території України. Особливо популярні серед туристів міста з великою кількістю історичних і архітектурних пам'яток - Києва, Львова, Чернівців, Батурина, Одеси, Ужгорода, Харкова, острова Хортиця в Запоріжжі. Найпопулярнішим містом серед туристів є Київ. Протягом 2017 року столицю відвідали понад 1 млн. 200 тис. іноземних туристів і 2 млн. вітчизняних туристів [4, с. 12].

Як бачимо, Україна має досить великий потенціал для розвитку туризму, а туристичний сезон дає чудову можливість для отримання прибутку.

Інтенсифікація міжнародного співробітництва в контексті розвитку іноземного туризму, посилення його комунікаційних функцій в Україні в даний час здійснюється як на державному рівні, так і за участю відповідних

міжнародних організацій. У цьому контексті було укладено ряд міжурядових угод та угод між спеціалізованими національними та іноземними органами управління туризмом про співробітництво у сфері туризму (сьогодні такі угоди укладені з 28 країнами, а ряд нових готується), зокрема можливість розширення режиму безвізового режиму в обміні туристичними групами. Ця сфера діяльності є перш за все чинником інтенсифікації двосторонніх відносин та поглиблення інтеграції на субрегіональному рівні. Співробітництво з міжнародними організаціями, зокрема, робота зі створення та просування спільної туристичної продукції на світовому ринку, є важливим чинником інтеграції України не тільки в європейському, а й у світовому масштабі.

Перш за все, слід зазначити, що Європа займає провідне місце на туристичному ринку і є найбільш відвідуваним регіоном світу, займаючи 51% від загальної кількості міжнародних поїздок і більш ніж в 2 рази вище, ніж найближчі конкуренти. З 10 країн світу, які мають найбільші обсяги міжнародного туризму і отримують найвищі доходи від них, 6 є країнами Європи (Іспанія, Франція, Італія, Німеччина, Великобританія та Туреччина), причому 5 з них є членами Європейського Союзу.

Одним з основних принципів зовнішньої політики України є забезпечення її інтеграції в європейський політичний, економічний та правовий простір, щоб отримати членство в Європейському Союзі. Метою України є насамперед економічне співробітництво з Європейським Союзом, яке необхідно ефективно і швидко розвивати. У зв'язку з цим відносини між Україною та Європейською асоціацією вільної торгівлі стали доцільними та ефективними. Вступ України до Європейської комісії з туризму (ЕТС) був очевидним успіхом на шляху до європейської інтеграції. Завдяки участі в цьому органі, посиленню позицій національного туристичного продукту на європейському ринку, трансформації галузі в високоефективну складову економічного зростання нашої держави, підтримку регіонів, збільшення валютних надходжень до державного бюджету, створення робочих місць, підвищення рівня життя громадян України. Україна також прагне досягти подібних результатів у цій сфері, а також країн-членів ЄС. Тому головною

метою співробітництва між Україною та країнами ЄС у міжнародному туризмі є створення єдиної туристичної зони як зони вільної торгівлі для туристичних послуг та туристичної свободи; ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу для інтенсифікації туристичних потоків, розвиток спільного конкурентного туристичного продукту країн-учасниць (зокрема, міжнародних туристичних маршрутів у рекреаційних зонах, уздовж річок Дунаю та Дніпра) та збільшення економічної ефективності туризму як передумови соціально-економічного розвитку країн [11, с. 165].

Крім того, Україна приділяє велику увагу співпраці з Європейським Союзом щодо визначення та реалізації світової туристичної політики, включення нашої держави до перспективних програм фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційних проектів ЄС у сфері туризму. Розвиток співробітництва з ЄС відбувається відповідно до програми реалізації Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС від 1994 року, Стратегії інтеграції України до ЄС, Угоди про асоціацію.

Варто сказати, що для європейських туристів Україна є привабливим місцем для відпочинку. Скажімо, мисливські угіддя Цуманських лісів Ківерцівського району Волинської області вже стали гарячою точкою для активних мисливців з Італії, Франції, Німеччини та Бельгії; гірські та гірськолижні курорти Карпат, нещодавно розроблені вітчизняними туристами та туристами з країн СНД, поступово стають привабливими для відвідувачів з сусідніх східноєвропейських країн. Зацікавленість останнього повинна бути посилена за участю румунських та угорських партнерів у спільному проекті Карпатського Єврорегіону «Карпатський трамвай» для використання ділянок гірських вузькоколіїних залізниць, побудованих у першій половині минулого століття. Створення мережі історичних залізниць тут сприятиме формуванню єдиної культурної сфери за участю п'яти сусідніх країн, що зробить її привабливою для іноземних туристів. Саме в Карпатах, на думку українських географів, це центр Європи (біля Рахова), де можна проводити міжнародні фестивалі культури і мистецтв. Доцільно створити разом з Румунією

біосферний заповідник в горах Марамор, щоб встановити рух пасажирських поїздів на Закарпатське шосе між Києвом і Бухарестом через Рахів.

Варто відзначити, що одним з напрямків співпраці у сфері туризму є проект Тасіс «Підтримка місцевого розвитку та туризму Карпатського регіону», який впроваджується з 1999 року на території Чернівців, Івано-Франківська, Львова та Закарпатської області.

В Україні також проводиться систематична робота з адаптації туристичного законодавства відповідно до директив та стандартів ЄС. Розробляється правова та договірна база двостороннього співробітництва з країнами ЄС. Наразі існують 8 міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму з країнами-членами ЄС, зокрема з Грецією (1996), Естонією (1994), Латвією (2000), Польщею (1994), Словаччиною (2001), Угорщиною (2001), Фінляндією (2000), Литва, Австрія (2004).

Тісні зв'язки з ЄС в цілому та його країнами-членами призвели до появи туристичних інформаційних центрів на території України в рамках програм технічної допомоги проектів Twinning. Головною метою цього проекту є створення прогресивної та ефективної системи поширення інформаційних та рекламних матеріалів шляхом надання мережі туристичних інформаційних центрів у регіонах України.

Ці заходи проводяться з метою підвищення привабливості української туристичної пропозиції для закордонних туристичних компаній, а також туристів, сприяння збільшенню туристичних потоків в Україні та оптимізації міжнародного туристичного співробітництва.

Активна співпраця з ЄС відкриває великі можливості для використання організаційних та фінансових механізмів Державної служби туризму та курортів для підвищення економічної ефективності національної туристичної галузі [11, с. 167].

Слід зазначити, що спеціальне представництво України з ЄС подало заявку на включення України в перспективні програми співпраці у сфері туризму. Більш активне залучення України до міжнародних проектів матиме

якісний вплив на розвиток туристичної галузі України, сприятиме соціально-економічному та культурному розвитку нашої країни.

2.2. Інноваційні засади міжнародного туризму в Україні

Туризм займає одне з головних місць у використанні природних ресурсів і в здійсненні активного впливу на їх стан. Важливо, щоб його подальший розвиток відповідав міжнародним соціально-екологічним стратегіям, спрямованим на збереження та розширення рекреаційних і туристичних ресурсів для майбутніх поколінь.

Особлива увага приділяється міжнародно-правовому співробітництву України на основі досвіду Австрії, Іспанії, Туреччини, Угорщини, Чехії, Німеччини та інших розвинених країн, а також укладання двосторонніх міжурядових угод про співробітництво у сфері туризму.

Економічна та фінансова політика в індустрії туризму України здійснюється за допомогою залучення коштів з різних джерел фінансування: приватних компаній, благодійних та громадських організацій, іноземних інвестицій та субсидій регіональних управлінь. Водночас іноземні інвестиційні фонди спрямовані на створення базової туристичної інфраструктури.

Інноваційні напрями розвитку туристичної індустрії України такі:

- створення єдиної системи підготовки кадрів для туристичної галузі відповідно до міжнародних стандартів;
- формування наукових кадрів для туристичних спеціальностей, проведення наукових досліджень високого рівня з туризму;
- закріплення отриманих знань у виробництві, організація заходів для стажування на основних туристичних підприємствах в Україні та за кордоном, обмін досвідом;
- впровадження інноваційних маркетингових інструментів для визнання та розвитку туризму в Україні;
- повна електронна підтримка реєстрації іноземних громадян, використання інноваційних методів скорочення термінів оформлення відповідних документів;

- забезпечення розвитку інноваційного типу туризму - екстремального туризму в Україні, в тому числі за рахунок державної підтримки.

Особливу увагу слід приділяти екстремальному туризму, який є одним з нових напрямків активного відпочинку і набирає обертів у всьому світі, особливо в Україні. Все більше людей бачать красу підводного світу, спускаються по схилі гори, стрибають з парашутом і т.д. [22].

Інновації в туризмі повинні включати, перш за все, ті нововведення, які супроводжуються та впливають на:

- відновлення і розвиток духовних і фізичних сил туристів;
- якісно нові зміни в туристичному продукті;
- підвищення ефективності туристичної інфраструктури;
- підвищення ефективності управління, сталого функціонування та розвитку туристичної галузі країни;
- підвищення ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг;
- прогресивні зміни факторів виробництва;
- посилення іміджу та конкурентоспроможності туристичних підприємств.

Аналіз вітчизняної практики у сфері туризму показує, що основними факторами, що перешкоджають впровадженню інновацій у туризмі, є:

- відсутність власних джерел фінансування;
- високий економічний ризик;
- висока політична та економічна нестабільність;
- низькі доходи населення;
- низький ступінь інтеграції туризму у світову економічну систему;
- зниження попиту на туристичний продукт;
- несподівані події: екологічні та техногенні катастрофи, терористичні акти і т.д.

Важливий вплив на формування інновацій у сфері туризму:

- інновації міжнародних організацій;
- правила господарських відносин;

- нові форми співпраці;
- рішення міжнародних і регіональних туристичних організацій;
- нові знання про туристичні ресурси в різних частинах світу;
- державні закони та правові акти, що визначають економічні та політичні принципи функціонування туристичних підприємств;
- розробка державних концепцій розвитку туризму;
- прийняття нових законодавчих актів з соціально-економічних питань [25, с. 485].

Екстремальний туризм активно розвивається, і завдання держави - зробити його максимально безпечним для учасників і запобігти неконтрольованому використанню та знищенню природних ресурсів. Екстремальний туризм є одним з найнебезпечніших видів туризму, його мета - відчутти небезпеку. Контроль за виконанням вимог безпеки для екстремального туризму слід проводити не тільки до початку туристичного сезону, але й під час проведення поточних перевірок уповноваженими державними органами відповідно до їх компетенції.

Особливістю екстремального туризму є те, що жодна компанія, як правило, не працює відразу з декількома видами активного відпочинку. Крім того, компанії, що спеціалізуються на екстремальному туризмі, надають послуги або виключно з України, або організують екскурсії виключно за кордоном.

Одним з нових видів екстремального відпочинку для України є військові тури. Наприклад, в клубі активного відпочинку «Сильний дощ» (Сколе, Львівська область) майже за 3,5-4 тис. грн. пропонують клієнтам тиждень в умовах, близьких до справжньої служби в армії з вивченням статуту і стрийової підготовки. Важливо відзначити, що екстремальний туризм схильний до сезонних змін і залежить від країни, її клімату і формату самого туру.

Настільки ж екстремальний тип туризму, який набирає популярність в Україні, - це поїздки на покинуті промислові об'єкти, особливо в Чорнобильській зоні. Звичайно, навіть організація туристичної поїздки до Чорнобиля ще складніше, ніж прогулянка в будь-яке інше місто або регіон

України. Зокрема, необхідно отримати багато дозволів для групи, тому що це все ще місце обмеженого прийому та передачі.

Найдорожчим видом екстремального туризму є подорож на орбіту Землі. Однак через дуже високу ціну клієнтів недостатньо, то цей вид екстремального туризму розглядати неможливо. Для вивчення активного туризму в Україні доцільно розглянути туристичні території України, які підходять для екстремального туризму (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Туристичні території України, придатні для активного туризму [19]

Туристична територія	Короткий опис	Види активного туризму
Карпати	Молоді гори з висотами до 2061 м, вкриті лісами. Густа мережа швидких гірських річок. Висока концентрація об'єктів природно-заповідного фонду. Унікальний етнічний колорит регіону, збережені характерні народні промисли.	Пішохідний, велосипедний, гірськолижний, водний скелелазіння, екологічний, кінний, парапланеризм, подієвий, мультигонки.
Подністров'я	Рівнинна територія з глибокими долинами річок у вигляді каньйонів. Цікаві геологічні особливості стінок каньйонів (скельні відслонення, гроти, печери, водоспади). Подільські Товтри – залишки древнього коралового рифу. Велика кількість замків.	Водний, пішохідний велосипедний, повітроплавання, кінний екологічний, парапланеризм, подієвий, археологічний.
Полісся	Рівнинна територія, вкрита лісами, з високим рівнем зволоження. Густа мережа річок зі спокійною течією та піщаними берегами, багато боліт та озер. Заповідний режим територій. Збережений давній народний промисел – бортництво.	Екологічний, велосипедний, водний кінний, скелелазіння
Побужжя (Подніпров'я)	Горбиста рівнина з великою кількістю глибоких ярів та балок. Акваторії водосховищ на річці Дніпро з високим правим берегом. Унікальний рельєф Канівського заповідника – наслідок дії давнього льодовика. Археологічне, історичне, культурне багатство регіону.	Велосипедний, водний вітрильний, пішохідний парапланеризм, повітроплавання, гірськолижний, скелелазіння, подієвий, археологічний.
Причорномор'я	Територія з рівнинним рельєфом та степовою рослинністю, обмежена на півдні акваторіями Чорного та Азовського морів. Мілководні лимани з довгими піщаними косами – місця гніздування багатьох видів птахів, у тому числі рідкісних. Велика кількість заповідних територій, де охороняються степові рослинні угруповання та водно-болотні угіддя та сліди стародавніх культур.	Екологічний, бердвотчінг, вітрильний, водний, археологічний, парапланеризм, дайвінг, велосипедний, подієвий.

Таким чином, туристичні території України мають більш ніж достатній потенціал для розвитку різних видів активного туризму. Наприклад, більш ніж двадцять річок в різних регіонах використовуються для сплавів і рафтингу на катамаранах, рафтах, байдарках і каяках. Особливо цікавим є туристичний район Подністров'я, де річки течуть у мальовничих глибоких каньонах висотою до 200 м.

2.3. Вплив туризму на економічний розвиток країн

Розвиток українського туризму ускладнюється низьким рівнем інфраструктури, слабкими інвестиціями держави, економічною та політичною нестабільністю в країні. Туристичні ресурси України не використовуються в повному обсязі, що також є значною проблемою для розвитку туризму. Також існує велика кількість «перешкод» для туристів, серед них:

- недбалість митних і прикордонних служб;
- низький рівень обслуговування;
- складний візовий режим;
- відсутність чіткої туристичної політики на національному рівні.

Ці проблеми не можуть бути вирішені без державної підтримки.

Вплив міжнародного туризму на формування сталого розвитку України є сукупним впливом на: економічні, соціальні та екологічні компоненти. Як один з найбільших світових секторів економіки, міжнародний туризм створює робочі місця, управляє експортом і створює багатство по всьому світу.

Окрім прибутку, туризм став дуже важливим чинником зміцнення престижу країни. Крім того, міжнародний туризм допомагає підвищити освітній рівень мешканців країн.

Вивчаючи потенціал міжнародного туризму, слід зазначити, що різноманітні соціально-економічні потрясіння впливають на стан міжнародного туристичного ринку як за кількістю мандрівників, так і за кількістю відпочиваючих, а також за доходами від цих і пов'язаних з ними господарської діяльності.

Частка міжнародного туризму у світовому експорті товарів і послуг становить близько 13%, а в країнах Європейського Союзу - 14%. За прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації, в 2020 році кількість мандрівників складе 1,5 мільярда, і вони зможуть «надати» туристичній галузі 2-3 трильйони доларів

Державне регулювання індустрії туризму має бути спрямоване, насамперед, на досягнення таких цілей:

- прийняття спільної мети розвитку туризму в країні з виходом ключових стратегічних пріоритетів та заходів;
- розробка інтегрованої туристичної концепції, міжнародної туристичної індустрії в Україні на основі фінансових потреб, а також реальних і послідовних дій;
- розробка регіональних програм розвитку туризму та їх узгодження з загальною метою програми розвитку туризму;
- формування регуляторного забезпечення міжнародного туристичного бізнесу, приєднання України до міжнародних спеціалізованих організацій, асоціацій і структур, підписання та виконання двосторонніх міжурядових угод з туризму;
- досягнення необхідної якості навчання в індустрії туризму шляхом зміни системи освіти з метою задоволення потреб окремих регіонів з урахуванням особливостей їх розвитку;
- поступове збільшення кількості туристів, що в'їжджають в країну, і зростання внутрішнього туристичного руху;
- стимулювати інвестиції в туристичну галузь.

Через велику кількість проблем державна політика повинна ґрунтуватися на принципі відокремлення державного регулювання галузі [16, с. 15].

Міжнародний туризм впливає на економіку країн, зокрема на країни з привабливими туристичними ресурсами та завдяки їм на світовий туристичний простір.

Міжнародні туристи витрачають на туристичні поїздки гроші, зароблені на батьківщині під час подорожі приймаючою країною. Це явище називається

експортним туризмом, або активним туризмом, і для економіки країни, з якої гроші вилучаються і використовуються для фінансування туристичної діяльності в інших країнах - називається імпортом туризмом, або пасивним туризмом.

В останні роки Україна продовжує імпортувати туристичні послуги. Це пояснюється тим, що наші туристи їдуть у відпустку в закордонні країни і там фінансують свою туристичну діяльність, оплачуючи відповідні послуги. Перевага імпорту туризму над експортом негативно впливає на загальний стан економіки нашої держави.

Розвиток міжнародного туризму в країнах, переважно туристичних, зумовлений прагненням збільшити приплив іноземної валюти і створити нові робочі місця. Багато країн, за допомогою міжнародного туризму, намагаються вирішити проблеми платіжного балансу. Співвідношення між доходами та витратами від міжнародного туризму в країнах і регіонах різні.

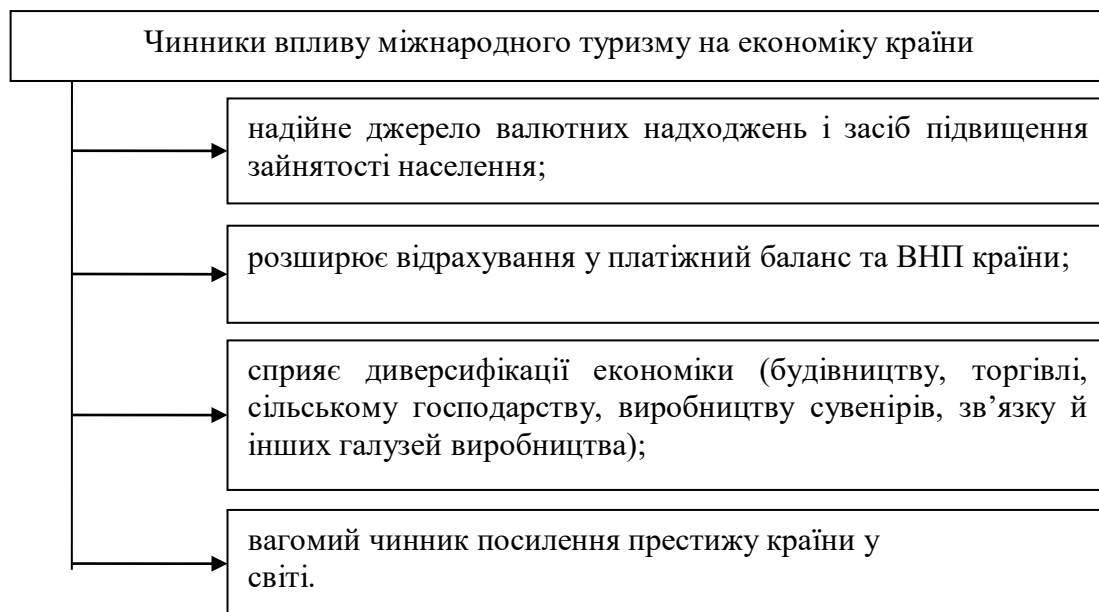


Рис. 2.6. Чинники впливу міжнародного туризму на економіку країни [50]

Крім витрат на проїзд до країни і назад іноземний турист витрачає на харчування близько 40% своїх витрат, на проживання – 30%, на проїзд усередині країни – 8%, інші витрати – 22% [538].

Внаслідок витрат іноземних туристів у приймаючій країні, по-перше, зростають доходи туристичних компаній (прямий ефект), по-друге, попит з боку туристичного сектора зростає, по-третє, особисті доходи зростають, прямо чи опосередковано пов'язаний з туристичним бізнесом, що викликає зростання споживчого попиту (примусовий ефект). Непрямі та вимушені ефекти спільно називаються вторинними. Хоча перше місце за важливістю міжнародного туризму для вітчизняних домогосподарств приділяється отримання валюти, разом з отриманням прибутку можливий і значний витік валюти. Країни, що розвиваються змушені імпортувати значну кількість продуктів і послуг для туристів, а також необхідне обладнання для туристичної галузі.

За даними Світового банку, імпорт товарів для туристів становить 15-55% доходів, залежно від розвитку економіки та орієнтації туристичної галузі на місцеві ресурси.

Туристи, що прибувають з промислово розвинених країн, демонструють товари кращої якості та розширений асортимент, що є рекламою і полегшує імпорт іноземних товарів народного споживання.

Індустрія туризму (у тому числі вітчизняна) має найбільшу кількість робочих місць у більшості країн, забезпечуючи роботою понад 100 мільйонів людей. Індустрія туризму належить до найбільш трудомістких галузей. У Північній Америці на неї припадає 5% ВВП і 8% всіх робітників, у Західній Європі - 7 і 11% відповідно.

Туристичні послуги становлять значну частину послуг, що споживаються населенням і мають специфічний соціально-рекреаційний характер, тобто відпочинок, можливість особистого розвитку, знання історико-культурних цінностей, спорту, участь у культурних заходах тощо. Таким чином, туризм поєднує економічні, соціальні, гуманітарні, освітні та естетичні фактори. Додаткові послуги мають дуже широкий діапазон і займають розвинуту туристичну інфраструктуру до 50% від загального доходу [50, с. 128].

В умовах глобалізації та регіоналізації світової економіки можна виділити такі особливості розвитку ринку туристичних послуг:

- міжнародний поділ праці. Структура, практика і логіка сучасної глобальної економіки призвели до появи нової концепції міжнародного поділу праці, яка сприяє не тільки змінам балансу економічної потужності між окремими країнами і регіонами, внаслідок часткового використання та переваг (географічне положення, дешева енергія, сировина або робоча сила, доступ до ринків, кваліфікованих кадрів тощо), а також створює передумови для формування економічної, а згодом і політичної багатополлярності світу;

- інтернаціоналізація фінансів. Яскравими прикладами цього явища є запровадження єдиної європейської валюти та уніфікація світового валютного ринку, функціонування міжнародної банківської мережі, залежність фінансових систем багатьох країн від коливань на світовому фондовому ринку;

- нові інформаційно-технологічні системи. Нова глобальна інформаційно-орієнтована економіка віддає перевагу впровадженню технологічних проривів у розвитку внаслідок впровадження технологій ноу-хау, а єдиний інформаційний простір робить кордони держав «прозорими», а процеси демократизації та глобалізації незворотніми;

- посилення конкуренції між новими промислово розвиненими країнами і провідними промислово розвиненими країнами;

- гомогенізація міжнародного споживчого ринку. Однією з причин є поширення масової культури, що приносить моду до використання однакових продуктів (автомобілі, побутову техніку, мобільні телефони, джинси, спортивне взуття, напої, засоби гігієни, іграшки тощо), споживання тих же видів послуг (ресторани швидкого харчування, фільми, музика і література, розваги в нічних клубах і комп'ютерних клубах, дискотеки, бари, туризм, пов'язаний з відпочинком на березі теплого моря), їх стандартизація і проникнення в усі сфери життя і регіони світу.

- транснаціоналізація світового туристичного ринку. Діяльність ТНК посилює взаємозв'язок і взаємозалежність вітчизняних і закордонних туристичних ринків окремих країн.

У міжнародному туризмі процес глобалізації найкраще простежується на прикладі сектора розміщення туристів, в якому ТНК набувають форми готельних комплексів або мереж.

Ініціатива інтернаціоналізації виробництва в туризмі належить країнам, які виробляють потужні туристичні потоки, тому що це дає їм найбільшу користь. У Північній Америці це США і Канада, в Європі - Німеччина, Великобританія і Франція, в Азії - Японія і Китай. Саме тому більшість транснаціональних корпорацій, що беруть участь у туристичному бізнесі, базуються в Сполучених Штатах, Західній Європі, Японії, а нещодавно - у Гонконзі та Сінгапурі.

Важливими умовами розвитку світового ринку туристичних послуг є фактори позитивного та негативного впливу. Серед позитивних можна виділити:

- стабільність і відкритість політики і економіки;
- зростання соціального багатства та доходів населення;
- скорочення робочого часу і збільшення вільного часу;
- розвиток транспортних, комунікаційних та інформаційних технологій;
- активізація урбанізації;
- створення інтелектуального суспільства;
- заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток туристичної галузі;
- спрощення та гармонізація податкових, валютних, митних, прикордонних та інших форм регулювання;
- стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених сімей шляхом надання пільг;
- сприяння розвитку галузі пріоритетної туристичної діяльності.

До негативних факторів розвитку ринку туристичних послуг відносяться:

- напруженість у міжнародних відносинах;
- нестабільність політики та закритість економіки;
- стагнація економіки та зниження добробуту населення;
- безладні туристичні ресурси;

- нерозвиненість туристичної індустрії;
- нераціональне використання культурно-історичної та релігійної спадщини та навколишнього середовища;
- низькі доходи та відсутність вільного часу;
- забруднення навколишнього середовища та екологічні небезпеки;
- недооцінка ролі туризму в інтелектуалізації суспільства;
- відсутність ефективних стимулів до інвестування у розвиток туристичної галузі на рівні світових стандартів;
- недооцінка ролі туристичного бізнесу в заповненні бюджету.

Таким чином, можна зробити висновок, що всі перераховані вище фактори є важливими для формування та функціонування пріоритетних напрямків розвитку світового ринку туристичних послуг. [45, с. 55].

На нашу думку, до факторів, що призвели до швидкого розвитку туризму за останні десятиліття, належать:

- зростання доходів населення та суспільного багатства;
- розвиток транспортної та транспортної інфраструктури;
- зменшення середньої тривалості робочого часу і, відповідно, збільшення вільного часу;
- розвиток інформаційних технологій та засобів зв'язку;
- значні зміни в структурі матеріальних і духовних цінностей.

Туристичний бізнес охоплює приватних підприємців з багатьох причин, включаючи:

- малі початкові інвестиції;
- постійно зростаючий попит на туристичні послуги;
- досить високий рівень рентабельності та мінімальний період повернення інвестицій.

У багатьох країнах туристична галузь є однією з провідних, її внесок у валовий національний дохід становить від 15 до 35%. До таких країн відносяться Франція, Іспанія, Португалія, Австрія, Швейцарія, Італія, Чехія, Угорщина та інші країни. Розвиток ринкових відносин і приватного підприємництва, процеси європейської інтеграції в незалежній Україні

вимагають посилення економічного і соціокультурного співробітництва між країнами світу. Одним з найважливіших напрямів інтенсифікації міждержавних комунікацій є розвиток міжнародного туризму.

Міжнародний туризм є також значним джерелом валютних надходжень і чинником формування позитивного платіжного балансу. Туристичний бізнес сприяє розвитку інших галузей економіки: виробництву споживчих товарів, торгівлі, транспорту, сільського господарства, будівництва та ін.

Водночас динамічний розвиток туризму призвів до появи зовнішніх впливів на ринку туристичних послуг, що відбилося на негативному впливі на стан зовнішнього середовища. Саме тому останнім часом багато вчених у світі почали звертати увагу на проблеми сталого розвитку, зокрема, і індустрії туризму. Однак це не зменшує позитивної ролі туризму в економіці світу, а лише вимагає участі влади та місцевого населення у вирішенні цих проблем [36, с. 17].

Таким чином, сучасний міжнародний туризм стає глобальним чинником розвитку цивілізації і всіх її складових - економічної, соціальної сфери, духовної культури, істотно впливає на людей, їх ціннісні орієнтації, процеси самовдосконалення і самопізнання. Розвиток туристичної індустрії в Україні та розвиток національного ринку туристичних послуг позитивно позначиться на соціально-економічному становищі нашої держави.

Висновки до розділу 2

Слід зазначити, що наша країна об'єктивно має всі передумови для інтенсивного розвитку вітчизняного та закордонного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, цінність природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу. На тлі світового туризму, який набирає силу у фантастично швидких темпах, Україна виглядає досить скромно. Сьогодні громадяни України є оригінальними інвесторами зарубіжних країн.

В даний час основними туристичними напрямками України є Чорноморське і Азовське моря, Карпати, міста Київ, Львів та Одеса.

Вплив міжнародного туризму на формування сталого розвитку України є сукупним впливом на: економічні, соціальні та екологічні компоненти. Як один з найбільших світових секторів економіки, міжнародний туризм створює робочі місця, управляє експортом і створює багатство по всьому світу.

Міжнародний туризм впливає на економіку країн, зокрема на країни з привабливими туристичними ресурсами та завдяки їм на світовий туристичний простір.

Міжнародні туристи витрачають на туристичні поїздки гроші, зароблені на батьківщині під час подорожі приймаючою країною. Це явище називається експортним туризмом, або активним туризмом, і для економіки країни, з якої гроші вилучаються і використовуються для фінансування туристичної діяльності в інших країнах - називається імпортом туризмом, або пасивним туризмом.

На нашу думку, до факторів, що призвели до швидкого розвитку туризму за останні десятиліття, належать:

- зростання доходів населення та суспільного багатства;
- розвиток транспортної та транспортної інфраструктури;
- зменшення середньої тривалості робочого часу і, відповідно, збільшення вільного часу;
- розвиток інформаційних технологій та засобів зв'язку;
- значні зміни в структурі матеріальних і духовних цінностей.

Міжнародний туризм є також значним джерелом валютних надходжень і чинником формування позитивного платіжного балансу. Туристичний бізнес сприяє розвитку інших галузей економіки: виробництву споживчих товарів, торгівлі, транспорту, сільського господарства, будівництва та ін.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні

В сучасних економічних умовах напруженість у політичній ситуації також негативно впливає на розвиток туризму в Україні. Анексія Криму, події на сході та півдні України сьогодні спричинили зміни у структурі та обсягах в'їзного та виїзного туризму. Окупація Криму призвела до втрати близько 30% рекреаційного та туристичного потенціалу. Відповідно, частина українських туристів, які вважали за краще відпочивати біля моря, змушені їхати за кордон або відмовлятися від такого роду відпочинку.

Незважаючи на те, що в'їзний туризм ускладнюється багатьма факторами: політичною та економічною нестабільністю, внаслідок якої скорочуються маршрути, відсутність необхідних матеріальних ресурсів, антиреклама України на Заході, негативна інформація про соціально-політичну ситуацію в Україні і багато інших проблем все ще мають передумови і потенціал у розвитку міжнародного туризму. Багаті природні, історичні та культурні, трудові ресурси здатні стимулювати інтерес до вітчизняних та іноземних туристів [13, с. 100].

На розвиток туристичної галузі негативно впливає тотальна дезінформація, яку ведуть російські ЗМІ, що створює ілюзію повномасштабної війни, однак, існує відсутність лояльності українського законодавства у видачі віз та низькій якості послуг для іноземців. Крім того, це потребує вдосконалення законодавчої бази, а також необхідно створити єдиний державний орган, який би займався питаннями у цій сфері.

Існує розуміння, що розвиток туристичного ринку має бути не тільки в руках турфірм, але і розвиватися під патронатом вітчизняного уряду. Сьогодні, для того, щоб залучити туристів, існує нагальна потреба у створенні позитивного бренду «Україна» як в самої країни, так і на міжнародній арені. Тільки шляхом створення привабливого іміджу країни, відомого і зрозумілого міжнародного співтовариства, ми можемо залучити іноземні та внутрішні інвестиції. Яскравим прикладом країн, які виявили успіх у розвитку туризму,

навіть після важких періодів його історії, є Грузія, Чорногорія, Хорватія, Ізраїль, Єгипет [7, с. 22].

Україна має всі умови для розвитку туристичної діяльності: географічне положення, рельєф, кліматичні умови, багатий природний потенціал, історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал. Це є позитивною умовою успішного розвитку туристичної галузі, що, у свою чергу, призведе до таких позитивних зрушень:

- економічного зростання;
- надання нових робочих місць;
- територіального та інфраструктурного розвитку;
- розвитку міжнародних відносин;
- розвитку готельного та ресторанного бізнесу;
- створення умов для ознайомлення з національно-культурною спадщиною України;
- задоволення культурних потреб іноземних громадян та національних туристів;
- створення сприятливих умов для підвищення доходів сільського населення України за рахунок розвитку сільського туризму тощо.

Міжнародний туризм є важливим джерелом валютних надходжень, може позитивно вплинути на платіжний баланс, прискорити інвестиційні процеси, реорганізувати інфраструктуру країни та збільшити зайнятість.

Сучасний туризм, маса туристичного продукту, його стандартизація, різноманітність пропозицій, новітні методи продажу та реклами змушують Україну підтримувати величезні темпи розвитку та вдосконалення цієї сфери. Іншим аспектом важливості розвитку туризму є те, що в багатьох країнах туризм є джерелом значних надходжень до державного бюджету. В Україні цей потенціал не повністю реалізований.

Зростання темпів розвитку та ефективності підприємств туристичної індустрії, забезпечення цього пріоритетного напрямку супроводжується низкою проблем в Україні, вирішення яких вимагає термінової державної підтримки та регулювання. Зокрема, головними проблемами можуть бути:

- неефективне становище держави у формуванні національного протекціонізму по відношенню до постачальників послуг, що стримує розвиток туризму. Зокрема, сфера послуг (готелі, мотелі тощо), транспорт для туризму не визнається експортними галузями. Обладнання та аксесуари для них оподатковуються, що підвищує вартість послуг і стримує експорт туристичних послуг для іноземних туристів;

- недосконалість регіонального регулювання туристичної індустрії;

- недостатня інформаційно-рекламна діяльність щодо України за кордоном;

- податкове навантаження, що перешкоджає та заважає потенційним інвесторам у сфері туризму;

- складні умови для перетину державного кордону;

- невідповідне регіональне та місцеве управління туристичною діяльністю [34, с. 359].

Зазначені проблеми досить чітко можна підкреслити за допомогою матриці SWOT-аналізу (Додаток А).

Розглянемо більш детально окремі означені проблеми. Однією з таких проблем є туристична інфраструктура. Сьогодні в країні переважна більшість закладів для розміщення туристів складають великі комплекси, які були побудовані за часів СРСР. Є більше 4,5 тис. таких закладів, які можуть прийняти і розмістити більше 620 тис. відпочиваючих. Але головною проблемою є низький рівень комфорту та невідповідність сучасним стандартам якості.

Таким чином, значна частина об'єктів туристичної інфраструктури вимагає радикальних змін, які будуть відповідати міжнародним стандартам. Крім того, для відновлення та реконструкції потрібні культурні та архітектурні пам'ятки.

Наступною проблемою є низький рівень обслуговування туристів та відсутність кваліфікованих кадрів у цій сфері. В Україні існує низка навчальних закладів, які готують фахівців з туризму, але ці спеціальності є переважно

новими, тому недостатньо освітнього та практичного досвіду, і, як наслідок, персонал не відповідає кваліфікаційним вимогам світових стандартів.

Незважаючи на зусилля влади нашої країни у сфері розвитку туризму, все ще існує проблема недосконалості законодавчої бази та правового регулювання, яка проявляється у складності проходження митного контролю, невирішених проблемах страхового захисту іноземців на території України. Таким чином, досвід показує, що у разі заподіяння шкоди здоров'ю іноземного туриста він навряд чи зможе отримати медичну допомогу та компенсацію за збитки, оскільки переважна кількість договорів страхування не передбачає ризиків, з якими іноземний турист може зіткнутися під час відпочинку.

Існує також транспортна проблема, яка проявляється у відсутності бюджетного сегмента авіатранспорту (тобто перевізників Lowcost), що не можна сказати про Європу, де послуги перевізників Lowcost використовуються великою часткою туристів. Критичний стан автомобільних доріг, а також невідповідність міжнародним залізничним стандартам, також знижує привабливість автомобільного транспорту та залізничного транспорту країни.

Складна політична ситуація, військові дії на території східних регіонів держави, а також високий рівень злочинності, особливо в туристичних регіонах країни, також негативно впливають на туристичну привабливість України. Страх за життя і здоров'я відштовхує іноземців від відвідування держав з нерегульованими збройними конфліктами. Середньостатистичні європейські громадяни, які відносно мало знайомі з суспільно-політичною ситуацією в Україні, сприймають нашу країну як нову «гарячу точку» на карті світу [43].

Враховуючи незадовільний стан екології як стримуючий фактор для розвитку туризму в Україні, ще можна розглядати цю проблему як двосторонню. З одного боку, туристи відштовхуються від несприятливої екологічної ситуації в Україні. Це було викликано аварією на Чорнобильській АЕС у 1986 році. Але з іншого боку, існує категорія туристів, які хочуть відвідати Зону відчуження. Розроблено спеціальні програми для відвідування цієї території.

Туристичні компанії пропонують повітряні тури, індивідуальні програми для відвідування Зони. Також було розроблено проект створення «Національного парку Чорнобиль» для збереження культурних, історичних і природних цінностей Зони, а також статусу Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Демографічна структура населення України та аналіз груп похилого віку ще раз підтверджують, що в Україні найбільш активна частина населення від 30 до 40 років, на відміну від економічно розвинених країн, де люди старшого віку (55-60 років) відіграє все більш важливу роль у міжнародному туризмі.

Основними постачальниками категорії дорослих туристів є США, Канада, Японія і Європейський Союз. Населення цих країн, незважаючи на швидкі темпи старіння, залишається фізично активним і, настільки ж важливим.

Медичний туризм добре розвинений в Німеччині, Швейцарії, Ізраїлі, Туреччині, де більше 600 тисяч пацієнтів з інших країн щорічно звертаються на лікування. Туреччина заробила на них 4,2 мільярди доларів.

Зростання вартості лікування в країнах, що розвиваються, стимулювало появу нових потреб у пацієнтів, які віддають перевагу якісному лікуванню за нижчими цінами і хочуть відвідати нові країни. Але Україні ще важко конкурувати зі світовими лідерами в медичному туризмі - США, Німеччиною, Туреччиною, Ізраїлем та Францією [41].

Україна надзвичайно багата природними курортними ресурсами, які мають лікувальні властивості, тому в останні роки європейські туроператори зацікавилися нашою санатарно-курортною базою, але доступності природних ресурсів недостатньо, щоб привернути увагу іноземних та вітчизняних туристів.

Необхідно залучити інвестиції для реконструкції існуючої та будівництва нової інфраструктури: медичних центрів, санаторіїв, реабілітаційних клінік. Поряд з цим, потрібно підвищити рівень кваліфікації персоналу та обладнання сучасним обладнанням [4].

Розвиток туристичної індустрії та інтереси споживачів з інших країн неможливо забезпечити без міцної матеріально-технічної бази: готелів, закладів громадського харчування, баз відпочинку. Загалом, аналізуючи обсяг таких

установ в Україні, можна визначити його як достатній. Що стосується методів вирішення основних проблем, то головні з них можна визначити наступним чином:

- сприяння зовнішньому попиту на туристичні послуги України за рахунок інвестицій у матеріально-технічну базу туристичної інфраструктури;
- створення найбільш оптимальної системи використання природних і туристичних ресурсів країни;
- допомога у підготовці фахівців у сфері міжнародного туризму;
- сприяння поліпшенню соціально-економічної ситуації з боку держави з метою створення комфортних умов для вітчизняних та іноземних інвесторів;
- існуючий контроль за стандартизацією та сертифікацією готельних послуг;
- посилення державної підтримки інвестиційної діяльності;
- активна реалізація популяризації туристичних послуг України [12, с. 148].

Виходячи з цього, можна сказати, що туризм за час свого існування перетворився з недоступного відпочинку в галузь масової реабілітації для представників усіх рівнів населення всіх країн світу. Міжнародний туризм став невід'ємною частиною економічного і соціального розвитку і одним з найбільш характерних проявів глобалізації.

3.2. Перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні, слід підкреслити, що сучасний туризм є сферою економіки та життя суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі об'єднує практично всі галузі. Саме це визначає одне з перших місць, зайнятих туризмом у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати основним моментом у формуванні нового державного підходу до туризму як сектора, пріоритетний розвиток якого може позитивно впливати на економічне та соціальне становище країни в цілому, стимулювати низку важливих галузей економіки, а також сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

Для покращення ситуації необхідно розробити державну політику у сфері туризму та шляхи його реалізації. Враховуючи, що Україна є асоційованим членом ЄС і членом Ради Європи, було б добре взяти за основу ті програми, які реалізуються іншими країнами ЮНВТО. Держава, у свою чергу, повинна розробити програму економічного зростання та розвитку туристичних об'єктів у зв'язку з зростаючим попитом населення на туристичні поїздки та санаторно-курортне лікування.

В умовах економічної кризи, коли державний бюджет не призначений для значного припливу інвестицій у цей сектор економіки, необхідно розробити модель її розвитку. Найбільш цікавою з прикладної точки зору є державно-приватне партнерство.

Державно-приватне партнерство є корисним для обох сторін, як державних, так і приватних інвесторів. Наприклад, держава отримує вигоду у вигляді прямих інвестицій, розвитку туристичної інфраструктури та створення нових робочих місць. А приватний бізнес, у свою чергу, заохочує себе в отриманні доходу за рахунок об'єкта, що перебуває у власності держави і передається в приватну власність шляхом передачі в оренду договору концесії.

Зарубіжний досвід показує, що реалізація таких проектів на основі державно-приватного партнерства здійснюється в транспортній сфері (дороги, аеропорти, мости, порти), соціальна сфера (освіта, охорона здоров'я, туризм), житлово-комунальне господарство (житлове будівництво та соціальні об'єкти, теплопостачання та водопостачання) [29, с. 56].

Незважаючи на наявність ресурсів та необмежені потенційні можливості для туризму, Україна наразі не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними країнами. Для раціонального та ефективного використання туристичних, природних, медичних та рекреаційних ресурсів України необхідно формувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування районів розвитку туризму та курортів, а також розробляти, впроваджувати та пропонувати конкурентоздатний національний туристичний продукт споживачеві.

Єдиним способом вирішення системних проблем у сфері туризму і курортів є стратегічно орієнтована державна політика, головним завданням якої є визначення туризму як одного з головних пріоритетів держави, запровадження економічних і правових механізмів для успішного розвитку. проведення туристичного бізнесу, інвестиційні механізми розвитку туристичної інфраструктури, інформаційні та маркетингові заходи щодо формування туристичного іміджу України.

Умовами сталого розвитку туризму і курортів є:

забезпечення координаційної ролі держави у реалізації національної туристичної політики, застосування принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу;

концентрація державних ресурсів на пріоритетних завданнях розвитку туризму та курортів;

створення національної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція у світову туристичну інформаційну мережу;

удосконалення законодавства щодо регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів;

сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів;

постійне поліпшення бізнес-клімату та розвиток чесної конкуренції;

впровадження Інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);

розробка національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів;

популяризація нашої держави у світі та просування високоякісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі;

розвиток туристичних районів.

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку туризму та курортів повинні стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання країни [48].

Крім того, до розвитку міжнародного туризму в Україні можуть сприяти такі чинники:

1. Розвиток туристичної галузі.
2. Інституційне забезпечення державної політики у сфері туризму.
3. Формування та зміцнення туристичного іміджу України.

1. Сьогодні туризм - це не стільки місце, куди хоче поїхати турист, а те, що він хоче там робити. Пляж, активний відпочинок, екскурсії - всі види відпочинку. Саме на них необхідно орієнтувати сферу туризму: смакові, ідеологічні, культурологічні, поведінкові переваги замість чистої географії. Тури по Україні можуть і повинні бути розділені за цим принципом, пропонуючи клієнтам пізнавальні, гастрономічні та інші послуги.

На сьогоднішній день мало використовуються нетрадиційні напрямки, що приваблюють туристів. Розвиток таких маршрутів вимагає співпраці між регіонами та між туристами. Додатковими видами можуть бути катання на конях і походи в Карпати, водний туризм річками тощо. Туризм повинен більш активно розвиватися в екологічно чистих районах, де вода, повітря і продукти харчування розглядаються і сприяють моральному відпочинку. Цей напрямок може стати важливим елементом у розвитку сільського туризму.

2. Останні тенденції розвитку українського туризму свідчать про те, що український туризм, що має потужний туристично-рекреаційний потенціал, розвивається без інтегрованої державної туристичної політики та застарілих механізмів управління. Для України характерна нестабільність інституту управління, часті зміни підходів до управління туризмом, незадовільна наукова підтримка розвитку туризму, надзвичайно низький рівень реалізації його потенціалу.

Таким чином, за останні 15 років, замість реформування туристичної індустрії, держава шість разів реформувала центральний орган виконавчої влади у сфері туризму, змінивши її назву, що призвело до стагнації в туристичній галузі, невиконання міжнародних договорів.

Проте в даний час існують певні зміни в інституційному забезпеченні регулювання туризму. Наприклад, нещодавно Міністерство економічного розвитку і торгівлі України створило Раду туристичних міст і регіонів, затвердило її склад і положення про діяльність. Рада готує пропозиції та

рекомендації щодо формування та підвищення ефективності державної політики у сфері туризму та курортів, розробляє та впроваджує ефективну модель управління даною сферою.

Створення Ради туристичних міст та районів, співпраця органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських організацій та бізнес-структур матимуть максимальний вплив на розвиток туризму в Україні.

3. Кінцевою метою інтенсифікації туризму в Україні є вихід на зовнішні ринки, тобто консолідація України в свідомості іноземних споживачів туристичного продукту як конкурентоздатного і привабливого в туристичному сенсі країни.

Для розвитку в'їзного туризму в країні необхідно створити відповідну маркетингову стратегію для її стимулювання, яка дозволить збільшити кількість іноземних відвідувачів, дозволить краще використовувати існуючий туристично-рекреаційний потенціал регіонів України і сприятиме створенню позитивного іміджу країни на світовому ринку туристичних послуг.

В даний час Рада туристичних міст та районів розробила іміджевий інформаційний проект UKRAINER для просування вітчизняного туризму та підвищення привабливості туризму в Україні, але його необхідно удосконалити [13, с. 101].

Метою Стратегії є створення сприятливих умов для розвитку туризму та курортів відповідно до міжнародних стандартів якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення його на високорентабельний, інтегрований ринок в конкурентній сфері, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку. Економічний розвиток регіонів і держави в цілому сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Основними стратегічними цілями розвитку туризму та курортів з урахуванням сучасного стану та тенденцій розвитку України на період до 2026 р. є:

- створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на основі систематичної маркетингової діяльності, спрямованої на

точне позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;

- забезпечення ефективного та інтегрованого (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання існуючого туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом вирішення проблеми рекреаційного використання природи та охорони навколишнього середовища та вдосконалення територіальної структури туризму та курортів з метою розвитку туристичних зон; брендуння територій;

- систематичне поліпшення якості інфраструктури курортних і рекреаційних територій шляхом реалізації комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази, використання можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства і соціального замовлення;

- удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення туристичних інформаційних центрів та просування туристичних продуктів під час ярмарків, фестивалів та виставок;

- забезпечення відповідності ціни та якості туристичної продукції шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму та розробки національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;

- організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців з туристичної підтримки та обслуговування інших професій у сфері туризму та курортів [48].

Для досягнення цілей Стратегії в рамках визначених пріоритетних напрямків необхідно забезпечити ефективну взаємодію правових, організаційних, економічних та фінансових механізмів державного регулювання розвитку туризму та курортів.

Правовий механізм спрямований на дотримання принципів конституційності, законності та прозорості процесу реалізації Стратегії.

Основними інструментами правового механізму повинні бути нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва між органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, представниками ділових та наукових кіл, громадськими організаціями. Чітке визначення завдань для учасників реалізації Стратегії дозволить розподілити відповідальність за прийняття рішень та виконання.

Основними складовими організаційного механізму є:

- план заходів щодо реалізації Стратегії, що дозволить, за допомогою встановлених показників розвитку, оцінити досягнення цілей Стратегії шляхом моніторингу та визначення ефективності впливу заходів, що здійснюються на державному, регіональному та місцевому рівнях;

- цільові та регіональні програми розвитку туризму та курортів;

- укладені договори, у тому числі на основі державно-приватного партнерства [48].

Економічний механізм забезпечує дотримання принципів сталого розвитку територій та підтримання високого рівня конкурентоспроможності шляхом:

- використання інструментів для створення сприятливих умов для залучення інвестицій у туристичну галузь;

- надання підтримки вітчизняному виробнику туристичної продукції;

- сприяння фінансовому вдосконаленню туристичних підприємств;

- впровадження сучасних інформаційних та маркетингових технологій.

Фінансовий механізм забезпечує реалізацію принципів прозорості та передбачуваності дій органів державної влади у розподілі коштів державного бюджету, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів від банків та небанківських установ, коштів недержавних цільових фондів, лізингові компанії.

Фінансове забезпечення реалізації Стратегії здійснюється в межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, коштів

міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних спонсорів, фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших джерел, які не заборонені законом.

Розмір фінансування Стратегії визначається з урахуванням конкретних завдань і в межах коштів, передбачених державним бюджетом на відповідний рік.

Однією з умов успішної реалізації Стратегії є розробка та впровадження системи моніторингу на основі об'єктивних показників розвитку. Крім того, постійне порівняння результатів його реалізації з точки зору досягнення цілей Стратегії та стратегії регіонального розвитку.

Реалізація положень Стратегії, реалізація плану дій, моніторинг їх виконання здійснюються центральними та місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування на підставі та в межах повноважень та в порядку, передбаченому Конституцією та законами України.

Стратегію контролює Міністерство економічного розвитку і торгівлі. Громадські організації, незалежні інститути та експерти беруть участь у моніторингу для забезпечення об'єктивності та неупередженості.

Інститути громадянського суспільства здійснюють моніторинг діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування у реалізації Стратегії, зокрема шляхом проведення публічної експертизи проектів нормативно-правових актів та концептуальних документів щодо розвитку туризму та курортів.

Результати моніторингу можуть стати основою для коригування планів реалізації Стратегії [48].

Оцінити стан розвитку туризму та курортів в Україні та досягти основних стратегічних цілей, визначених Стратегією, орієнтирами розробки, результатами державних статистичних досліджень у сфері туризму та курортів, іншими даними центральних органів виконавчої влади та індексами використовуються рейтинги розвитку міжнародної туристичної галузі.

В результаті реалізації Стратегії необхідно досягти таких показників (табл. 3.1):

Контрольні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні [48]

Найменування показника розвитку	За роками				Примітка
	2015	2019	2022	2026	
1. Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 раза	за вихідні показники взято показники 2015 року
2. Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	
3. Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів	
4. Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів	
5. Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	
6. Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	збільшення у 2 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	
7. Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 раза	

Реалізація Стратегії передбачає досягнення наступних показників:

збільшення проїзних витрат для туристів в Україні до 80 мільярдів гривень у 2026 році;

збільшення обсягу капітальних вкладень в туризм і курорти до 6,6 млрд. грн. у 2026 році;

забезпечення діяльності інституту саморегулювних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій);

функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, яка містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для

використання в туризмі, включаючи об'єкти культурної спадщини та природний заповідний фонд;

впровадження системи супутникового обліку, рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO);

створення за кордоном десяти туристичних бюро;

лібералізація візового режиму з десятьма країнами світу, які є цільовими туристичними ринками для України.

Реалізація Стратегії дозволить:

підвищення конкурентоспроможності національних і регіональних туристичних продуктів;

поліпшити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, забезпечення доступу до послуг у сфері туризму та курортів;

створення нових робочих місць, розширення можливостей населення для працевлаштування та самозайнятості;

створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також надати інформацію про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі [48].

Незважаючи на кризову ситуацію в країні, потенціал розвитку туристичного бізнесу в Україні досить високий. У багатьох відношеннях, на відміну від політичних та економічних процесів, що відбуваються в Україні, популярність нашої країни серед іноземних туристів і операторів може зрости. Україна має всі шанси в найближчому десятиріччі стати центром міжнародного туризму.

Таким чином, створення конкурентного міжнародного туристичного ринку та мережі туристичних офісів за кордоном для ефективного просування цього продукту, створення національного туристичного багатомовного інтернет-порталу, маркетингової, рекламної та інформаційної діяльності, приведення нормативно-правової бази туристичної індустрії відповідно до міжнародних стандартів повинні стати стратегічними напрямками розвитку міжнародного туризму в Україні.

Висновки до розділу 3

Отже, для вирішення основних проблем розвитку міжнародного туризму, вважаємо особливу увагу слід приділяти припливу інвестицій в туристичну галузь країни. Приплив інвестицій є однією з найважливіших цінностей, оскільки дозволить залучити більше туристів з-за кордону і відповідно збільшити обсяг наданих послуг. Найкращим капіталом для інвестицій є безвідсотковий кредит. Ця форма фінансування може бути реалізована за рахунок позикових коштів, що належать засновникам. Уряд України також повинен розглянути можливість надання податкових інвестиційних кредитів підприємствам у вигляді відтермінування сплати податків, обов'язкових платежів та зборів. В цілому в Україні індустрія туризму має багато недоліків у функціонуванні, управлінні та нагляді, і кожна з проблем вимагає системного рішення, оскільки це призведе до розвитку не тільки міжнародного туризму, але й внутрішнього. Внаслідок збільшення попиту іноземних туристів на внутрішні послуги зростатимуть можливості вітчизняних постачальників послуг, збільшиться їхня купівельна спроможність.

Розвиток міжнародного туризму в Україні, його перетворення на значні та стабільні доходи бюджету, збільшення іміджу України у світі вимагає від країни розробки відповідної нормативно-правової бази для туризму, активної державної політики та скоординованих дій всіх державних та місцевих органів влади для розвитку туризму, створення конкурентного туристичного продукту, значного поліпшення туристичної інфраструктури.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного теоретичного дослідження можна підсумувати, що міжнародний туризм - це діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами свого нормального середовища, на період не більше одного року поспіль для рекреаційних цілей, для ділових та інших цілей.

Туризм як багатовимірне явище, що охоплює різні сфери життя людей по всьому світу і характеризується стійкістю і динамічністю, забезпечує значний внесок у розвиток людської цивілізації. Це підтверджується активною роллю туризму у досягненні цілей сталого розвитку людства та розвитку постіндустріального суспільства. Покращення умов життя населення, збільшення часу відпочинку через використання сучасних технологій, політична лібералізація, глобалізація інформаційного простору та якісно вищий рівень транспортної доступності перетворили туризм на багатогранний соціальний феномен, атрибути якого масовий, транскордонний характер, потужна і розгалужена економічна надбудова.

На розвиток туризму впливають різні чинники: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні, політико-правові. Передумовою розвитку міжнародного туризму в країні є державне регулювання та наявність програм, які б визначали пріоритети галузі. Від їх доступності, належних ресурсів, зокрема людських, фінансових, матеріальних, залежить ефективність сектора туризму.

Міжнародний туризм має можливість інтегруватися, консолідувати, сприяти конструктивному діалогу, солідарності та взаєморозумінню. У процесі туристичного спілкування культурні цінності є основним механізмом обміну ідеями, знаннями, важливим чинником їхнього навчання і впровадження в повсякденній практиці. Під час здійснення туристичних поїздок відбувається зміна світогляду, цінності, поведінкової ідентифікації туристів. Одним з непрямих наслідків туризму є формування національної ідентичності.

Міжнародний туризм є вагомим фактором економічного зростання, збільшення частки виробництва, зайнятості та міжнародних операцій. Аналізуючи розвиток міжнародного туризму в останні роки, слід зазначити, що туризм став перспективною галуззю міжнародного бізнесу з багатьма сферами його розвитку, галузь курортів, спеціальні фінансові інструменти, система комунікацій, стала невід'ємною частиною стратегічних, економічних і соціальних концепцій світового розвитку, сприяє розвитку багатьох суміжних галузей економіки, сприяє створенню робочих місць і тим самим вирішує проблему зайнятості працездатного населення.

Слід зазначити, що наша країна об'єктивно має всі передумови для інтенсивного розвитку вітчизняного та закордонного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, цінність природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу. На тлі світового туризму, який набирає силу у фантастично швидких темпах, Україна виглядає досить скромно. Сьогодні громадяни України є оригінальними інвесторами зарубіжних країн.

В даний час основними туристичними напрямками України є Чорноморське і Азовське моря, Карпати, міста Київ, Львів та Одеса.

Вплив міжнародного туризму на формування сталого розвитку України є сукупним впливом на: економічні, соціальні та екологічні компоненти. Як один з найбільших світових секторів економіки, міжнародний туризм створює робочі місця, управляє експортом і створює багатство по всьому світу.

Міжнародний туризм впливає на економіку країн, зокрема на країни з привабливими туристичними ресурсами та завдяки їм на світовий туристичний простір.

Міжнародні туристи витрачають на туристичні поїздки гроші, зароблені на батьківщині під час подорожі приймаючою країною. Це явище називається експортним туризмом, або активним туризмом, і для економіки країни, з якої гроші вилучаються і використовуються для фінансування туристичної діяльності в інших країнах - називається імпортом туризмом, або пасивним туризмом.

На нашу думку, до факторів, що призвели до швидкого розвитку туризму за останні десятиліття, належать:

- зростання доходів населення та суспільного багатства;
- розвиток транспортної та транспортної інфраструктури;
- зменшення середньої тривалості робочого часу і, відповідно, збільшення вільного часу;
- розвиток інформаційних технологій та засобів зв'язку;
- значні зміни в структурі матеріальних і духовних цінностей.

Міжнародний туризм є також значним джерелом валютних надходжень і чинником формування позитивного платіжного балансу. Туристичний бізнес сприяє розвитку інших галузей економіки: виробництву споживчих товарів, торгівлі, транспорту, сільського господарства, будівництва та ін.

Отже, для вирішення основних проблем розвитку міжнародного туризму, вважаємо особливу увагу слід приділяти припливу інвестицій в туристичну галузь країни. Приплив інвестицій є однією з найважливіших цінностей, оскільки дозволить залучити більше туристів з-за кордону і відповідно збільшити обсяг наданих послуг. Найкращим капіталом для інвестицій є безвідсотковий кредит. Ця форма фінансування може бути реалізована за рахунок позикових коштів, що належать засновникам. Уряд України також повинен розглянути можливість надання податкових інвестиційних кредитів підприємствам у вигляді відтермінування сплати податків, обов'язкових платежів та зборів. В цілому в Україні індустрія туризму має багато недоліків у функціонуванні, управлінні та нагляді, і кожна з проблем вимагає системного рішення, оскільки це призведе до розвитку не тільки міжнародного туризму, але й внутрішнього. Внаслідок збільшення попиту іноземних туристів на внутрішні послуги зростатимуть можливості вітчизняних постачальників послуг, збільшиться їхня купівельна спроможність.

Розвиток міжнародного туризму в Україні, його перетворення на значні та стабільні доходи бюджету, збільшення іміджу України у світі вимагає від країни розробки відповідної нормативно-правової бази для туризму, активної державної політики та скоординованих дій всіх державних та місцевих органів

влади для розвитку туризму, створення конкурентного туристичного продукту, значного поліпшення туристичної інфраструктури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ангелко І. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні / І. В. Ангелко // Український соціум. – 2014. – № 2. – С. 71-79.
2. Бакаєв Л. Стан і перспективи розвитку міжнародних туристичних потоків: світові, регіональні і національні тенденції // Збірник наукових праць ДЕДУТ. Серія «Економіка і управління», – Вип. 35. – 2016. – С. 401-411.
3. Балабанов Г.В. Динаміка і структура наукового пошуку в галузі туризму і рекреації в Україні : аналітична доповідь / Г.В. Балабанов, С.В. Сайчук. – К., 2017.
4. Беспала О.А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні // Економіка: реалії часу. – №6(34). – 2017. – С. 9-17.
5. Бондаренко М. П. Туристичний сектор економіки України : реалії та перспективи / М. П. Бондаренко // Економіка і прогнозування. – 2011. – №1. – С.104-119.
6. Бондаренко М.П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. / М.П. Бондаренко. – Економічний часопис ХХІ. – 2012. - № 3-4. – С. 19-22.
7. Бунтова Н.В. Потенціал України на міжнародному ринку туристичних послуг // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. - 2016. - Вип.17, Ч.2. - С.21-24.
8. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. – Одеса: Астропринт, 2013. – 334 с.
9. Герасименко В.Г. Управління національним туризмом у контексті міжнародного досвіду / В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк // Вісн. ДІТБ / Гол. ред. д. е. н., проф., академік АЕН України М.М. Туріянська. – 2008. – № 12. – С. 19–24.

- 10.Гордієнко І. С. Міжнародний туризм та його розвиток в Україні / І. С. Гордієнко, О. Є. Шайда. – Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.6. – С. 141-144.
- 11.Грачевська Т.О., Калініна С.Ю. Міжнародний туризм як фактор зміцнення відносин між Україною та країнами ЄС // Грані. – № 6 (122) червень. – 2015. – С. 163-169.
- 12.Грянило А.В. Міжнародний туризм: проблеми та перспективи розвитку в Україні // Фінансовий простір. - 2013. - № 4. - С. 144-148.
- 13.Гук, Н. А. Міжнародний туризм в Україні: реалії та перспективи [Текст] / Н. А. Гук // Науковий вісник Ужгородського національного університету : Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство / голов. ред. М.М. Палінчак. – Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2016. – Вип. 7 Ч. 1. – С. 99–102.
- 14.Департамент туризму та курортів. Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=4268f55c-fec7-4d63-b4d3-1a0311a7297b&tag=Turizm>
- 15.Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
- 16.Дугієнко Н.О., Кондрацька О.О. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Бізнес, цифрові інновації та підприємництво: стан, аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток" (м. Львів, 22 грудня 2018 р.). У 2-х ч. - Львів: ЛЕФ, 2018. - Ч.1. - 108 с. - С.14-15.
- 17.Дурович А.П. Организация туризма / А.П.Дурович. – СПб.: Питер, 2009. – 320 с.
- 18.Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. – К. Центр учбової літератури, 2009. – 224 с.
- 19.Задорожнюк Н.О. Інноваційні напрями розвитку туристичної галузі України // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Випуск 3 (03). – 2016. – С. 87-91.

20. Зайцева В. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі / В. Зайцева, О. Корнієнко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – №2 (8). – С. 55–65.
21. Закон України «Про туризм». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm
22. Засенко А. Види екстремального туризму в Україні / А. Засенко, И. Фролов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://statuspress.com.ua/nisha/kakie-vidy-ekstremalnogo-turizma-vygodno-razvivat-v-ukraine.html>.
23. Інформація щодо відвідування України іноземцями та виїзду громадян України за кордон (2015-2018 роки) // [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abcdd6&tag=Analitika>
24. Карачина Н. Розвиток міжнародного туризму в Україні у контексті світової інтеграції / Н. Карачина, О. Савіцька // Молодий вчений. – 2014. – № 5 (08). – С. 109–113.
25. Квасній Л. Г. Формування інновацій в туризмі / Л. Г. Квасній, О. Я. Щербан // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: європейський вектор – нові виклики та можливості [Електронний ресурс] : тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції, Львів, 14–16 травня 2015 року : до 50-річчя Інженерно-економічного факультету (Навчально-наукового інституту економіки і менеджменту) / Національний університет «Львівська політехніка» [та інші]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2015. – С. 484–485.
26. Коваль П.Ф. В'їзний туризм. Навчальний посібник: Ніжин, Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.
27. Ковтуник І. І. Основні чинники розвитку міжнародного туризму / І. І. Ковтуник // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. - 2013. - Вип. 8. - С. 303-305

28. Колосінська М.І. Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії «туризм». / М. І. Колосінська. // Економіка. Управління. Інновації. - 2011. - № 2. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/jpdf/eui_2011_2_22.pdf
29. Кошарний В.О. Розвиток міжнародного туризму в Україні на основі державно-приватного партнерства // Збірник матеріалів ІХ Міжнародної науково-практичної конференції "Сучасні тенденції розвитку світової економіки" (м. Харків, 26 травня 2017 р.). Том 2. – Харків: ХНАДУ, 2017. - 222 с. - С.55-56.
30. Кузик С. П. Географія туризму : навч. посіб. / С. П. Кузик. - К. : Знання, 2011. - 271 с.
31. Лисюк Т.В. Організація туристичних подорожей і туроперейтинг // Причорноморські економічні студії. - Випуск 7. – 2016. – С. 125-128.
32. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг / О.О. Любіцева. –К.: Альтерпрес, 2005. –436 с
33. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк // Міжнародний туризм і сфера послуг. – К. : 2008. – 661 с.
34. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія і практика. Навчальний посібник / М. П. Мальська, В. В. Худо. — К. : Центр учбової літератури, 2009. — 424 с.
35. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посібн / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К.: Центр навч. літ-ри, 2004. – 272 с.
36. Миронов Ю.Б., Свидрук І.І. Міжнародний туризм і його вплив на економічну та соціальну сфери країн світу // Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання економічних наук» (м. Київ, 13-14 травня 2016 р.) Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2016. - 128 с. - С.16-18.
37. Міжнародний туризм / В.С. Великочий, О.І. Дутчак, В.В. Шикеринець. - Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г. М., 2015.-2 5 4 с .
38. Організація туризму: підручник / І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Покоłodна та ін.; за ред. І.М. Писаревського. – Х.: ХНАМГ, 2008. – 541 с.

39. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: монографія. / за ред. А. Ю. Парфіненка, В. І. Сідорова. Х.: Видавництво ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. 280 с.
40. Парфіненко А. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 126. – Ч. 1. – С. 12–23.
41. Перспективи розвитку медичного туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://medwio.com.ua/press/news/ukrainian_medical_tourism.
42. Письменний О. А. Аналіз ринку міжнародного туризму України / О. А. Бондаренко // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – 2014. – Том 15. – №1. – С.144-153.
43. Развитие туризма в Украине: проблемы и перспективы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://marker-ua.info/sotsialnyj-blok/obrazovanie/2528-pochemu-dengi-lyubyat-schet-i-tishinu/>.
44. Сідоров В. І., Клімова К. А. Механізм економічного управління туристичним бізнесом // Вісник ХНУ імені В. Н.Каразіна № 1086. Серія «Міжнародні відносини. Економіка, Країнознавство. Туризм.» 2013. №2. С. 180-183.
45. Скарга О.О. Сучасні тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – Випуск 2 (02). – 2016. – С. 52-57.
46. Соловйов Д.І. Вдосконалення понятійного апарату теоретичного забезпечення функціонування туристичної сфери / Д.І. Соловйов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. - № 4(16). – С. 82-88.
47. Соловйов Д. І. Аналіз тенденцій розвитку туристичної сфери України та науково-методичні напрями вдосконалення її державного регулювання / Д. І. Соловйов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу № 1(9), 2010. – С. 70-73.

48. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року // [Електронний ресурс]: - Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>
49. Темник І.О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму // Ефективна економіка. – 2011. - № 3.
50. Терехух А.А., Макар О.П., Ільницька Г.Я. Проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні // «Молодий вчений». – № 126 11 (26). Частина 2. – 2015 р. – С. 126-129.
51. Ткачук Л.М. Політико-географічна проблематика у дослідженнях туризму / Л.М. Ткачук // Економічна та соціальна географія : наук. зб. – К., 2014. – Вип. 2 (70). – С. 32-39.
52. Тонкошкур М. В. Конспект лекцій з дисципліни «Міжнародний туризм» (для студентів 5 курсу денної та 6 курсу заочної форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст спеціальності 7.14010301 «Туризмознавство (за видами)» та освітньо-кваліфікаційного рівня магістр спеціальності 8.14010301 «Туризмознавство (за видами)») / М. В. Тонкошкур; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Х.: ХНУМГ, 2013. – 126 с.
53. UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

ДОДАТКИ

Додаток А

SWOT-аналіз стану та розвитку міжнародного туризму в Україні [50]

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - сприятливе геополітичне положення України; - можливості для розвитку всіх видів туризму забезпечені; - наявність різноманітних природних та історико-культурних туристичних ресурсів; - забезпеченість розгалуженою транспортною інфраструктурою (хоча і низької якості); - збільшення конкуренції туристичних операторів; - значний розвиток культури відпочинку українців; - поступове зростання витрат держави на розвиток туризму; - туристична відкритість; - низький рівень ризику небезпечних хвороб. 	<ul style="list-style-type: none"> - повільні темпи зростання інвестицій у розвиток інфраструктури туризму; - відсутність бюджетного фінансування важливих для розвитку туристичної і курортної сфер України заходів; - відсутність платоспроможного попиту; - невідповідність національних туристичних послуг між ціною і якістю; - залежність ефективності функціонування галузі від економічної та політичної ситуацій; - низький рівень інформаційних технологій в Україні; - конкурентна несприятливість; - двосторонніх угод щодо авіа обслуговування; - незначні зусилля держави щодо сталого розвитку туризму; - недосконалість, нечіткість і нестабільність природоохоронного законодавства; - низька ефективність маркетингу і брендингу; - недосконалість мережі міжнародного авіатранспорту; - недосконала інфраструктура автошляхів; - нерозвинена мережа місцевого транспортного сполучення; - застаріла станційна інфраструктура наземного транспорту; - недостатній рівень розвитку готельної мережі; - низька присутність на ринку провідних компаній з оренди автомобілів; - низький рівень доступності і бізнес-користування інтернет; - несприятливий податковий режим; - високі транспортні тарифи; - комунікаційна обмеженість населення у туристичних контактах; - відсутність цілісної системи державного управління туризмом у регіонах; - недосконалість нормативно-правової бази; - невідповідність переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам; - незбалансованість соціальної та економічної ефективності використання рекреаційних ресурсів та необхідністю їх

	<p>збереження;</p> <ul style="list-style-type: none"> - відсутність інноваційних проектів та наукових досліджень з питань розвитку перспективних видів туризму; - податкове навантаження, що перешкоджає та відлякує потенційних інвесторів у сферу туризму; - недостатня інформаційно-рекламна діяльність щодо України за кордоном; - недосконалість у регіональному регулюванні галузі туризму.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - економічне зростання і соціальний прогрес; - інтенсифікація праці; - розвиток сфери послуг; - забезпечення новими робочими місцями; - розвиток міжнародних зв'язків; - розвиток готельно-ресторанного бізнесу; - спрощення прикордонних формальностей; - перехід до України європейських операторів, що призведе до зниження ціни та збільшення ємності ринку; - інвестування в розширення туристичного бізнесу; - розвиток різноманітних напрямів туризму (екстремальний, історико-культурний, науковий, діловий, зелений); - розширення туристичних маршрутів під впливом зміни вподобань українців та втрати популярності масових напрямів; - вдосконалення системи маркетингу в туристичній сфері, введення програм лояльності, впровадження якісної реклами України як туристичного регіону; - вдосконалення інформаційних систем в туризмі. 	<ul style="list-style-type: none"> - несприятлива політично-економічна ситуація; - збільшення цін на туристичні послуги, зменшення попиту; - зменшення пропозицій для населення із середніми доходами; - відмова від туристичного відпочинку.