

**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**

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

“Перспективи та проблеми розвитку туризму в Україні / Prospects and Problems of Tourism Development in Ukraine”

**Студента IV курсу групи Т-42
напряму підготовки: “Туризм”
Федуна Володимира
Андрійовича**

**Науковий керівник:
канд. екон. наук, доцент
Тибінь Анатолій Михайлович**

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	6
1.1. Сутність, принципи і особливості туристичної сфери	6
1.2. Функції туристичної сфери та її вплив на розвиток національної економіки	11
1.3. Концептуальні засади формування стратегії розвитку туризму	15
Висновки до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2. МОНІТОРИНГ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	19
2.1. Загальна характеристика світового туристичного ринку	19
2.2. Діагностика сучасних тенденцій вітчизняної туристичної галузі	22
2.3. Моніторинг конкурентних переваг туристичної сфери України	25
Висновки до розділу 2	29
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ	30
3.1. Удосконалення стратегічного розвитку туризму	30
3.2. Стимулювання розвитку туристичної галузі конкурентних умовах	в 35
Висновки до розділу 3	41
ВИСНОВКИ	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туристична галузь у багатьох країнах світу є провідним сектором економіки і розвивається досить швидко, забезпечуючи приріст ВВП, створення робочих місць, покращення платіжного балансу, гарантуючи дохідність капіталу і високий рівень ліквідності вкладених засобів. Це одна з небагатьох галузей економіки, де залучення нових знань і технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. За даними ВТО темпи зростання туристичних потоків у світі щорічно становлять понад 4%, частка туризму у світовому ВВП становить 9%.

У зв'язку з цим особливої актуальності набуває удосконалення теоретичних і практичних аспектів стратегічного управління туристичною галуззю, реалізація комплексних підходів, які дозволяють ефективно використовувати можливості внутрішнього і зовнішнього середовища, мінімізувати негативні впливи факторів навколишнього середовища, переводити існуючі і стратегічні можливості у стратегічний потенціал успіху, збереження і розвиток конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

На становлення наукових поглядів щодо змісту й особливостей формування стратегії управління розвитком туристичної галузі та її регулювання вплинули роботи Л. Агафонової, І. Безуглого, В. Беседіна, А. Виноградської, О. Галенської, В. Герасименка, О. Гонти, В. Гуляєва, В. Євдокименка, Н. Кабушкіна, В. Д. Стеченка, Н. Тайнович, В. Федорченка, О. Чудновського, Ю. Шагінова та інших.

Відзначивши безсумнівну теоретичну цінність та практичне значення проведених досліджень, вважаємо, що в сучасних умовах економічної нестабільності потреба у розробці теоретичних і практичних положень щодо управління розвитком туристичної галузі набуває актуальності та зумовлює

вибір теми бакалаврської роботи, її мету і завдання.

Метою бакалаврської роботи є розроблення науково-методичних засад управління розвитком туристичної галузі в умовах економічної нестабільності та обґрунтування практичних рекомендацій щодо їх реалізації.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення таких **основних завдань**:

- з'ясувати теоретичний зміст понять «туризм» і «туристична сфера»;
- розкрити функції туристичної сфери та їх вплив на економіку країни;
- обґрунтувати концептуальні засади формування стратегії розвитку туризму;
- охарактеризувати особливості світового туристичного ринку;
- проаналізувати сучасні тенденції вітчизняної туристичної галузі;
- виявити конкурентні переваги туристичної сфери України;
- визначити шляхи удосконалення стратегічного планування розвитку туризму;
- обґрунтувати механізм стимулювання розвитку туристичної галузі.

Об'єкт дослідження – процеси формування та розвитку вітчизняної туристичної галузі.

Предмет дослідження – теоретико-методичні та прикладні засади розвитку конкурентоспроможної туристичної галузі в Україні.

Методи дослідження. Методологічну базу дослідження становили наукові розробки вітчизняних і зарубіжних учених з питань розвитку та функціонування конкурентоспроможної туристичної сфери.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних положень розвитку туристичної сфери та розробці науково-практичних рекомендацій щодо реалізації запропонованих заходів.

Практичне значення результатів дослідження полягає в тому, що розроблені та обґрунтовані наукові положення збагачують теорію і практику

формування стратегії управління розвитком туристичної галузі в умовах економічної нестабільності.

Апробація результатів дослідження. Основні положення, висновки і рекомендації дослідження доповідались і отримали схвалення на Міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток індустрії гостинності та міжнародного бізнесу: сучасний стан і перспективи» (м. Тернопіль, 16-17 травня 2019 р.).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

1.1. Сутність, принципи і особливості туристичної сфери

Зміна структури сучасного світового господарства характеризується зменшенням питомої ваги виробничих секторів і зростанням частки сфери послуг. З іншого боку, зростання рівня суспільних доходів і потреб громадян зумовлює попит на специфічні послуги, пов'язані із дозвіллям, подорожами, культурно-пізнавальними запитамі, оздоровленням і рекреацією тощо. Це зумовлює прискорений розвиток туристичної сфери на нинішньому етапі суспільного розвитку.

У категоріальному аспекті досліджуване явище характеризується термінами «туристична сфера», «туристична індустрія», «туристична галузь», «туристична діяльність», «туристичний сектор», «туристичні послуги» тощо, а найчастіше узагальнено – «туризм». У трактуванні зарубіжних дослідників туристична сфера – це складна система взаємодії надавачів і споживачів туристичного продукту як специфічної форми благ [58, с. 29]. Досліджувану сферу можна вважати окремим сегментом національної економіки, проте в силу взаємопроникнення та пов'язаності з суміжними секторами, їхню тісну взаємодію та формування позитивного мультиплікативного ефекту, туристичну сферу варто розглядати як міжгалузеву систему. Туристична сфера охоплює: 1) економічну діяльність з надання туристичних послуг; 2) суб'єкти та інфраструктуру цієї діяльності; 3) соціально-економічні відносини, пов'язані з процесом продукування та

споживання туристичного продукту. Формою суспільного споживання специфічних благ, які формує туристична сфера, є туризм [38, с. 23].

Сьогодні туризм стає феноменом світового масштабу. Це багатогранне явище, що так чи інакше взаємопов'язане з багатьма секторами національної економіки. Туристична індустрія впливає на такі ключові сектори господарства як торгівля, транспорт і зв'язок, сільське господарство, легка промисловість, будівництво, освіта, культура та інші. Зауважимо, що кожна 15-та людина у світі так чи інакше пов'язана з індустрією туризму [30, с. 32].

У сучасній науці ще недостатньо періодизовано історію розвитку туризму. Це спричинено індивідуальним перебігом розвитку туристичного руху для кожної окремої країни.

Запропонована періодизація становлення туризму характеризує його розвиток у широкому розумінні та відображає тенденції розвитку туризму як специфічного виду господарської діяльності, який бере участь у процесі суспільного відтворення. На основі аналізу розвитку туризму доцільно представити узагальнену і доповнену періодизацію його розвитку, яка базується на дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених (рис. 1.1).

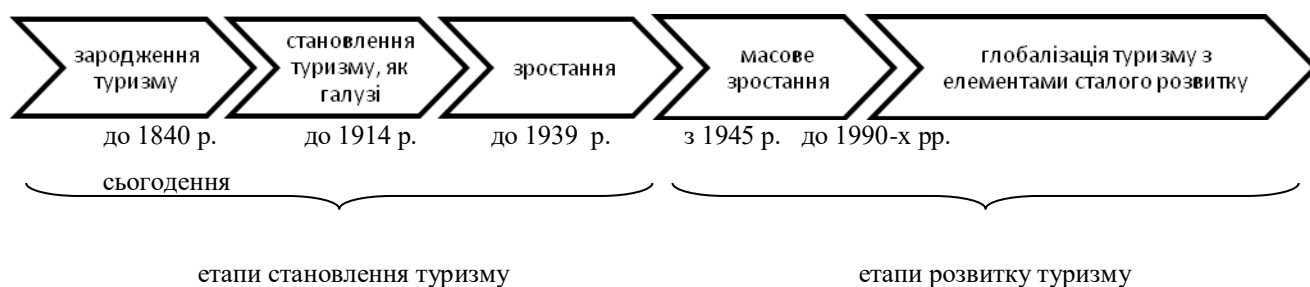


Рис. 1.1. Систематизація етапів становлення та розвитку туризму

Джерело: побудовано автором за [21, с. 45]

Але, на нашу думку, враховуючи процеси глобалізації та якісні зміни, що безперервно відбуваються в планетарному масштабі, потрібно доповнити дану класифікацію п'ятою фазою – глобалізація туризму з елементами сталого розвитку. Ключовими тенденціями якісного розвитку можна назвати:

поглиблення сегментації ринку; поява та розвиток якісно нових видів туризму; підвищення вимог до якості туристичних послуг.

Проаналізувавши та врахувавши сучасний рівень дослідження даного поняття, на нашу думку, варто виділити такі чотири підходи до визначення даної категорії: соціально-культурний (функціональний); нормативний; міграційний та економічний [8, с. 23] (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Система сучасних підходів до визначення дефініції «туризм»

Джерело: побудовано автором за [8, с. 25]

Підсумовуючи зазначені підходи, можна стверджувати, що туризм – це багатогранне явище, і саме тому подати чітку класифікацію туризму дуже важко. На наш погляд, найбільш доцільним є наступне визначення туризму: Туризм- це міжгалузєва система, де продукуються, реалізуються та споживаються послуги, пов’язані з організацією туристичних подорожей для людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання та не здійснюють оплачуваної діяльності в місці перебування [20, с. 36].

Згідно зі ст. 4 Закону України «Про туризм», організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм. До міжнародного туризму належать: в’їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни. Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території [18].

До цих пір не виділено чіткого підходу до класифікації туризму. Саме тому пропонуємо класифікацію видів туризму (рис. 1.3), яка згрупована на основі опрацювання зазначених джерел і авторських узагальнень.

За кількістю учасників:					
індивідуальний			груповий		
За масштабами охоплення території:					
внутрішній: приміський; дальній			міжнародний: внутрішньоконтинентальний; міжконтинентальний; кругосвітній.		
За способом організації:					
самодіяльний			організований		
За віком подорожуючих:					
дитячий		молодіжний	середній		«третього віку»
За інтенсивністю туристичних потоків:					
постійний			сезонний: односезонний; двосезонний		
За джерелами фінансування:					
комерційний			соціальний		
За тривалістю подорожі:					
короткостроковий			довгостроковий		
За способом пересування:					
водний	пішохідний	авіаційний	автобусний	залізничний	верховий
мотоциклетний		автомобільний		комбінований	
За метою подорожі:					
рекреаційний	пізнавальний	діловий	релігійний	транзитний	стійкий екологічний
пригодницький	військовий	соціальний	шоп-тури	промисловий	
сільський зелений		лікувальний	етнічний	спортивний	екстремальний
ностальгійний		культурно-розважальний		комбінований	

Рис. 1.3. Класифікація видів туризму

Джерело: побудовано автором за [1; 24; 35]

Слід зауважити, що за характером впливу чинники поділяються на екстенсивні та інтенсивні. До екстенсивних чинників, характерною рисою яких є кількісне зростання, належать, зокрема, збільшення чисельності залучених працівників та обсягів задіяних матеріальних ресурсів без зростання їхнього якісного рівня.

Інтенсивні чинники характеризуються концентрацією, підвищенням продуктивності й оптимізацією праці. До останніх можна віднести: підвищення кваліфікації персоналу; вдосконалення матеріальної бази на основі впровадження досягнень і результатів НТП; поліпшення культури і якості обслуговування; технологізації туристичної сфери та забезпечуючих

сфер. За результатами впливу всі чинники поділяються на позитивні (стимулюючі) та негативні (стримуючі) (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Стимулюючі та стримуючі чинники розвитку туристичної сфери

Джерело: побудовано автором за [38, с. 61]

Варто наголосити, що один і той самий чинник може неоднозначно впливати на розвиток туристичної сфери. У такому випадку, необхідно визначити, який із впливів важливіший.

Тобто, ефективність функціонування туристичної сфери багато в чому залежить від ряду чинників, які впливають на її розвиток. Взаємодія останніх створює кон'юнктуру туристичного ринку. Формування національного туристичного ринку є результатом складної взаємодії чинників різних видів, котрі формують попит на той чи інший туристичний продукт. Отже, організаційно-економічне забезпечення розвитку туристичної сфери в країні – це та сукупність чинників, які сприяють розвитку сфери туризму в країні та спрямованні на отримання прибутку і задоволення потреб населення.

1.2. Функції туристичної сфери та її вплив на розвиток національної економіки

На сьогодні можна констатувати той факт, що туризм став явищем, яке увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, частка туризму перевищує 10% світової торгівлі товарами й послугами, що дало йому змогу посісти третє місце після експорту нафти та автомобілів, а до 2020 р. туризм повинен вийти на перше місце. У таких країнах як Угорщина, Чехія, Австрія, Швейцарія, Італія, Франція, Іспанія, Португалія туризм належить до пріоритетних галузей, внесок яких у валовий національний дохід становить 15-35%. За оцінками спеціалістів, нині в туристичній індустрії працює понад 100 млн. осіб, кожне 16-те робоче місце у світі припадає на туризм, кожна 8-ма працездатна людина у світі зайнята в цьому секторі [49, с. 35]. Наведені показники засвідчують, що дана сфера економічної діяльності спроможна відіграти генеруючу та інтегруючу роль щодо позитивної динаміки кількісних і якісних економічних показників розвитку галузей та інших сфер економіки. Важливо відмітити, що туристична сфера характеризується такими властивостями [35, с. 120]:

- має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам;
- створює туристичні послуги, формує турпродукт і реалізує їх;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
- взаємопов'язана практично з усіма сферами, галузями і видами діяльності людини;
- має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі.

Як бачимо, сфера туризму тісно пов'язана з комплексним характером потреб людини, що спонукають її до подорожей та відпочинку. І, як наслідок, це викликає необхідність комплексного надання послуг у процесі здійснення

подорожей та обслуговування туристів, що забезпечує виконання туристичною сферою цілої низки функцій у соціально-економічній системі. Саме тому туристична сфера – поліфункціональне явище.

У ринкових умовах господарювання однією з пріоритетних є економічна функція. Це спричинено тим, що в епоху масового розвитку сфери туризму та зростаючих потреб подорожуючих виникла гостра необхідність у формуванні спеціалізованої сфери послуг, яка охоплює цілий комплекс інституцій, що забезпечують виробництво, реалізацію та організацію споживання туристичних продуктів. Сутність і склад економічної функції досить детально розглянув у своїх працях М. Кабушкін [21, с. 62]. Він виділив п'ять економічних функцій сфери туризму, які вважають субфункціями. Субфункції економічної функції сфери туризму наведено на рис. 1.5.

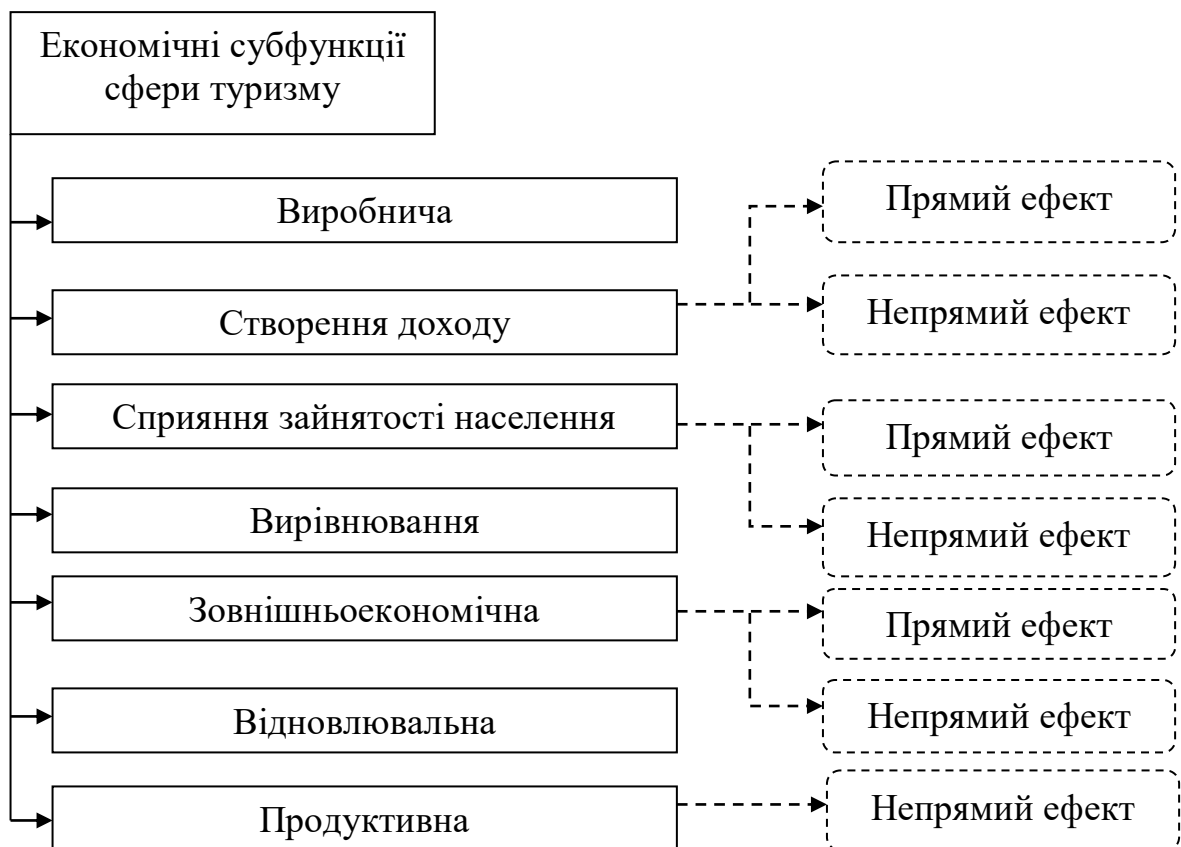


Рис. 1.5. Економічні субфункції туристичної сфери

Джерело: побудовано автором за [21, с. 65]

Розглянемо кожну із субфункцій економічної функції більш детально. Виробнича субфункція характеризується використанням таких факторів виробництва як капітал, земля і праця. Тож підприємства, які працюють у туристичній сфері, виробляють нові продукти і тим сприяють створенню доданої вартості в економіці.

Субфункція створення доходу. Доходи від сфери туризму – це сума затрат туриста на поточне споживання та на товари майбутнього споживання.

Субфункція вирівнювання. Особливістю туристичної сфери національного господарства є те, що не туристичний продукт іде до споживача, а навпаки.

Зовнішньоекономічна субфункція. У розрізі прямого ефектуостання стосується експортно-імпортних функцій сфери туризму та її впливу на платіжний баланс. Варто відзначити, що розвиток міжнародного туризму у країні справляє істотний вплив на стабілізацію платіжного балансу.

Крім економічної, вчені також виділяють соціальну, гуманітарну й екологічну функції[8, с. 54].

Сфера туризму несе в собі глибоку соціальну функцію, яка тісно переплітається з економічною у частині продуктивної субфункції. Справа у тому, що НТП докорінно змінив життя сучасного суспільства. Характерними його особливостями є підвищення інтенсифікації праці, автоматизація та комп'ютеризація виробництва, збільшення стресових ситуацій на роботі і в побуті, анонімність міського життя й ізоляція від природи.

Гуманітарна функція туристичної сфери полягає у використанні її можливостей для формування усебічно розвиненої особи. Туристична сфера розширює світогляд людини, підвищує рівень її інтелекту і дозволяє поєднати відпочинок з пізнанням навколишнього світу. Подорожі дають можливість людині задовольнити свої потреби у прилученні до духовних і моральних цінностей, у накопиченні та поглибленні знань.

Необхідно виокремити ще одну важливу функцію, яку повинна й виконує туристична сфера при належному інституційному механізмі – це екологічна функція, або, як її ще називають, – природоохоронна [14, с.83].

Без сумнівів, всі функції туристичної сфери перебувають у тісному зв'язку та утворюють цілісну соціально-економічну систему, схема якої зображена нижче на рис. 1.7.



Рис. 1.7. Система функцій туристичної сфери

Джерело: побудовано автором за [8; 14; 38]

Отже, враховуючи сказане вище, варто відзначити той факт, що розквіт туристичної сфери в країні стимулює розвиток більшості секторів економіки, зокрема транспорт, страхування, будівництво, сільське господарство, харчова промисловість тощо. Загалом від функціонування туризму безпосередньо залежить життєдіяльність понад 40 галузей економіки і приблизно 10-15% населення нашої країни. Важливий і той факт, що створення одного робочого місця в туризмі у 20 разів дешевше, ніж у промисловості[27]. Тобто доходи

окремих галузей і підгалузей безпосередньо залежать від туристичної діяльності.

1.3. Концептуальні засади формування стратегії розвитку туризму

Можливість підвищення ефективності управління туризмом повинна розглядатися з наступних позицій:

- як правильно вибрати напрямок майбутнього зростання серед багатьох варіантів;
- як використати енергію великої кількості людей, щоб прискорити рух в новому напрямку.

Відповіді на ці питання є сутністю формулювання і впровадження стратегії [29, с. 82]. Щоб розкрити практичні рамки обох підходів, важливо спочатку проаналізувати використовувані стратегії розвитку туристичної діяльності в ряді зарубіжних країн і в Україні, а потім виділити конкретні специфічні заходи, які можуть бути використані як методи управління. Причому треба враховувати і особливості національної економіки, так як країни перебувають на різних етапах національного розвитку [12, с. 41].

Стратегія розвитку туризму – це економічна політика, спрямована на досягнення сталого економічного розвитку туризму в довготерміновому періоді, що втілюється в найбільш важливих і принципових планах та програмах. Ефективне управління в умовах підвищеної нестабільності і невизначеності факторів зовнішнього середовища стає особливо актуальним для туристичної галузі. Стратегія управління розвитком туризму – це довгострокова системна управлінська діяльність в період економічної нестабільності, яка передбачає постановку стратегічних цілей і завдань та включає коректування їх в процесі реалізації.

На думку ряду дослідників, принципами стратегічного планування комплексного розвитку туристичної галузі є [13, с. 130]:

- забезпечення соціальної орієнтованості стратегії, що передбачає підвищення рівня і якості життя населення;

– стратегічний вибір повинен визначатися величиною і ефективністю використання туристичного потенціалу.

Концепція розвитку туризму повинна віддзеркалювати систему уявлень про стратегічні цілі, завдання і пріоритети розвитку сфери рекреації та туризму і мають бути орієнтиром для органів державної влади та місцевого самоврядування при реалізації політики щодо розвитку туризму [23, с.77].

Основні етапи роботи над стратегією розвитку туризму виглядають наступним чином [24, с. 122]:

- аналіз інформації і оцінка стану – опрацювання діагнозу стану;
- SWOT-аналіз;
- визначення місії – скороченого викладу стратегічних цілей;
- вибір стратегічних цілей;
- вибір операційних цілей;
- визначення завдань для реалізації операційних цілей;
- визначення типу і обсягу операційних програм;
- визначення стратегічного бачення;
- визначення для кожної з операційних цілей показників;
- опрацювання операційних програм;
- опрацювання графіка виконання і фінансування реалізації стратегії;
- пристосування організаційних структур до реалізації стратегії.

На основі теоретичних та емпіричних досліджень вчених запропоновано підхід щодо деталізації процесу розробки та впровадження стратегії розвитку туризму, що складається з послідовних етапів (блоків): аналіз стану і тенденцій розвитку туризму; оцінка ресурсного потенціалу; формування стратегічних цілей; прогнозування розвитку туристичної галузі; аналіз стратегічних альтернатив; вибір стратегії розвитку туризму; визначення стратегічних напрямків; вибір механізму реалізації; визначення критеріїв оцінки ефективності та інструментів реалізації планових завдань [8, с. 95].

В провінціях, визнаних перспективними з туристичного погляду,

щороку будують до 2 тис. км високоякісних шляхів за державні кошти. Особливість Туреччини в тому, що у 80-х роках минулого століття було запроваджено диференційоване оподаткування і встановлені пільгові податкові ставки для туристичної галузі. Так, органи державного управління Туреччини прийняли рішення здавати в оренду на 49 років земельні ділянки за мінімальну плату будь-якому інвестору, що брав на себе зобов'язання побудувати там готель. На такі цілі їм давали безпроцентний кредит і звільняли від сплати податків на 5 років [39, с. 174].

Для оцінки конкурентної позиції галузі також використовується методичний інструментарій під назвою «бенчмаркінг», який останніми роками займає все більше місця у системі сучасних підходів менеджменту якості. Основна мета бенчмаркінгу – вдосконалення бізнесу і підвищення конкурентоспроможності галузі [54, с.177].

Часто збір даних є найбільшою проблемою на рівнях, нижчих за національний. Результати бенчмаркінгу допомагають виявити прогалини, провести ретельний та глибокий аналіз, щоб можна було зрозуміти масштаб та природу проблеми. Необхідно виявити і зрозуміти заходи та стратегії, завдяки яким окремі регіони країни досягли успіху. Бенчмаркінг – це інструмент, який допомагає підвищити ефективність. Інформація, зібрана в процесі бенчмаркінгу, може дати основу для подальших рекомендацій щодо стратегії і використовуватися для економічного планування регіону чи країни [54, с. 180]. Результати SWOT-аналізу і бенчмаркінгу дають можливість провести повну і, що дуже важливо, досить об'єктивну оцінку конкурентної позиції туристичної галузі.

Отже, підсумовуючи сказане вище, можна стверджувати, що вибір того чи іншого стратегічного підходу в якості базового залежить від результатів, отриманих на стадіях стратегічного аналізу і визначення мети. Стратегічне планування в туристичній сфері передбачає встановлення цілей і ув'язку цих цілей з ресурсами, які будуть використані для їх досягнення. Стратегічне планування орієнтоване на майбутнє, оскільки цілі і характер використання

ресурсів впливають на перспективний розвиток туристичної галузі.

Висновки дорозділу 1

На основі дослідження теоретико-методичних засад розвитку туристичної сфери, можна виокремити такі висновки:

1. Обґрунтовано, що туризм як соціальне і політичне явище впливає на світовий устрій і економіку багатьох країн. Темпи зростання туристичних прибуттів у країни із зростаючою економікою підвищуються, тобто ці країни поступово здобудуть позиції лідерів.

2. Згруповано та подано сукупність чинників, які впливають на зміну туристичної ситуації на ринку: економічні, соціально-демографічні, політико-інституційні, природно-географічні, культурно-історичні, матеріально-технічні.

3. Окреслено особливості туризму як виду економічної діяльності: туристичні послуги як товар не є мобільними; туристичний бізнес дає прямий і швидкий економічний ефект; туристичний сектор – трудомістка сфера економіки; туристичні витрати впливають на розвиток економіки країни через низку інструментів; туризм – дуже мінлива сфера економіки, що зазнає впливу багатьох чинників.

4. Туризм має важливе соціальне, економічне та гуманітарне значення, так як є джерелом валютних надходжень і засобом для забезпечення зайнятості населення, сприяє диверсифікації економіки, розвиваючи суміжні галузі, підвищує рівень життя населення, розвиває виробничу і соціальну інфраструктуру в туристичних центрах, формує гармонійно розвинену особистість, сприяє розвитку мирних, дружніх відносин між країнами.

РОЗДІЛ 2

МОНІТОРИНГ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

2.1. Загальна характеристика світового туристичного ринку

Туризм як соціальне і політичне явище певною мірою впливає на світовий устрій і економіку багатьох країн. Він увійшов в повсякденне життя майже третини населення планети. Сьогодні туризм став самостійною галуззю господарства. На його частку припадає майже 6% світового валового національного продукту, 5% усіх податкових зборів та 7% світових інвестицій, 9% світового ВВП. Більше як у 40 державах туризм є головним джерелом поповнення бюджету, а ще у 70-ти – однією з 3-х основних статей [61, с. 13].

У світовому експорті на туризм припадає 6% (1,5 трильйонів доларів), 30% експортованих послуг [63]. Наростаюча динаміка туризму підтверджує прогнози експертів Всесвітньої туристичної організації про те, що ця сфера економіки вже в найближче десятиріччя вийде на перше місце в обсязі світового експорту [33, с. 60].

Туристична галузь забезпечує зайнятість мільйонів людей. За чисельністю працівників вона стала однією з найбільших у світі – у ній зайнятий кожен 11-й працюючий [63]. Туризм є вагомим джерелом утворення робочих місць і протягом наступних 5-ти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня. Це одна з небагатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Це має важливе значення, оскільки, поглинаючи більше робочої сили, туризм зменшує соціальну напругу у суспільстві. Витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів

менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Прикладом можуть бути такі країни як Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Туніс, Перу та інші [11, с.114].

У багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, внесок у валовий національний дохід яких складає 20-45%, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти. Туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства, таких як будівництво, зв'язок, харчова промисловість, сільське господарство, торгівля, виробництво товарів народного споживання та ін. Цей бізнес приваблює підприємців із багатьох причин: невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності й мінімальний термін окупності [1, с. 67].

В кінці ХХ століття туризм набув всесвітнього характеру. У деяких країнах він дав змогу вирішити багато соціально-економічних проблем [16, с 25]. Якщо в 1950 році (початок регулярного обліку туристичних потоків) туристичними послугами користувалися 25 млн осіб, то в 2014 році цей показник склав 1133 млн осіб. З 1950 року не було відзначено жодного значного спаду темпів зростання міжнародного туризму, який за період останніх 15 років зростав щорічно на понад 4% [23, с. 44].

Другу позицію займає Азіатсько-Тихоокеанський макрорегіон. Це пояснюється наявністю унікальних та екзотичних видів рекреаційних ресурсів, високим рівнем сервісу. І все це на фоні нижчих цін і менших витрат, ніж, наприклад, в Європі або Америці. Проте негативний вплив на розвиток цього макрорегіону та на кількість туристичних прибуттів чинить нестабільна політична ситуація, часті випадки природних катаклізмів, таких як землетруси, цунамі, повені [2, с. 146].

У 2017 році відбулося енергійне зростання в даному регіоні (+6,8%), де число міжнародних туристів зросло на 14 млн і становило в сукупності 249,8 млн, а в 2018 році кількість туристів становила 263,3 млн і темпи зростання – 5,4%. Серед субрегіонів кращих показників досягли Північно-

Східна Азія (+7,3%) і Південна Азія (6,8%) [2, с. 153].

Потенційно Україна могла б належати до туристично найпотужніших і найпривабливіших країн Європи. Багатство і розмаїття культурної та природної спадщини дають відповідні підстави. У 2018 році в Україні число туристичних прибуттів зменшилося майже у 1,5 рази (– 33,5%). Суттєвий негативний вплив на розвиток туризму в Україні та на кількість туристичних прибуттів чинить нестабільна політична та економічна ситуації, військовий конфлікт, який виник на Сході України та анексія АР Крим.

Економічна нестабільність проявляється передусім у коливаннях економічної активності (економічні цикли), появі безробіття, інфляції, дефіциту державного бюджету, зовнішньоторговельного балансу. Вона притаманна для ринкової економіки, знижує її ефективність.

Складну конкурентну ситуацію для України створюють серед країн-сусідів три таких потужних країни як Польща, Угорщина та Росія, на які припадає зараз найбільша частка регіонального субринку. При цьому Угорщина та Польща відносяться до тих країн постсоціалістичного простору, в яких практично завершені процеси перебудови економіки на ринкових засадах і які вже є дійсними членами Європейського Союзу. Вони мають розвинену туристичну індустрію, що відповідає європейським стандартам, та здійснюють активну політику стимулювання туризму [46].

Можливість співпраці з регіонами сусідніх країн дозволяє отримати важливий досвід розвитку туристичної галузі, залучити фінансові капіталовкладення в розбудову туристичної інфраструктури в рамках програм і проектів міжнародного співробітництва, сприяє прискоренню регіонального розвитку, а також інтеграції у світовий простір.

2.2. Діагностика сучасних тенденцій вітчизняної туристичної галузі

Туристичну сферу XXI ст. можна розглядати як важливий міжгалузевий комплекс національної економіки. Особливістю туристичної діяльності є її нерозривний взаємозв'язок із супутніми галузями та відповідна взаємозалежність між ними. Сьогодні туризм відіграє одну із основних ролей у формуванні внутрішнього економічного простору країни. Економіко-соціальний ефект, що проявляється у вигляді підвищення кількості валютних надходжень до бюджету країни, створенні нових робочих місць і всебічного культурного розвитку нації, відносить туризм до одного із пріоритетних напрямів державної економічної політики. Отже, у зв'язку із розвитком туристичної сфери виникає гостра необхідність всебічного аналізу основних показників її діяльності з метою оцінки та визначення перспектив розвитку.

Переважання частки внутрішніх туристів у 2012-2014 рр. викликано такими чинниками: активна реклама та популяризація внутрішнього туризму шляхом проведення акції «Сім чудес України»; у 2014 році такий стан речей був викликаний девальвацією гривні і, як наслідок, здорожчанням виїзного туризму для громадян України. Позитивом для розвитку туристичної сфери України є стабільна тенденція до збільшення частки іноземних туристів, на яких припадає майже дві третини загального обсягу туристичних потоків. Водночас, така ситуація зумовлює залежність вітчизняної туристичної сфери від мінливих настроїв іноземних туристів.

Серед основних показників, які характеризують вагомість туристичної сфери для національної економіки, є відображення туризму в обсязі зовнішньої торгівлі України послугами, зокрема тих, що пов'язані з подорожами. Динаміка обсягу експорту-імпорту послуг, пов'язаних з подорожами, подана на рис. 2.6.

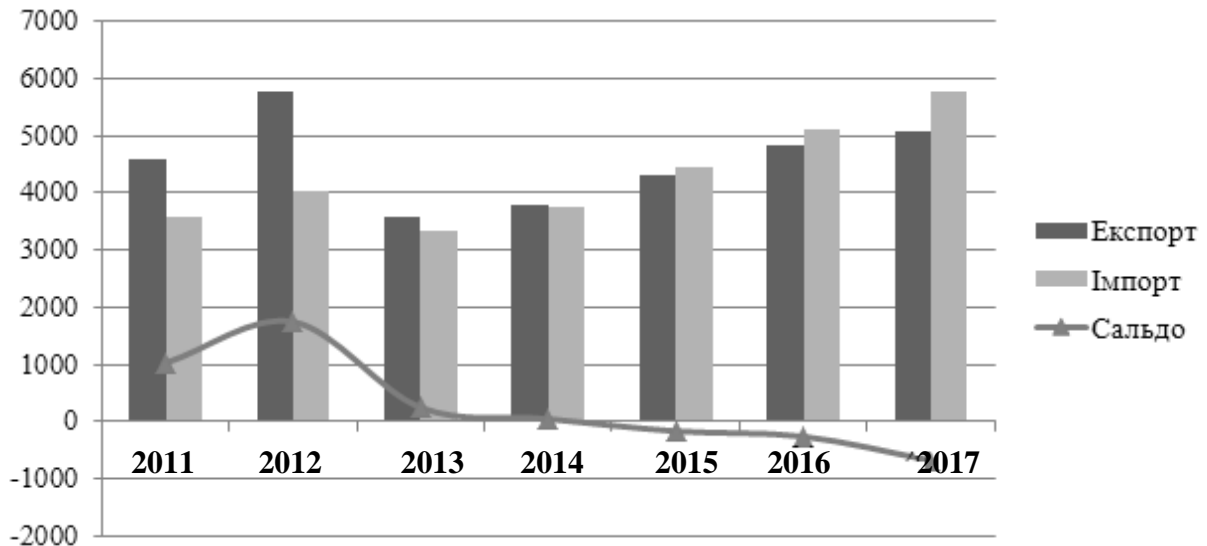


Рис. 2.6. Динаміка зовнішньої торгівлі України послугами, пов'язаними з подорожами, млн. дол.

Джерело: побудовано автором за [47, с. 309].

Аналізуючи кількісні показники зовнішньої торгівлі України послугами, пов'язаними з подорожами, бачимо спад у 2014 р. Позитивною тенденцією є зростання темпу приросту експорту послуг, пов'язаних з подорожами, у 2015-2017 рр.

Щодо географічної структури туристичних потоків, то найчастіше до України приїздили іноземні туристи з Польщі, Білорусі, Німеччини, США, Італії, Румунії, Туреччини, Великобританії, Ізраїлю. Серед найбільш відвідуваних українськими туристами країн – Туреччина, Польща, Румунія, ОАЕ, Греція, Німеччина, Ізраїль, Чехія.

Стосовно частки туристичних послуг в експорті послуг (рис. 2.7), то простежується тенденція, притаманна попереднім показникам погіршення ситуації у 2013 році з наступним вирівнюванням. Отже, експорт послуг, пов'язаних з подорожами, поступово зростає з 2014 р. в абсолютних значеннях, проте у структурі загального обсягу експорту послуг займає незначну часту, коливаючись в межах 3-4%.

Однак зростання частки імпорту в загальному показнику імпорту послуг відбувалося на тлі менших темпів зростання імпорту послуг узагалі.

Ситуація, що склалася, свідчить про швидше відновлення імпорту туристичних послуг у посткризовий період в Україні та суттєве перевищення передкризових значень, що не є найкращим сценарієм для розвитку вітчизняної туристичної сфери в майбутньому. Відповідно, потрібно розвивати в'їзний і внутрішній туризм.

Важливо і те, що одним із основних показників, який характеризує вагомість туристичної сфери для національної економіки, є вплив туризму на платіжний баланс і дослідження розвитку туризму через призму грошового еквіваленту, що знаходить своє відображення у платіжному балансі України.

З таблиці 2.1 видно, що в 2015 році зросла загальна сума видатків на туризм. У 2016 році цей показник дещо зменшився. А в 2017 році закладена в бюджеті сума фінансування знову зросла, перевищивши фінансування 2015 року більше, ніж у 2 рази. Це пояснюється значним обсягом видатків на фінансову підтримку розвитку туризму (70% від загального обсягу фінансування 2015 року). Проте рівень фінансування не досягає рівня 2012 року, який перевищував теперішній більше, ніж у 2 рази.

Порівняно з 2014 р. зростання обсягу надходжень у 2017 р. становило близько 46%. Загалом протягом 2012-2017 років обсяг надходжень до державного бюджету від провадження туристичної діяльності збільшився з 408,2 млн. до майже 1,6 млрд. гривень. Водночас, темпи приросту надходжень від туристичної сфери до бюджету в останні два роки скорочуються, що вимагає напрацювання додаткових заходів розвитку індустрії туризму.

Отже, обсяги бюджетного фінансування туризму в Україні не зіставні з реальними потребами туристичної галузі. Основна причина цього – безсистемність і відсутність поступовості у бюджетній політиці з приводу туристичної сфери. Надзвичайно важливим є збільшення видаткових статей на розвиток туристичної галузі й визначення відповідальних осіб та критерії виконання кожного окремого напрямку за бюджетними програмами.

2.3. Моніторинг конкурентних переваг туристичної сфери України

Туризм є тим сектором української економіки, потенціал якого ще досі не реалізовано, і який зможе продемонструвати швидке зростання. Туристична індустрія охоплює близько третини світової торгівлі послугами. У багатьох країнах туризм складає значну частку ВВП, наприклад, частка туризму в економіці Хорватії становить 17%. Україна має великий туристичний потенціал завдяки унікальному географічному розташуванню – наявності різноманітних туристичних зон – від лижних курортів Карпат до чорноморських пляжів. Проте даний потенціал досі ще не реалізується повною мірою. За даними Державного агентства України з туризму та курортів, у 2017 році нашу країну відвідали понад 26 мільйонів гостей, що майже на 1,5 мільйона більше, ніж у 2016 році [46, с. 71]. Але при цьому їхні середні витрати на території України становлять 200 доларів США на людину, а це удвічі менше, ніж у Білорусі, й утричі менше, ніж у Польщі. Якщо Україна вийде на рівень Польщі, це забезпечить їй додатковий дохід у розмірі 4 мільярдів доларів США [48, с. 87].

Розвиток туристичної сфери, як виду економічної діяльності, має всі передумови для того, щоб стати однією із опорних галузей економічного розвитку України. Сьогодні завдяки прийняттю закону України «Про туризм», процесам роздержавлення та приватизації, стрімкому зростанню кількості туристичних підприємств уже закладені підвалини для створення конкурентного середовища у сфері туризму нашої країни. У даних умовах особливо актуальним стає дослідження особливостей туристичної конкурентоспроможності України у сучасних реаліях розвитку, що дозволить виокремити: по-перше, фактори, що стимулюють і дестимулюють конкурентоспроможність туризму в Україні; по-друге, дозволить окреслити резервні шляхи поліпшення туристичної конкурентоспроможності країни.

Основним показником успішності та динамічності розвитку туристичної індустрії, інфраструктури та державної політики у сфері туризму є Індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (ІКПТ) [61, с. 150]. ІКПТ розробляється експертами Всесвітнього економічного форуму у співпраці з представниками Booz & Company, Deloitte, Міжнародною асоціацією повітряного транспорту, Міжнародним союзом охорони природи, ЮНВТО і Всесвітньою Радою з подорожей і туризму. ІКПТ дозволяє визначити перешкоди для успішного розвитку туристичної сфери на національному рівні та розробити конкретні заходи для покращення конкурентоспроможності держав на світовому ринку туристичних послуг.

Структурно ІКПТ складається з трьох субіндексів: законодавче регулювання у сфері подорожей та туризму; бізнес-середовище та інфраструктура у сфері подорожей та туризму; людські, культурні та природні ресурси кожної країни у сфері подорожей та туризму (рис. 2.9).

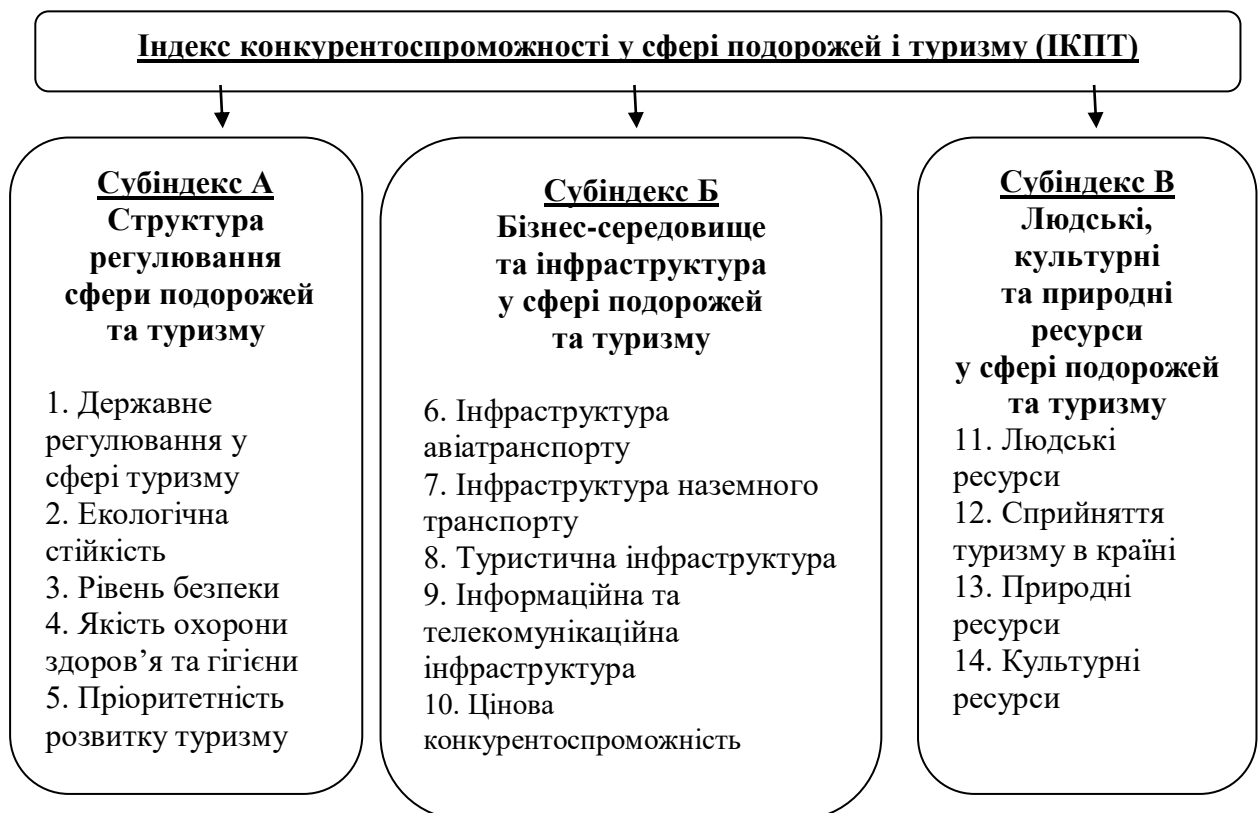


Рис. 2.9. Складові індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму (ІКПТ)

Джерело: побудовано автором за[61, с. 154]

Необхідно зазначити, що на 100% шкалі Україна знаходиться на сьомому рівні за бальною оцінкою ІКПТ. Змодельований на основі середніх показників туристичний профіль України за 2015-2017 роки наочно демонструє нерівномірність розвитку всіх показників і відсутність можливості на сьогодні конкурувати з розвиненими туристичними країнами [56,с. 119].

Отже, ґрунтуючись на дослідженнях вчених, можна виокремити низку чинників, що негативно впливають на реалізацію туристичного потенціалу України в умовах інтеграції у світову спільноту [54, с. 359]:

- відсутність чіткої політики у туристичній сфері щодо позиціонування національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринку туристичних послуг;
- інертність інвестиційних процесів розвитку матеріальної бази туризму (високий рівень податків, високі відсоткові ставки, проблеми володіння землею, відсутність внутрішнього фінансування для туристичних проєктів);
- невідповідність переважної більшості об'єктів туристичної інфраструктури міжнародним стандартам;
- відсутність єдиної стратегії просування українського туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку;
- відсутність достатнього рівня науково-дослідного забезпечення туристичної сфери;
- відсутність привілеїв для розвитку внутрішнього туризму;
- відсутність диверсифікованості туристичної пропозиції.

Враховуючи те, що саме в'їзний туризм повинен стати пріоритетним для розвитку в Україні, вченими проведено соціологічне дослідження щодо сучасного стану розвитку туристичної сфери України, його основних проблем і подальших шляхів розвитку [51, с. 128]. Дослідження проводилося для виконання таких завдань: визначити рівень привабливості вітчизняних курортів для громадян; окреслити найбільш привабливі напрями внутрішнього туризму; встановити фінансову спроможність внутрішнього

туриста; проаналізувати основні проблеми вітчизняних курортів; виявити можливі шляхи розвитку туристичної сфери України.

Стосовно проблем, які викликають незадоволення вітчизняними курортами, то найбільш резонансна низька якість побутових умов у місцях відпочинку (33%) (рис. 2.11). Наступними за важливістю респонденти виділили такі проблеми: висока вартість помешкання (19%), невідповідність між ціною та якістю наданих послуг (15%) і відсутність інформації про можливі місця відпочинку (14%). Практично однакову важливість, на думку опитаних, мають проблеми: низький рівень підготовки персоналу (8%); нерозвиненість транспортної інфраструктури (7%); нерозвиненість індустрії розваг (4%)[51, с. 132]. Слід зауважити, що розв'язання останніх питань не менш важливе для розвитку туристичного потенціалу країни.

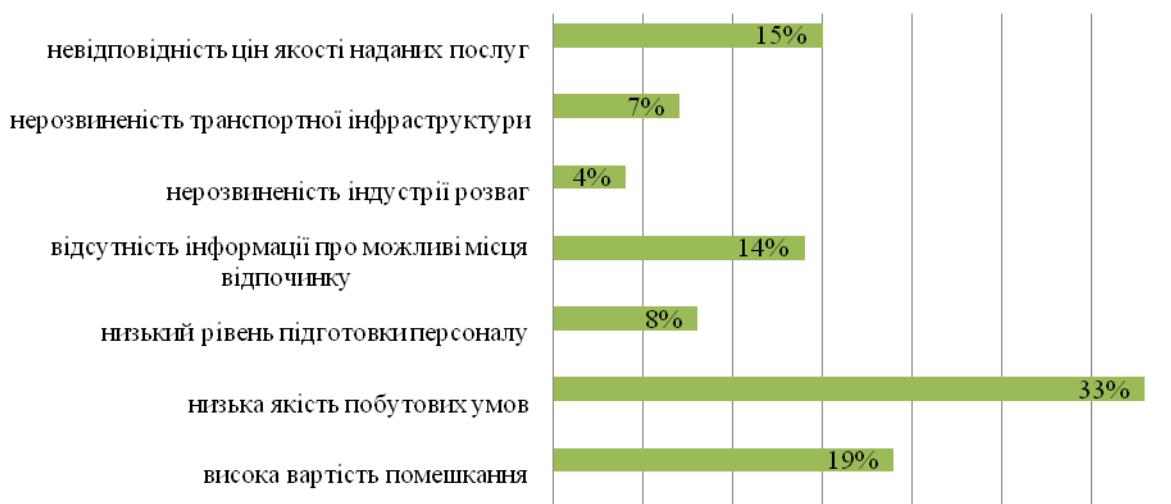


Рис. 2.11. Основні проблеми вітчизняних курортів, на думку респондентів

Джерело: побудовано автором за[51, с. 134]

Дослідження думок респондентів показало, що питання сучасного стану туристичної сфери України та перспективні шляхи її розвитку викликають у громадян країни високий рівень зацікавленості. В Україні існують усі об'єктивні умови для комплексного налагодження туристичної сфери та зайняття нею вагомому місця серед інших секторів економіки. Мова йде про унікальні природно-кліматичні умови, можливість лікування великої кількості захворювань природним шляхом, наявність умов для розвитку

практично всіх відомих видів туризму. Так, незважаючи на вкрай обмежений обсяг коштів, котрий громадяни мають можливість виділяти для відпочинку, вони б надали перевагу відпочинку за кордоном. Також більшість туристів, які відпочивають на вітчизняних курортах, надають перевагу приватному сектору, а не готелям чи санаторіям. Головними причинами такої ситуації є низька якість побутових умов, висока вартість помешкання, невідповідність між ціною та якістю наданих послуг і відсутність інформації про можливі місця відпочинку.

Висновки дорозділу 2

Проведений моніторинг особливостей туристичної галузі дав змогу сформулювати такі висновки:

1. Туризм як соціальне і політичне явище впливає на світовий устрій і економіку багатьох країн. Визначена П. Ротоу кореляція між економічними стадіями розвитку країн і характерними особливостями розвитку в них туризму, незважаючи на зміни світового туризму і економіки, підтверджується новими статистичними даними і сучасними тенденціями (на економічно розвинені країни припадає 65% туристичних прибутків, на країни, що розвиваються – 35%).

2. Темпи зростання туристичних прибуттів у країни із зростаючою економікою підвищуються, тобто ці країни здобудуть позиції лідерів. Більшість країн світу створюють найсприятливіші умови для розвитку туризму, використовуючи в основному методи економічного стимулювання розвитку туризму в розрахунку на майбутні надходження.

3. Обґрунтовано, що 31% респондентів вважають, що привабливість вітчизняних курортів ґрунтується на наявності пам'ятників історії та культури. Крім того, 27% опитаних відзначили, що основна перевага курортів України полягає у можливості лікуваннями природними ресурсами.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

3.1. Удосконалення стратегічного розвитку туризму

Перехід до ринкових умов господарювання вимагає особливо глибоких змін у сфері стратегічного планування. Адже завдяки всеосяжному централізованому плануванню система управління, сформована в рамках адміністративно-командної системи, ґрунтувалася на зумовленості подій і процесів на багато років вперед.

Сучасна економічна ситуація характеризується високим ступенем невизначеності й ризику і «...плани і стратегії допомагають адаптуватися до змін навколишнього середовища...» [49, с. 106]. В умовах системної трансформації на всіх рівнях управління (держава, міністерство чи регіон) не можна обійтись без плану. План дій повинно мати кожне підприємство [54, с. 219].

Завданням стратегічного планування є розробка можливих цілей і стратегій розвитку туризму (завдань, програм і ситуаційних планів, інвестиційних, які в свою чергу залежать від вибору стратегічних рішень). Тактичне планування являє собою конкретизацію стратегічного і передбачає прийняття рішень розподілу ресурсів для досягнення стратегічних цілей. Оперативне планування базується на планах конкретних дій, заходів, акцій, які забезпечують досягнення цілей. [51, с. 184]. Стратегічне планування покликане виявляти, аналізувати і, наскільки це можливо, прогнозувати економічне, політичне, технічне і суспільне оточення туризму як галузі економіки.

При плануванні сталого розвитку туризму необхідно забезпечити прогнозування ймовірності настання ризиків і розміри тих негативних наслідків, до яких вони приведуть. Під ризиком розуміють можливість настання деякої несприятливої події, що тягне за собою різного роду втрати [61, с. 202].

Стратегічне планування – це цілісна система довгострокового планування у складі таких компонентів як аналіз, концепція, цілі та ресурси, прогнозування, заходи туристичної політики в умовах нестабільності, сценарії, механізм та інструменти реалізації та наявність у стратегії розвитку туризму розподілу напрямів і завдань за регіонами.

Ефективному плануванню та управлінню туризмом буде також сприяти добре розроблена система туристичного моніторингу. Туристичний моніторинг – це постійне спостереження за станом туристичної індустрії, якісна і кількісна оцінка процесів, що відбуваються, на основі певної системи показників, з метою ефективного управління ними [12, с. 42].

Для найбільш повного відображення сутності соціально-економічних процесів, що відбуваються у сфері туризму, необхідно об'єднати як їх кількісні, так і якісні характеристики. При виборі моніторингових показників (індикаторів) розвитку туризму увага приділяється відповідності їх таким вимогам як комплексність, функціональність, прозорість і простота розрахунку, значущість показника для оцінки соціально-економічного розвитку [32, с. 106].

Програмно-цільовий метод – це спосіб вирішення великих і складних проблем за допомогою вироблення і проведення системи заходів, орієнтованих на цілі, досягнення яких забезпечує вирішення виниклих проблем. При використанні програмно-цільового підходу, як комплексного підходу, є доцільним диференціація цілей і розділення функціональних завдань для програм державного і регіонального рівнів.

Програми національного цільового рівня повинні ставити за мету розробку національних туристичних продуктів і просування їх на світовому

ринку, тобто увага має бути зосереджена на розвитку в'їзного туризму, його підтримки за допомогою послідовної державної політики, створенні іміджу. Регіональні цільові програми повинні конкретизувати розвиток сфери туризму з позицій своєї спеціалізації на його окремих видах стосовно в'їзного та внутрішнього туризму з урахуванням можливостей формування турпродуктів [43, с. 69].

Стратегічна програма Всесвітньої туристичної організації, яка орієнтує уряд та індустрію в області туризму до 2020 р. і на наступний період, включає такі позиції: створення нових і різноманітних продуктів (послуг) і ринків; залучення місцевих товариств у планування і експлуатацію; розвиток партнерства між державними органами і приватними компаніями, інвестиції в екологію; розвиток професіоналізму працівників сфери туризму; покращення взаєморозуміння між місцевим населенням і туристами; фокусування маркетингових і рекламних програм [44, с. 50].

Пріоритетними напрямками розвитку туристичної системи є види туризму, для кожного з яких наявні туристичні ресурси, спеціалізовані підприємства, спеціально підготовлений персонал, інфраструктура, підприємства-постачальники, які приймають участь в розробці туристичного продукту.

Стратегічні напрямки розвитку туризму деталізовані у вигляді стратегічних завдань, які забезпечать ліквідацію перешкоджаючих факторів, досягнення цілей розвитку туризму. Вирішення поставлених завдань проходить в рамках цільових програм, в основу розробки яких повинен бути покладений новий підхід, який передбачає, що перспективне планування туризму необхідно здійснювати з врахуванням його сумісності з природним середовищем, розвитком ресурсного потенціалу і можливими вигодами для населення.

Використання кластерного підходу забезпечить максимальний мультиплікативний ефект. Комплексне освоєння території полягає у створенні нової інфраструктури, що забезпечить високі темпи економічного

зростання. Розвиток людського потенціалу розглядається як розвиток основного туристичного ресурсу, що обслуговує туристів та зберігає, розвиває історичні, культурні і ментальні особливості території (рис. 3.2).

Виходячи із поставлених завдань, стратегія розвитку туризму повинна передбачати заходи[48, с. 90]:

- розвиток туристичної інфраструктури;
- розвиток транспортної інфраструктури;
- розвиток готельної бази;
- розвиток культурно-розважального комплексу;
- створення кадрового резерву;
- формування бренду престижного регіону та його просування;
- політика залучення інвестицій на територію регіону.

Поняття стратегічного рішення включає створення якісного суспільного середовища, умов функціонування господарюючих суб'єктів, умов залучення інвестицій. Стратегічне рішення може бути виражене у вигляді цільових показників – системи випереджувальних індикаторів, які дозволяють планувати зміни економічної активності. Для розробки системи індикаторів регіону враховуються питання місцевого значення. Ці показники характеризують очікувані зміни в туризмі та забезпечують високий рівень передбачуваності змін. Систему випереджувальних індикаторів можна використовувати на національному і регіональному рівнях, враховуючи стратегічні пріоритети розвитку туризму.

Враховуючи сучасну екологічну обстановку, економічну ситуацію в країні та цілі урядових програм, необхідно у систему індикаторів розвитку туризму ввести показники інноваційного розвитку та екологічні показники, які характеризують стан та використання навколишнього природного середовища.

Очікувані результати реалізації стратегічного рішення доцільно розглядати з точки зору забезпечення умов для розвитку бізнесу, завдання зростання ВВП, певного рівня соціальної і бюджетної ефективності

запропонованих проектів. Як вихідні дані необхідно використовувати результати аналізу наявних тенденцій розвитку туризму.

Важливим фактором, що впливає на макроекономічні результати, є ефективність інвестиційних проектів, загальний обсяг яких залежить від обсягу залучених інвестицій в реальний сектор. Інтенсивність інвестиційних процесів має реальний вплив на поживлення туристичної активності, а тому саме індикатор інвестиційних перспектив дозволить планувати перспективні зміни в туризмі і є найважливішим індикатором результативності стратегічного рішення.

Зростання ефективності інвестиційних проектів і залучення працездатного населення в туристичну діяльність забезпечить зростання ВВП темпами, які випереджають темпи зростання обсягів туристичних послуг.

Варто зазначити, що найуспішніші стратегії розвитку туризму мають такі характеристики[13, с. 129]:

- в них чітко сформульовані і прописані всі процеси та сфери використання;

- для кожної галузі чи сфери діяльності існують система показників або набір показників. переважає кількісна оцінка показників над якісною.

Тому важливим аспектом є виявлення структурної побудови та взаємозалежності елементів туристичної стратегії, адже від їхнього вдалого поєднання з економічної та соціальної точки зору залежить успіх діяльності у туристичній сфері, набуття чи підвищення високого рівня іміджу туристичного підприємства та отримання високого рівня прибутку.

3.2. Стимулювання розвитку туристичної галузі в конкурентних умовах

В умовах сьогодення для забезпечення ефективного функціонування та розвитку підприємств всіх сфер економіки суб'єкти господарювання повинні активно використовувати в своїй діяльності досягнення науково-технічного прогресу, розроблювати та впроваджувати у господарську практику нововведення. Також сучасна економіка України потребує істотних інвестицій, здійснення яких повинно відбуватися на якісно новому, інноваційному рівні. Наразі є очевидним, що діяльність підприємств всіх секторів економіки, як виробничих так і невиробничих повинна базуватись на інноваційній основі, а інвестиції – це обов'язковий елемент, джерело інноваційної діяльності.

У сучасних ринкових умовах вітчизняна економіка потребує інвестицій в ті галузі й підприємства, що можуть забезпечити якісно нові результати в порівнянні з наявним рівнем розвитку, а туристична галузь є саме такою сферою. Важливість залучення інвестицій в індустрію туризму полягає в тому, що вона в господарській системі додає імпульс у розвиток супутніх галузей (будівництво, транспорт, зв'язок, торгівля, сільське господарство тощо), оскільки близько 40 галузей задіяні до даної сфери. Природно, що підвищення ефективності та конкурентоспроможності суб'єктів туристичної діяльності можливо лише при використанні інновацій, тобто потрібні не просто інвестиції, а, насамперед, інвестиції в інноваційну діяльність туристичних підприємств.

Фахівці Всесвітньої туристичної організації визначили п'ять найперспективніших видів туризму у XXI столітті [1, с. 120]:

1. Круїзи – один із найперспективніших та бурхливо зростаючих видів туризму. Якщо на початку 1980 р кількість «круїзних» туристів складала

1,5 млн осіб, то нині – 10 млн, і їхня кількість постійно зростає.

2. Пригодницький туризм – для любителів гострих відчуттів. Постійно зростає попит на найвищі вершини світу та екскурсії по морських глибинах.

3. Культурно-пізнавальний туризм – активно розвиватиметься в Європі, Азії, на Близькому Сході, відповідно, зросте значення охорони пам'яток культури.

4. Діловий туризм – набув активного розвитку нині і розвиватиметься в майбутньому, що пов'язано зі швидкими темпами розвитку світової економіки, поглибленням політичних та економічних зв'язків між різними державами світу.

5. Космічний туризм – за даними американських фахівців, забезпечить щорічний дохід у розмірі 10 млрд дол США [1, с. 123].

Україна завдяки своєму унікальному природному і культурному потенціалу, а також інтересу зарубіжних туристів як до нового неохопленого напрямку має підстави для розвитку всіх перерахованих видів туризму. Наша держава розташована в центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, до того ж вона має багатий рослинний і тваринний світ, цілющі мінеральні джерела, багату історико-культурну спадщину, людські та мінеральні ресурси [7, с. 35].

Успішно розвивається співробітництво в межах міжнародних організацій; розроблено низку національних туристсько-екскурсійних маршрутів; введено державну статистичну звітність у галузі туризму; розроблені та набули чинності національні стандарти України в сфері надання туристичних послуг запроваджено ліцензування суб'єктів туристичної діяльності всіх форм власності, обов'язкову сертифікацію готельних послуг та послуг харчування; укладено 43 міжурядові та міжвідомчі угоди про співробітництво в галузі туризму із зарубіжними країнами; запроваджено щорічне проведення міжнародних туристичних салонів у м. Києві, Одесі, Харкові, Ялті, Львові та ін., а також участь національних стендів України у престижних туристичних ярмарках у

Лондоні, Берліні, Варшаві, Москві, Мілані, Санкт-Петербурзі тощо [7, с. 37].

Слід зазначити, що нормативно-правова база є недостатньою. Державне регулювання туристичної галузі в Україні в окремих питаннях не є ефективним. Туристична галузь, як економічно вигідна діяльність, що надає державі значні дивіденди у вигляді зростання дохідної частини бюджету, нових робочих місць і стимулювання розвитку цілої низки галузей економіки не фінансується державою. Уряди Туреччини, Австрії, Франції, Греції та інших країн на щорічну державну рекламну кампанію витрачають 60-120 млн євро з державного бюджету [25, с. 187].

Негативні економічні процеси, які супроводжували перехід нашої країни до нових умов ведення економіки, торкнулися і туристичної галузі, зокрема були зруйновані важливі складові частини туристичної інфраструктури, порушено систему напрацьованих зв'язків, відбувся розпад соціально орієнтованого внутрішнього туризму, вплив значних валютних коштів за кордон, погіршення матеріально-технічної бази туристичної індустрії [26, с. 242].

Необхідно відзначити ще одну проблему, яка пов'язана з державним регулюванням розвитку туристичної галузі, зокрема недостатнє державне фінансування для просування туристичного іміджу України за кордоном. В той час як більшість країн, які є відомими туристичними центрами, витрачають надзвичайно великі грошові суми на цільові рекламні кампанії туристичного потенціалу, в Україні з кожним роком і так невелике державне фінансування скорочують. В той час, як рекламування туристичного потенціалу країни є основною складовою частиною формування конкурентоспроможності туристичної галузі, а також туристичних продуктів, які створюють національні туроператори, повне скорочення державного фінансування галузі суттєво зменшило можливості представлення України на всесвітньо відомих туристичних виставках, салонах та ярмарках [46, с. 76].

Доцільними були б некомерційні реклами туристичних можливостей України за допомогою видання буклетів, плакатів, карт та іншої

інформаційно-рекламної друкованої продукції іноземних мовах. У першу чергу необхідне видання базового інформаційного буклету про Україну, потім рекламні буклети про туристичні можливості основних регіонів. Наступним етапом має стати видання рекламно-інформаційних каталогів наявних спеціалізованих турів (культурно-пізнавальних, екологічних, екстремальних, рибальських і мисливських, круїзних), а паралельно – буклет малого формату «Основна інформація для туристів» (корисні відомості для іноземців).

Туристичний потенціал регіонів України своїм різноманіттям вимагає нетрадиційного відношення держави і суспільства в цілому до виявлення управлінських передумов для інтенсивного розвитку туристичного комплексу територій.

Держава повинна підтримувати та сприяти розвитку в'їзного і внутрішнього туризму, забезпечувати належне фінансування і стимулювати розвиток цих напрямків на законодавчому рівні.

Факторами, що стримують розвиток в'їзного туризму в Україну, є [40, с. 168]:

- вплив деяких вітчизняних та зарубіжних ЗМІ з метою формування негативного туристичного іміджу України;
- відсутність за кордоном державної некомерційної реклами туристичних можливостей країни,
- несприятливий для туристичних відвідувань візовий режим;
- невідповідність туристичної інфраструктури сучасним вимогам міжнародного туристичного ринку;
- відсутність позитивного інвестиційного іміджу країни;
- невисока якість обслуговування у всіх секторах туристичної індустрії, в тому числі невідповідність ціни і якості розміщення в готелях.

Перед туристичною галуззю України стоїть багато проблем, які потребують розв'язання за допомогою вдосконалення системи та механізмів її державного регулювання. Реалізація стратегії розвитку туризму передбачає

використання таких методів та інструментів (додаток В).

Аналіз практичного досвіду розвинених у сфері туризму країн дозволяє зробити рекомендації, які повинні допомогти подальшому розвитку туристичної галузі в Україні у сучасних ринкових умовах:

- державним органам застосовувати системний підхід до вирішення проблем туристичного комплексу країни, що дозволяє виявити і стимулювати форми туризму, які приносять б усім учасникам – туристам, туристичним підприємствам, населенню туристичного центру – максимальну економічну користь при одночасній мінімізації недоліків витрат, будь вони економічного, екологічного або соціального характеру, а також створювати і реалізовувати комплексні державні програми регіонального розвитку;

- розробити методичку обліку і розрахунку вкладу туристичного комплексу в економіку країни;

- скорочувати витрати держави на регіональні комітети з туризму за прикладом Франції, де державні офіси з туризму отримують 60% коштів з бюджету, а 40% повинні заробляти самі для реклами, участі у виставках та інших цілей;

- туристичним фірмам розробляти, просувати на ринку і реалізовувати короткі тури на вихідні дні;

- звернути особливу увагу на розвиток матеріально-технічної бази туристичних регіонів;

- у зв'язку з інтернаціоналізацією та інтеграцією міжнародної туристичної індустрії використовувати міжнародні стандарти страхування, ціноутворення та якості туристичного обслуговування з урахуванням національної специфіки українського ринку.

Отже, резюмуючи сказане вище, можна зробити висновок, що реалізація зазначених рекомендацій підвищення ефективності туристичної галузі призведе не тільки до змін динаміки інноваційно-інвестиційних процесів в туристичній діяльності, а й до зміни принципів їх реалізації,

методів, механізмів, інструментів та критеріїв прийняття управлінських рішень.

Запровадження інноваційного механізму в туризмі дозволить системно та комплексно розв'язувати питання, що виникають при зміні підходів і методів до інвестиційного забезпечення інноваційних процесів, раціоналізації процесу управління залученням інвестицій та реалізації на створеному підґрунті механізмів структурно-інноваційного оновлення підприємств туристичної галузі. Саме від його успішного функціонування залежить ефективність реалізації пріоритетних напрямів інвестування з урахуванням інноваційної спрямованості, що є одним з головних аспектів забезпечення сталого економічного зростання туристичної галузі.

Висновки розділу 3

Розробка напрямів розвитку конкурентоспроможної вітчизняної туристичної сфери дала можливість зробити такі висновки:

1. Ринкові умови господарювання вимагають глибоких змін у сфері стратегічного планування. Стратегічне планування є системою, в якій прогноуються майбутні проблеми та визначаються головні цілі і відповідні їм стратегічні установки. Механізм планування включає: принципи планування; визначення пріоритетних цілей; забезпечення взаємозв'язку між показниками; облік факторів і кон'юнктури розвитку ринку; аналіз проблем; вибір оптимального варіанту розвитку; контроль за здійсненням планів.

2. З аналізу стратегічних регіональних документів випливає, що спрямованість стратегій в першу чергу відбувається на внутрішній туристичний та природно-ресурсний потенціал, населення не залучається до процесу визначення стратегічних цілей та реалізації планування, вибір стратегічних цілей не завжди вдалий, відсутні індикатори досягнення цілей та визначений механізм впровадження стратегій.

3. Для розробки стратегічних планів розвитку туризму доцільно використати систему індикаторів (тенденції розвитку туристичних послуг, умови і принципи ведення бізнесу, інвестиційна діяльність) та планових показників, які характеризують очікувані зміни в туризмі і також можуть бути використані для моніторингу туристичної діяльності.

ВИСНОВКИ

У бакалаврській роботі запропоновано нові підходи до вдосконалення теоретико-методичних і науково-практичних засад забезпечення умов формування та розвитку конкурентоспроможної туристичної сфери в Україні. Основні результати та висновки такі:

1. Туристична сфера – це складна система взаємодії надавачів і споживачів туристичного продукту як специфічної форми благ. Досліджувана сфера виступає як окремий сегмент національної економіки. Формою продукування та споживання специфічних благ туристичної сфери є туризм, який по-різному визначається залежно від соціально-культурного (функціонального), нормативного, міграційного та економічного підходів, оскільки не можна абсолютизувати жоден з його структурних аспектів.

2. Встановлено, що конкурентоспроможність туристичної сфери полягає у наявності достатньої кількості конкурентоспроможних підприємств, які здатні продукувати, просувати та реалізовувати конкурентоспроможний туристичний продукт відповідно до потреб ринку, нарощувати свій конкурентний потенціал в умовах обмеженості ресурсів, реалізовувати прагнення максимального задоволення зростаючих потреб споживачів.

3. В умовах економічної нестабільності необхідно дотримуватися стратегії як орієнтиру. Принципами стратегічного планування комплексного розвитку туристичної галузі є: забезпечення соціальної орієнтованості стратегії; стратегічний вибір визначається величиною і ефективністю використання туристичного потенціалу; стійкий розвиток туризму ґрунтується на збалансованості економічних, соціальних і екологічних пріоритетів.

4. Обґрунтовано, що туристична галузь у багатьох країнах світу є провідним сектором економіки і розвивається досить швидко. Кореляції між економічними стадіями розвитку країн і характерними особливостями розвитку в них туризму, визначені П. Ротоу, підтверджуються новими статистичними даними та сучасними тенденціями.

5. Серед загальних тенденцій розвитку туристичної сфери України у досліджуваному періоді відзначається в цілому позитивна динаміка зростання обсягів в'їзного туризму, водночас, приріст кількості громадян, які виїжджали за кордон, перевищує ріст потоку іноземних туристів.

6. Оцінка рівня конкурентоспроможності туристичної сфери України, здійснена за 2012-2017 рр., засвідчила наявність конкурентних переваг за якістю охорони здоров'я та гігієни, забезпеченістю людськими ресурсами. Водночас, серед слабких конкурентних позицій – несприятливість державного регулювання у туристичній сфері та невизначеність пріоритетності її розвитку, низький рівень цінової конкурентоспроможності, стан природних і культурних ресурсів, неактивне їхнє використання та низький рівень поінформованості про них.

7. Стратегічне планування характеризує основний шлях перспективного розвитку та дозволяє здійснювати відповідні корективи. Етапами розробки стратегії управління розвитком туристичної галузі є: аналіз, концепція, ресурси і цілі, прогноз, заходи економічної політики, сценарії розвитку, довгострокові програми, оцінка і прийняття рішення, умови і механізм реалізації стратегії.

8. Визначено, що для досягнення поставленої мети підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери необхідно збільшити її державну підтримку, стимулювати зростання кількості внутрішніх та іноземних туристів, розширити якісну та кількісну забезпеченість місць для тимчасового проживання в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕД

1. Азарян О. М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: Монографія / О. М. Азарян, Н. Л. Жукова. – К. : КНЕУ, 2015. – 241 с.
2. Александрова А. Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2017. – 464 с.
3. Биркович В. І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України / В. І. Биркович // Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. – 2018. – №1 (6). – С. 138-143.
4. Биркович В. І. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні [Електронний ресурс] / В. І. Биркович // Стратегічні пріоритети. – 2017. – №4(5). – С. 158. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sp/2017_4/21_Birkovich.pdf.
5. Білецька Г. М. Інвестиційний клімат: проблеми сучасності та шляхи покращення / Г. М. Білецька, Н. Л. Ковтунович // Економіка, фінанси, право. – 2017. – №10. – С. 7–20.
6. Білецька І. Діловий туризм у контексті розвитку міжнародного / І. Білецька // Журнал європейської економіки. – 2016. – Том 10 (№2). – С. 178-187.
7. Бойко М. Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку / М. Г. Бойко // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – №16. – С. 34-40.
8. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів. Монографія / М. Борушак. – Львів: ІРД НАН України, 2016. – 288 с.

9. Гаврилюк С.П. Конкуентоспроможність підприємств у сфері туристичного Бізнесу : Навч. посібник. / С.П. Гаврилюк– К.: Київ. Національний торговий економічний університет, 2016. – 180 с.

10. Герасименко В. Г. Управління національним туризмом у контексті міжнародного досвіду / В. Г. Герасименко, С.С. Галасюк // Вісник ДІТБ. – 2018. – № 12. – С. 19–24.

11. Горб К. М. Системний підхід у міжнародному маркетингу туристичних дестинацій / К. М. Горб // Вісник Академії митної служби України. Сер. : Економіка. – 2015. – № 2. – С. 113–119.

12. Гринькевич О. С. Удосконалення оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту регіону / О. С. Гринькевич, М. М. Біль // Регіональна економіка. – 2013. – №4. – С. 40-46.

13. Дишловий І. М. Новітні тенденції а стратегічному управлінні організаціями туристичної індустрії / І. М. Дишловий, Д. О. Светлична // Механізм регулювання економіки. – 2014. – № 1. – С. 128–137.

14. Дурович А. П. Организация туризма / А. П. Дурович. – СПб. : Питер, 2013. – 320 с.

15. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу [Навчальний посібник] / Л. П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 224 с.

16. Жукова М. А. Индустрия туризма : менеджмент организации / М. А. Жукова. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 200 с.

17. Забуранна Л. В. Оцінка ефективності обраних стратегій підприємств ферисільського аграрного туризму / Л. В. Забуранна // Збірник наукових праць Чернігівського державного технологічного університету (економічні науки) [за ред. М.Ф. Кропивка]. – Чернігів : ЧНТУ, 2016. – № 2 (18), том 6. – С. 420–429.

18. Закон України «Про туризм» зі змінами та доповненнями від 07.03.2012 р. № 324/95-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.

19. Захарова С. Г. Шляхи удосконалення державного регулювання туристичної сфери / С. Г. Захарова // Держава та регіони. Серія «Державне управління». – 2015. – № 3. – С. 81-87.

20. Зима О. Г. Організація туризму в Україні / О. Г. Зима, Н. А. Дехтяр; М-во освіти і науки України, Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : ХНЕУ, 2018. – 271 с.

21. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма / Н. И. Кабушкин. – 2-е изд., перераб. – Мн. : Новое знание, 2015. – 432 с.

22. Кальченко О. М. Проблеми інноваційного розвитку туристичної галузі України / О. М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – 2017. – Випуск 41. – С. 133–139.

23. Каурова А. Д. Организация сферы туризма / А. Д. Каурова. – М. ; СПб. : Издательский дом Герда, 2018. – 366 с.

24. Кифяк В. Ф. Стратегія розвитку територіальних рекреаційних систем : теорія, методологія, практика : монографія / В. Ф. Кифяк. – Київ ; Чернівці : Книги – ХХІ, 2014. – 432 с.

25. Колосінська М. І. Дослідження конкурентоспроможності туристичного ринку України / М. І. Колосінська // Регіональна економіка. – 2016. – № 2. – С. 185-194

26. Корнецька М. І. Конкурентоспроможність вітчизняних туристичних підприємств на зовнішньому ринку / М. І. Корнецька, Є. Ю. Колосінський // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії : Збірник наукових праць. Вип. 4(17) : Економічні науки. – Чернівці, БДФА, 2015. – С. 238-244.

27. Коцан Н. Н. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] / Н. Н. Коцан, Р. Р. Мазурець. – Режим доступу

:http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvnu/misnarod_vidnos/2017_6/R3/12.pdf

28. Кулеш В. Г., Перспективирозвиткупромислового туризму в світі та Україні / В. Г. Кулеш // Вісник ДІТБ. – 2015. – №14. – С. 90-95.

29. Лук'янов В. О. Маркетинг туристичногобізнесу: навч. посібник / В. О. Лук'янов, Г. Б. Мунін. – Кондор, 2016. – 235 с.

30. Любіцева О. О. Риноктуристичнихпослуг (геопросторовіаспекти) [текст] / О. О. Любіцева. – К, 2014. – 436 с.

31. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К.: Знання, 2015. – 661 с.

32. Мармуль Л. О. Організаційно-економічний механізм функціонування туристично-рекреаційних підприємств : моногр. / Л. О. Мармуль, О. А. Сарапіна. – К. : ННЦ «Ін-т аграр. екон.», 2016. – 180 с.

33. Мельник Ю. Стратегічнеуправліннятуристичнимпідприємством на міжнародному ринку / Ю. Мельник, Л. Цетнар // Психологія і суспільство. – 2018. – № 2. – С. 58–63.

34. Мельниченко С. В. Інформаційнітехнології в туризмі: теоретичні та практичніаспекти / С. В. Мельник // ВісникЗапорізькогонаціональногоуніверситету. – 2014. – № 2(6). – С. 129–138.

35. Менеджмент і маркетинг туризму [Навчальнийпосібник] / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко, Ю. В. Панченко, Н. В. Федотова. – К.: ВидавництвоЛіра-К, 2012. – 364 с.

36. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы / [И. В. Зорин, А. И. Зорин, Т. А. Ирисова и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2017. – 272 с.

37. Михайліченко Г. І. Формуванняінноваційнихтуристичнихкластерів як конкурентноїперевагирозвиткурегіону / Г. І. Михайліченко // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапистановлення і проблемирозвитку :

[збірник наукових праць] / відповідальний редактор О. Є. Кузьмін. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 341–349.

38. Організація туризму [Текст] : підручник / Л. М. Алексеєнко, Т. І. Божук, В. Я. Брич [та ін.] ; за заг. ред. В. Я. Брича. - Тернопіль : ТНЕУ, 2017. - 448 с.

39. Подлепіна П. О. Закордонний досвід організації туризму на сучасному етапі / П. О. Подлепіна // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2018. – № 10. – С. 169–174.

40. Пробоїв О. А. Передумови та перспективи ефективного розвитку туристичної галузі в контексті політики державного регулювання / О. А. Пробоїв, Г. А. Станіславська // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2015. – Спецвипуск 33. Частина 3. – С. 164–169.

41. Прочан А. О. Особливості маркетингу туристичних підприємств як складової сфери послуг в умовах трансформаційних перетворень / А. О. Прочан // Держава та регіони. – 2014. – № 1 (64). – С. 152–155.

42. Розвиток туристичного бізнесу регіону / За ред. професора Школи І. М. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2013. – 292 с.

43. Савіцька О. П. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти / О. П. Савіцька, Н. В. Савіцька // Вісник Національного університету „Львівська політехніка”. Проблеми економіки та управління. – 2016. – № 754. – С. 68–74.

44. Смірнов І. Г. Туристично-фінансові потоки та моделі управління в міжнародному туристичному бізнесі І. Г. Смірнов // Географія і сучасність: зб. наук. пр. Київ. нац. пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова. – Київ, 2015. – Вип. 5 (15). – С. 48-55.

45. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності / За заг. ред. В. Ф. Орлова. – К. : Грамота, 2014. – 262 с.

46. 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. – 2018. – № 1(9). – С. 70–77.

47. Статистичний щорічник України за 2017 рік. Державна служба статистики України / за редакцією О.Г. Осауленка. – Київ, 2018. – 614 с.

48. Стеченко Д. М. Особливості формування рекреаційно-туристичного бренду України в контексті зарубіжного досвіду / Д. М. Стеченко, І. В. Безуглий // Вісник Чернівецького інституту КНТЕУ. – 2014. – Випуск III (55). – С. 86-94.

49. Тенденция и развитие мирового туризма / под.ред. А. В. Шлевкова. – Одеса, 2015. – 416 с.

50. Ткаченко Т. Тенденції розвитку світового туризму / Т. Ткаченко // Вісник КНТЕУ. – 2017. – № 6. – С. 80–87.

51. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К. : КНТЕУ, 2015. – 463 с.

52. Туризм в Україні. Статистичний збірник. – К.: Держкомстат України. – 2017. – 184 с.

53. Туризм і охорона культурної спадщини: український та польський досвід : Монографія / В. Вакуленко, І. Валентюк, В. Грибан, С. Коротич та інші / За заг. ред. Ю. Лебидинського, В. Вакуленко, І. Валентюк, С. Коротич, М. Онисько. – К. : К.І.С., 2013. – 176 с.

54. Туроперейтинг. Підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. – Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2017. – 440 с.

55. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія [Навчальний посібник] / Н. В. Фоменко. – К.: Центр навчальної літератури, 2015. – 312 с.

56. Формування стратегії розвитку туристично-рекреаційного потенціалу // Формування і

реалізація стратегії розвитку туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / [О.В. Булатова, Я.А. Дубенюк, В.М. Мацука, О.Г. Авдан та ін.] ; за ред. О.В. Булатової. – Маріуполь : Маріуполь. держ. ун-т, 2017. – 201 с.

57. Ходжаян А. О. Позиціонування України в глобальній економіці [Електронний ресурс] / А. О. Ходжаян. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Evngu/2014_2/Khodzhajan.pdf.

58. Холловой Дж. К. Туристический маркетинг: пер. с 4-го англ. изд. / Дж. К. Холловой. – К. : Знання, 2008. – 575 с.

59. Черчик Л. М. Оцінка рівня привабливості розвитку рекреаційного природокористування для регіонів України / Л. М. Черчик. – Луцьк : ЛДТУ, 2016. – 120 с.

60. Шкарлет С. М. Тенденції і перспективи розвитку туристичної галузі України у складі національної та світової економіки / С. М. Шкарлет, О. М. Кальченко // Актуальні проблеми економіки. – 2018. – № 5. – С. 36-43.

61. Burkart A. J. The Management of Tourism / A.J. Burkart, S. Medlik. Heinemann, London, 2016. – 337 p.

62. Freyer W. Tourismus. Einfuehrung in die Fremdenverkehrsoekonomie. – R. Oldenburg Verlag, 4 Aufl., Muenchen, Wien, 2015. - 361 s.

63. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2017.pdf. 145

64. Tendencies in World Tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>