

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України  
Тернопільський національний економічний університет  
Факультет міжнародного бізнесу та менеджменту  
Кафедра міжнародної економіки

**Станіславська Галина Анатоліївна**

## **Розробка концепції розвитку туризму «Невідома Україна»**

Спеціальність 8.050103-Міжнародна економіка  
Дипломна робота за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр»

Студентки групи МЕМТім-51

Г.А. Станіславська

---

(підпис)

Науковий керівник:

к.е.н., доцент Зварич Р.Є.

---

(підпис)

Дипломну роботу допущено

до захисту

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2012 р.

Зав. кафедри,

д. е. н., проф. Савельєв Є.В.

---

**Тернопіль-2012**

**ЗМІСТ**

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КРАЇНИ.....	9
1.1. Концептуальні засади та підходи до розвитку міжнародного туризму.....	9
1.2. Класифікація та основні типи міжнародного туризму.....	17
1.3. Основні концепції розвитку міжнародного туризму.....	24
Висновки до розділу 1.....	37
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ.....	39
2.1. Поточний стан міжнародного туризму в Європі.....	39
2.2. Аналіз міжнародного туризму в Україні.....	52
2.3. Оцінка використання міжнародного туристичного потенціалу в Івано- Франківській області.....	60
Висновки до розділу 2.....	70
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	72
3.1. Проблемні аспекти міжнародного туризму в Європі.....	72
3.2. Основні принципи та стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні.....	80
3.3. Розробка регіональної концепції «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області.....	89
Висновки до розділу 3.....	100
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	102
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	107
ДОДАТКИ.....	115

**Актуальність теми.** В сучасних умовах глобалізаційні та інтеграційні процеси піднесли світовий ринок послуг на якісно новий рівень розвитку, вплинувши на усі його сектори. Дані трансформаційні процеси не могли не вплинути і на розвиток наймасовішого феномену ХХІ століття, однієї з провідних сфер людської діяльності – міжнародного туризму. Враховуючи те, що він є однією із найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства та є відображенням сучасного стану економічної, політичної, демографічної, соціальної сфер суспільного життя, переважна більшість країн спрямовують усі зусилля на його розвиток.

Завдяки економічному впливу міжнародного туризму, держави, яких ще вчора відносили до категорії країн із низьким рівнем економічного розвитку, стають процвітаючими. Разом із тим, лідируючі позиції на світовому ринку туристичних послуг як і завжди, займають постіндустріальні та найбільш розвинені країни світу, зокрема Північної Америки та Європейського регіону.

Однак, з іншого боку, поряд із позитивними тенденціями тур індустрії, постають і негативні аспекти її функціонування, результатом яких є переміщення його розвитку із «старих» туристичних центрів (Європа, Америка) до «нових» (Азійсько-Тихоокеанський регіон та Африка). А це, відповідно, матиме істотний вплив на соціальний, економічний, політичний розвиток як країн ЄС, так і країн постсоціалістичного простору, зокрема України, яка і без того приймає незначну участь у процесах розвитку світового туристичного ринку. Поряд з тим, Україна володіє усіма необхідними умовами для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму. Тим не менш, на сьогоднішній час, міжнародний туризм в Україні розвивається повільними темпами, проте із притаманною йому постійною динамічністю. Однак розвиток туристичної сфери на регіональному рівні може значно відрізнятись, в залежності від наявного туристичного потенціалу та інтенсивності його використання. А тому, враховуючи значні можливості для активного використання міжнародного туристичного потенціалу, Івано-Франківщина

належить до одного із перспективних туристичних регіонів держави, та разом з тим, неповне та нераціональне його використання навіть у перспективних регіонах держави, може стати однією із вагомих причин затримки розвитку міжнародного туризму України, а, отже, і її інтеграції у світовий туристичний простір.

А тому, враховуючи вищезазначене, особливої актуальності набуває проблема поглибленого вивчення особливостей сучасного функціонування та тенденцій розвитку міжнародного туризму у Європі для виявлення його проблем та шляхів їх вирішення в Україні з метою подальшої активізації ефективного використання міжнародного туристичного потенціалу в Івано-Франківській області на основі розробки регіональної концепції «Невідома Україна».

Вагомий внесок у процес дослідження теорії і практики міжнародного туризму зробили відомі зарубіжні та вітчизняні вчені: Квартальнов В., Котлер Ф., Кох А., Мюллер Б., Александрова А., Кифяк В.Ф., Любіцева О.О., Воскресенський В., Заячківська Г., Самко О.О. та інші. Зокрема, дослідженню стану міжнародного туризму в Івано-Франківській області присвятили праці Рутинський М.Й., Гук Н.А., Недавня О., Мальська М.П., Мединяк А.М. Незважаючи на те, що ряд важливих аспектів міжнародного туризму, - теоретичні положення, сучасний стан та проблеми його розвитку у Європі та Україні, конкурентні переваги Івано-Франківської області на основі її міжнародного туристичного потенціалу, - знайшли своє відображення у працях цих та інших вітчизняних дослідників, проте і досі немає дослідження, яке стосується питання розробки концепції «Невідома Україна», що й обумовило вибір теми магістерської роботи.

**Мета і завдання дослідження.** Метою магістерської роботи є розробка регіональної концепції в Івано-Франківській області.

Виходячи з мети дослідження, у роботі поставлені наступні завдання:

- сформулювати концептуальні засади та підходи до розвитку міжнародного туризму;

- класифікувати основні типи міжнародного туризму;
- охарактеризувати основні концепції розвитку міжнародного туризму;
- дослідити поточний стан міжнародного туризму в Європі;
- проаналізувати розвиток міжнародного туризму в Україні;
- оцінити використання міжнародного туристичного потенціалу в Івано-Франківській області;
- виявити проблемні аспекти міжнародного туризму в Європі;
- запропонувати основні принципи та стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні;
- розробити регіональну концепцію «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області.

**Об'єктом дослідження** виступає концепція розвитку міжнародного туризму «Невідома Україна».

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних та прикладних аспектів щодо розробки концепцій розвитку міжнародного туризму.

**Методи дослідження.** Методичними засадами магістерської роботи є положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, які стосуються проблематики розвитку міжнародного туризму, активізації міжнародних туристичних потоків в Україні та перспектив підвищення привабливості міжнародного туристичного потенціалу в Івано-Франківській області. У роботі використано наступні методи дослідження: логічно-теоретичний (при дослідженні сутності та класифікації міжнародного туризму); історичний (при систематизації основних концепцій розвитку міжнародного туризму у часі); статистичні, прогностичні та економіко-математичні методи (при дослідженні впливу поточного стану міжнародного туризму в Європі на його розвиток в Україні та оцінці використання міжнародного туристичного потенціалу Івано-Франківській області); системного аналізу і синтезу, узагальнення (при дослідженні проблемних аспектів міжнародного туризму в Європі та формуванні стратегічних напрямів

його розвитку в Україні, та розробці регіональної концепції «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області).

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у дослідженні розвитку міжнародного туризму в Європі; виявленні проблемних аспектів міжнародного туризму в Європі; напрацюванні основних принципів та стратегічних напрямів розвитку міжнародного туризму в Україні; розробці регіональної концепції «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області.

**Практичне значення одержаних результатів.** У роботі автором пропонується розробка регіональної концепції «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області, яка може слугувати методологічною та практичною основою інструментарію впровадження щодо розвитку міжнародного туризму в Івано-Франківській області, в економіко-аналітичній і прогностичній роботі Головного управління зовнішніх зв'язків і туризму Івано-Франківської ОДА.

Результати дослідження оцінки використання міжнародного туристичного потенціалу Івано-Франківської області та розробки регіональної концепції „Невідома Україна” прийнято до використання у теоретичній і практичній діяльності Головним управлінням зовнішніх зв'язків і туризму Івано-Франківської ОДА (довідка про впровадження № від ).

**Положення, що їх винесено на захист.** Усі наукові результати, які містяться в магістерській роботі і виносяться на захист, отримані автором особисто.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення магістерської роботи пройшли апробацію на III Всеукраїнській науковій web-конференції молодих вчених «Особливості розвитку регіонів України у нових економічних умовах», Міжнародній науково-практичній конференції «Вдосконалення механізму розвитку економіки України в умовах ринкових відносин».

**Публікації.** За темою магістерського дослідження опубліковано 2 наукових праці, з них одна – у фаховому виданні, загальним обсягом 0,21 д.а.

**Структура і обсяг роботи.** Магістерська робота загальним обсягом 115

сторінок складається зі вступу, трьох розділів, висновків, та містить список використаних джерел із 109 найменувань. Магістерська робота ілюстрована 24 рисунками, які розміщені на 15 сторінках і містить 23 таблиці на 20 сторінках.

## **РОЗДІЛ 1**

### **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В**

## **ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КРАЇНИ**

### **1.1. Концептуальні засади та підходи до розвитку міжнародного туризму**

Туризм у кінці ХХ століття посів одне з провідних місць серед сфер людської діяльності. Він є важливим чинником розвитку світової економіки та забезпечення зайнятості населення. Крім того, розвиток туризму сприяє перерозподілу робочої сили та вирівненню економічного становища менш розвинутих у промисловому плані регіонів, дає широкі можливості для розвитку малого та середнього бізнесу. Туризм є найбільш сприятливою економічною індустрією. Недаремно наймасовішим феноменом ХХІ століття називають міжнародний туризм. Саме завдяки туризму багато країн зробили ривок у розвиток економіки і стали процвітаючими державами [53]. Сучасний туризм, а отже і процес його організації (туристична діяльність) – це один із важливих аспектів філософії бізнесу нинішнього інформаційного суспільства, який в умовах гіпершвидких змін дає змогу паралельно та одночасно ефективно реалізувати дві функції – соціального характеру (оздоровчу, духовну, гуманітарну) та професійно-ділову (укладання угод, вирішення стратегічних завдань). Власне цим і пояснюється зростання частки МІСЕ-туризму в загальному обсязі наданих туристичних послуг (за даними ЮНВТО кількість таких туристичних пакетів зросла за останні п'ять років майже вдвічі) [75]].

Перш, ніж переходити до розгляду дефініцій у туризмі, розглянемо історію розвитку туризму. Незважаючи на те, що люди подорожували з давніх-давен, індустрія туризму є досить молодою галуззю бізнесу. Підтвердженням цьому є замітка одного з експертів ВТО Д. Джафарі про те, що люди подорожували завжди [60]. Отже, враховуючи мотиви подорожей та способи подорожування, і розвиток транспорту, виділяють 4 етапи розвитку туризму. Таким чином, пропонуємо представити наступні дані про історію розвитку туризму у вигляді таблиці (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1



## Історія розвитку туризму

№	Хронологічні межі етапу	Назва етапу розвитку туризму	Характерні риси етапу розвитку туризму
1	до 1841 р.	початковий етап	<p>Фактори, що спонукали людей до поїздок і подорожей:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— розвиток товарно-грошових відносин;</li> <li>— поділ праці;</li> <li>— розвиток торгівлі, мистецтва і загальної культури.</li> </ul> <p>Перші мандрівники – купці. У результаті розвитку різних релігій однією з цілей туризму стає паломництво. Відсутність комерційної основи у туризмі. Значний вплив розвитку міста та поглиблення соціалізації праці вплинули на еволюцію туризму. Вплив на становлення туризму як галузі факторів, пов'язаних із розвитком невиробничої сфери, інфраструктури та сфери послуг.</p>
2	1841-1914рр.	етап становлення туризму як галузі	<p>Становлення туристичного бізнесу як одного із напрямів сфери послуг. 1841 р. – організація Т.Куком першої комерційної туристичної подорожі. 40-50 рр. ХХ ст. – відкриття перших тур бюро. Фактори сприяння зростанню попиту на послуги тур фірм: нові географічні відкриття; підвищення рівня життя окремих груп населення; розвиток транспорту і зв'язку; розвиток реклами та використання досягнень НТП.</p>
3	1914-1945	етап формування індустрії туризму	<p>Початок нового етапу у розвитку міжнародного туризму – етапу індустріалізації. Комерційна спрямованість діяльності тур фірм дає підстави вважати туризм галуззю бізнесу Туріндустрія - це система виробничих, транспортних, торговельних, сервісних підприємств і засобів розміщення, призначена для задоволення попиту на туристичні товари і послуги, підготовку кадрів та процес виробництва, реалізації і споживання туристичного продукту на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства. Чинники негативного впливу на розвиток туризму: — світова економічна криза 1929-1933 рр.; — початок Другої світової війни.</p>
4	1945-до наших днів	монополізація туріндустрії	<p>Фактори розвитку міжнародного туризму на даному етапі:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— кінець Другої світової війни;</li> <li>— поживлення міжнародної торгівлі, торгового, економічного та екологічного співробітництва між країнами;</li> <li>— значний вплив телебачення на популяризацію туризму.</li> </ul> <p>Поч. 60-х років ХХ ст. – становлення туризму як міжнародної індустрії . Головна ознака даного етапу: монополізація галузі туризму.</p>

Джерело: [Складено автором за: 31]

Отже, у історичному ракурсі туризм розвивався внаслідок впливу економічних, політико-соціальних та технічних факторів. В умовах сьогодення туризм здійснює вагомий вплив на економіку більш як 125 країн. Зокрема, найбільш інтенсивний розвиток туризму можна проаналізувати у країнах із стійкими темпами економічного розвитку та стабільною соціальною програмою. Крім того, доцільно відмітити, що на розвиток туризму впливають різноманітні фактори, а саме:

- демографічні,
- природно-географічні,
- соціально-економічні,
- історичні,
- релігійні
- політико-правові [31].

Поняття туризму та туристичної діяльності - складне та багатогранне [75]], а тому варто зауважити, що багато теоретиків та практиків трактували і трактують дане поняття по-різному. Це відбувається тому, що не існує єдиного міжнародного термінологічного стандарту з даної тематики. У різних країнах панує істотно різне офіційне розуміння понять і термінів. Існуючі визначення туризму представляють його або у виді подорожі, або у виді руху населення, не зв'язаного зі зміною місця проживання і роботи. І хоча деякі автори проводять грань між туризмом і подорожами, більшість авторів цього не робить [29]. Так, одне з найперших та, мабуть, найточніших визначень туризму запропонували професори Бернського університету Гудзікер і Крап, згодом його схвалила Міжнародна асоціація наукових експертів туризму. Вчені вважали, що туризм можна розглядати як низку явищ і взаємовідносин, як виникають у результаті подорожі, якщо вона не призводить до постійного місця перебування у визначеному місці та не пов'язана з отриманням прибутку [31].

В. Квартальнов та М. Кабушкін визначають туризм як поїздки (походи), які здійснюють у вільний час, що також не зв'язані з роботою і зміною постійного місця проживання, а є сферою послуг для задоволення потреб туристів і являють собою сукупність відносин і єдність зв'язків і явищ, що супроводжують людину в подорожах [12]. За Л. Абалкіним, туризм - тимчасове переміщення людей із місця постійного проживання в іншу країну чи місцевість у межах своєї країни з метою отримання задоволення та відпочинку, в оздоровчих, пізнавальних цілях, але без здійснення оплачуваної діяльності у місті перебування [75]]. В. Азар зазначає, що туризм – це складна економічна система з різноманітними зв'язками між певними елементами в межах як

народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством [75]].

За В. Герасименком, туризмом є одна з форм міграції населення, що зв'язана з актом руху, подорожі, подолання простору, з іншого боку туризм — суспільно-економічне явище, що є специфічною галуззю господарської діяльності [75]], а М.Папирян у своїй книзі «Международные экономические отношения: маркетинг в туризме» наголошує на тому, що дати коротке і при цьому повне визначення поняттю «туризм», через різноманіття виконуваних ним функцій і великого числа форм прояву, досить складно [29].

Крім вище зазначеного варто зауважити, що такі науковці, як Ч. Голднер та Р. Річі визначають туризм як нову форму ведення сучасного бізнесу, яка дозволяє оптимізувати час менеджера (керівника), оскільки дає можливість поєднувати роботу з відпочинком одночасно, а Р.Бернс у своїй публікації «Туризм: нові перспективи» наголосив на можливості поєднання соціальних та ділових цілей туризму і довів, що продуктивність розв'язаних бізнес-ситуацій під час туристичної подорожі удвічі вища, аніж у звичайних робочих умов в офісі [75]].

Розглядаючи визначення поняття «туризм» на законодавчому рівні можна сказати, що закон України "Про туризм" трактує його як тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [22]. За визначенням, прийнятим ООН у 1954 році, туризм – це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, зв'язаний з пересуванням за межі постійного місця проживання [35]. У матеріалах Всесвітньої конференції з туризму, проведеної ВТО в 1981 році в Мадриді, дано наступне визначення: туризм – один з видів активного відпочинку, що представляє собою подорожі та з метою пізнання тих чи інших районів, нових країн, які сполучаються в ряді країн з елементами спорту. У 1993 році Статистична комісія ООН прийняла більш широке визначення туризму, як діяльності людини, що подорожує і здійснює перебування в місцях, які

знаходяться за межами їхнього звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року, з метою відпочинку, діловими й іншими цілями [29].

Таким чином, проаналізувавши у різних авторів варіанти трактування туризму, можна, на нашу думку, узагальнити поняття «туризм» наступним чином: туризм – тимчасове цільове переміщення особи чи людей із відсутністю зміни місця постійного проживання протягом періоду, що не перевищує 1 року без здійснення оплачуваної діяльності чи існування можливості на таку діяльність у місці перебування.

Отже, міжнародний туризм - це туризм в іншу країну, тобто іноземний туризм [19].

У процесі подальшого аналізу розвитку туризму у науковій літературі, важливо розглянути наступні поняття, які прямо чи опосередковано стосуються міжнародного туризму загалом. Паралельно з визначенням туризму, згідно методичних рекомендацій ЮНВТО, формують наступні поняття:

- в'їзний туризм (англ. – «inbound tourism») включає нерезидентів, які прибули в країну призначення з точки зору країни призначення;
- виїзний туризм (англ. – «outbound tourism») включає резидентів, що подорожують в інші країни, з точки зору країни постійного проживання;
- внутрішній туризм (англ. – «domestic tourism») включає резидентів країни, що розглядається, які подорожують в межах даного країни.
- міжнародні туристичні грошові надходження (англ. – «international tourism receipts»), які отримує країна від в'їзного туризму, представляють собою всі витрати, які здійснюють туристи, що прибувають із-за кордону.
- міжнародні туристичні витрати – це витрати на туризм туристів – резидентів країни, що розглядається, зроблені за межами даної країни [60].

Наступним кроком є розгляд низки інших туристичних термінів. Суб'єкт туризму — це турист, який задовольняє свої рекреаційні потреби та характеризується певними рисами, властивостями і станами (фізіологічними, психологічними, екологічними, економічними, соціальними тощо). Відвідувач

— це особа, яка здійснює подорож у будь-яке місце, що знаходиться поза межами звичного середовища перебування, на термін не більше 12 місяців поспіль, без заняття оплачуваною діяльністю з джерел відвідуваної країни з будь-якою метою. Виокремлюють три головні ознаки, які дають змогу об'єднати туристів та екскурсантів у категорію відвідувачів і водночас відрізнити від інших осіб, що подорожують:

1. переміщення за межі звичного середовища перебування;
2. тривалість перебування в місці призначення;
3. мета поїздки [31].

На наш погляд, при характеристиці концептуальних засад та підходів до розвитку міжнародного туризму, важливо розглянути і інші дефініції. Туристичний ринок — сукупність організаційно-економічних відносин з приводу організації та купівлі-продажу туристичних послуг. Цей ринок, як і будь-який інший, пов'язує разом покупців (пред'явників попиту) і продавців (постачальників). Але від звичайних товарних ринків туристичний ринок відрізняється тим, що на ньому товар не просувається від продавців до покупців. Навпаки, покупці самі переміщуються до місця призначення, щоб отримати зарезервовані послуги [31]. Визначення таких понять, як “туристична діяльність”, “суб'єкти туристичної діяльності”, “туристичні оператори”, “туристичні агенти” подаються в Законі України “Про туризм” [22], яким і визначено туристичних операторів та туристичних агентів як суб'єктів туристичної діяльності. Згідно з цим законом: туристичні оператори (далі – туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність.

Туристичними агентами (далі – турагентами) є юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з

реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність [22].

Туристичне підприємство може бути одночасно і туроператором, і турагентом. Наприклад, бюро розробляє маршрути як туроператор і частково самостійно продає їх безпосередньо споживачу, а більшу частину продає турагенту, одночасно як турагент купує тури в іншого бюро (туроператора) і продає їх своїм туристам [36]. У нашому випадку доцільно навести термін «туристичний продукт». Згідно Закону України «Про туризм», туристичний продукт - попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [22].

Розглянувши трактування вищезазначених понять, можна акцентувати увагу на дефініції міжнародного туризму. Так, В.Воскресенський визначав міжнародний туризм як тимчасове переміщення людей з місця свого постійного перебування в іншу країну або місцевість в вільний час з метою отримання насолоди від відпочинку в цій місцевості. В той же час туризм розглядається як найважливіший засіб задоволення людських потреб в різноманітності [75]1].

Ряд авторів вважають, що міжнародний туризм – охоплює поїздки осіб, що подорожують з туристичними цілями за межі країни постійного проживання. Перетин державного кордону для них пов'язаний з певними формальностями: оформленням закордонних паспортів і віз, проходженням митних процедур, валютним і медичним контролем. Доцільно поряд з даним поняттям розглянути поняття внутрішній туризм, який являє собою міграційні потоки людей у межах країни постійного проживання з туристичними цілями, і національний туризм, який включає внутрішній і виїзний туризм і

співвідноситься з категорією (ВНП) [56].

У нашому випадку, огляд концептуальних засад та підходів до розвитку міжнародного туризму доцільно провести із урахуванням основних факторів розвитку міжнародного туризму.

Таблиця 1.2

### Фактори розвитку міжнародного туризму

№	Фактори розвитку міжнародного туризму	Характеристика
1	Політика і право	Зацікавлення держави у розвитку туристичної галузі виявляється в розробці загальної концепції пріоритетного розвитку туризму та у законодавчо-нормативних актах, які стимулюють та регулюють розвиток туризму.
2	Безпека подорожі	Питання безпеки набуває дедалі більшої актуальності в результаті зростання обсягів туризму.
3	Економіка та фінанси	Макроекономічна нестабільність, зростання безробіття та інфляції негативно впливають на розвиток туризму. Прямі іноземні інвестиції та зростання національного доходу стимулюють розвиток міжнародного туризму
4	Культура	Вплив культурної спадщини та культурного середовища стимулює туристичні потоки.
5	Стан транспорту та інфраструктури	Наявність прямої залежності між станом пасажирського транспорту та туризмом: обсяги туристичного обміну зростають із удосконаленням транспортних засобів.
6	Новітні технології	Активне використання досягнень НТП у індустрії гостинності та туризму.
7	Розвиток торгівлі	Активізація торгівлі товарами туристичного попиту у світових туристичних центрах: сувеніри, подарунки.

Джерело: [Складено автором за: 31]

Проаналізувавши вищезазначені концептуальні засади та підходи у туристичній сфері, можна зробити наступний висновок: дослідження міжнародного туризму можливе лише у результаті ретроспективного огляду історії туризму та теоретичних аспектів, зокрема, із урахуванням понять, які прямо та опосередковано пов'язані із туризмом.

### 1.2. Класифікація та основні типи міжнародного туризму

Класифікувати, тобто упорядкувати що-небудь за якою-небудь ознакою, критерієм, є одним з важливих завдань у багатьох видах людської діяльності. Не виключенням є і індустрія туризму, а тому наявність класифікації видів туризму допомагає досконаліше вивчити розвиток туризму, його видозміни й основні тенденції [61]. Так, в умовах сьогодення існує дуже багато класифікацій туризму. Вони відрізняються самими поняттями цього феномену, принципами побудови і, таким чином, дають змогу з більшою точністю визначити місце туристичної галузі серед інших галузей економіки, розрахувати внесок, який може забезпечити туризм у виробництві ВВП, отже, більш цілеспрямовано підходити до створення ефективних систем управління економікою в цілому і туризмом зокрема [75]2].

Безперечно, туризм складне і багатопланове поняття, у зв'язку з чим досить важко виділити форми і види туризму в їх чистому вигляді, саме тому немає в світі єдиної класифікації цих компонентів, і тому багато фахівців використовують різні її види та модифікації. Беручи це до уваги, у літературі існують описи класифікацій туризму, засновані на різних ознаках. Так, наприклад, Кифяк В.Ф. класифікує види туризму за такими ознаками: мета подорожі, часові, територіальні характеристики, індивідуальні запити та фінансові можливості клієнтів [12]. Любіцева О.О. вважає за доцільне розділяти їх на види відносно мети подорожі і на форми, які щодо організаційних заходів класифікуються за масштабністю, видами транспортних засобів мандрівників, способами подолання маршрутів турів, типами маршруту, набором послуг, класом обслуговування, строками подорожі, сезонністю, кількістю учасників [29]. Александрова А.Ю. для класифікації вибрала такі ознаки, як: вид використовуваних природних ресурсів, джерела фінансування, віковий склад учасників подорожі, кількість учасників подорожі, спосіб організації подорожі, спосіб розміщення туристів, вид використовуваних транспортних засобів, дальність поїздки, тривалість подорожі, ритмічність туристських потоків [2].

Існують також класифікації видів і форм туризму в офіційних



нормативно-правових документах. ЮНВТО всі форми туризму поділяє на лікувальний туризм (лікування на курорті); рекреаційний туризм (спорт, відпочинок, розваги); екскурсійний туризм (знайомство з визначними пам'ятками); науковий туризм (участь у конгресах, семінарах); діловий туризм (ділові зустрічі); етнічний туризм (побачення з родичами). Ця організація, що очолює світовий туристський рух, також рекомендує, залежно до головної мети, підрозділяти поїздки на такі групи: дозвілля, рекреація і відпочинок; відвідини знайомих і родичів; ділові і професійні цілі; лікування; релігія, паломництво; тощо [61]. Таким чином, беручи до уваги викладене, зазначимо, що комплексність туристичних послуг розкривається через їхню класифікацію. Існує кілька класифікаційних підходів, що ґрунтуються на різних групувальних ознаках, а тому з метою класифікації сучасного туризму необхідно встановити його найістотніші класифікаційні ознаки. Доцільна класифікація за географічною ознакою, напрямом туристичного потоку, метою поїздки, способом пересування, засобам розміщення туристів, кількістю учасників, організаційно-правовими формами і т. п [55]. Пропонується 9 основних класифікацій, в межах яких виділяються категорії туризму.

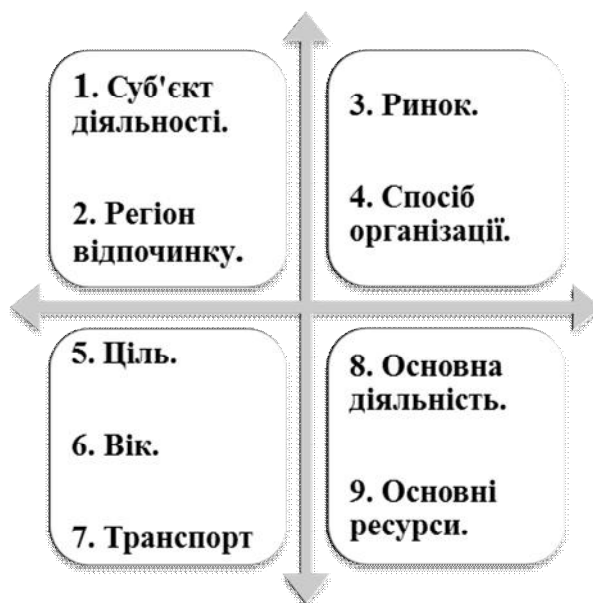


Рис. 1.1. Основні класифікації туризму

Джерело: [Побудовано автором за: 26]

Загалом, для практичної діяльності в туризмі важливого значення має його класифікація, сутність якої полягає у виділенні окремих видів туризму за самими різними напрямками. Міжнародний туризм визначається як важливий напрямок міжнародного співробітництва в конкретній діяльності на основі поваги національної культури та історії кожного народу та основних інтересів кожної держави. Крім того, міжнародним туризмом називають сферу розвитку взаєморозуміння між народами та ознайомлення з досягненнями інших країн в різних сферах [19].

Інша особливість міжнародного туризму має економічний характер і розкривається через вплив, який міжнародний туризм чинить на платіжний баланс країни. Іноземні туристи, оплачуючи товари і послуги, забезпечують надходження валюти в бюджет країни, яка їх приймає, і тим самим активізують її платіжний баланс. Навпаки, виїзд туристів пов'язаний із відпливом національної грошової одиниці з країни їхнього постійного місця проживання. Міжнародні платежі, пов'язані з такого роду туристськими операціями, фіксуються в пасиві платіжного балансу країни — постачальника туристів.

Ряд науковців у міжнародному туризмі залежно від напрямку туристського потоку виокремлює дві форми — в'їзний і виїзний. Одного і того ж туриста можна класифікувати і як в'їзного, і як виїзного залежно від того, відносно якої країни описується його переміщення. Розрізняють країну походження туриста, тобто ту, яку він залишає, і країну призначення — до якої прибуває. У першому випадку йдеться про виїзний, у другому — про в'їзний туризм. Ці терміни вживаються стосовно закордонної подорожі на початку поїздки. На зворотному шляху турист просто повертається додому [60].

Туризм можна поділити на такі форми як активний і пасивний за економічними ознаками, а саме в залежності від впливу туризму на бюджет країни і її регіонів [28]. Розподіл на активний і пасивний із урахуванням особливостей відображення фінансових результатів туристичної діяльності в платіжному балансі властивий тільки для міжнародного туризму і не поширюється на внутрішній туризм.

Отже, сформуємо основні дефініції активного та пасивного міжнародного туризму. Приїзд іноземних туристів в країну, в який-небудь регіон країни являється активним туризмом. Він служить фактором ввозу грошей (валюти) в дану країну чи регіон. Виїзд громадян даної країни чи регіону в інші держави являється пасивним туризмом. Він пов'язаний з вивозом грошей (валюти) з даної країни чи регіону. Неможливо залишити поза увагою той факт, що вказані форми туризму знаходять відображення в поділі туристичних зовнішньоторгових операцій на імпорتنі й експортні. Туристичний імпорт - це ввіз в країну вражень, які супроводжуються одночасним вивозом туристом грошей з даної країни. Це пасивний туризм. Туристичний експорт - це вивіз із країни туристичних вражень, які супроводжуються одночасним ввозом туристом грошей в дану країну. Це активний туризм. Коли платежі за надання туристичних послуг, тобто грошові потоки, ідуть в дану країну - це означає експорт туризму, тобто активний туризм. Іноземний турист, приїжджаючи в дану країну, тратить гроші на задоволення своїх туристичних потреб, які йому надає приймаюча сторона, і гроші туриста осідають на її території. Одночасно це означає імпорт туризму для тої країни, з якої турист вивозить гроші. Таким чином, беручи до уваги викладене, пропонуємо наступну класифікацію міжнародного туризму.

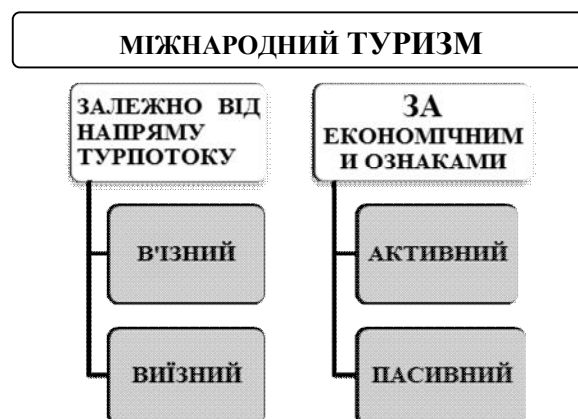


Рис. 1.2. Форми міжнародного туризму

Джерело: [Побудовано автором за: 18]

Аналіз наукової літератури показав, що види міжнародного туризму

класифікуються в залежності від мети поїздки, термінів, засобів пересування і розміщення, вартості поїздки, вікового складу, сезону та інших ознак. В залежності від цих критеріїв туризм поділяється на декілька видів. Дану класифікацію наведено в таблиці.



Рис. 1.3. Види туризму за класифікаційними ознаками

Джерело: [Побудовано автором за: 18]

Отже, за метою поїздки туризм поділяється на:

- рекреаційний;
- пізнавальний;
- науковий;

— діловий.

Рекреаційний туризм - це туризм з метою відпочинку, оздоровлення і лікування. Пізнавальний або культурний туризм - це подорож з метою ознайомлення з історико-культурними цінностями й унікальними природними об'єктами. Науковий туризм - це знайомство з досягненнями науки й техніки, промисловості, сільського господарства, участь в конгресах, симпозіумах, наукових семінарах і т.п. Діловий туризм - поїздки з метою встановлення ділових контактів, проведення ділових переговорів.

За методом проведення туризм поділяється на:

- організований;
- неорганізований.

Подорож одного туриста чи групи туристів за точним маршрутом і регламентом, встановленим туристичним господарським суб'єктом, називається організованим туризмом. Організовані туристи пов'язані з господарським суб'єктом взаємними обов'язками, забезпечуються комплексом туристичних послуг за раніше придбаною путівкою на певний період. Подорож окремого туриста чи групи туристів, не пов'язаних ніякими взаємними обов'язками з туристичною фірмою, називається самодіяльним (неорганізованим) туризмом. Подорож туристом організовується самостійно.

За чисельністю розрізняють:

- ✓ індивідуальний туризм;
- ✓ груповий туризм.

Подорож одної людини за своїм планом називається індивідуальним туризмом, а подорож групи людей (в тому числі сім'ї) за власним планом називається груповим туризмом [19].

За тривалістю подорожі виділяють:

- ✓ короткотривалий;
- ✓ довготривалий туризм.

Короткотривалий - це такий туризм, коли тривалість подорожі не перевищує 3-х діб. Довготривалий - це туризм, термін подорожі при якому

більше 3-х діб.

В залежності від віку туристів, розрізняють:

- дитячий;
- молодіжний;
- зрілий туризм.

В залежності від засобів пересування розрізняють туризм з використанням особистого і громадського транспорту, що належить тур фірмі або орендується нею. Виходячи з цього, туризм поділяється на такі види:

- ✓ автотуризм;
- ✓ караванний круїз;
- ✓ морський і річний круїз та ін.

За методом розміщення туризм ділиться на:

- стаціонарний;
- рухомий.

Стаціонарний туризм пов'язаний з постійним місцем розміщення туриста на весь період путівки. Рухомий туризм - це туризм, пов'язаний з подорожуванням (круїзи, тури і т.д.).

За інтенсивністю туристичних путівок розрізняють:

- ✓ туризм постійний;
- ✓ туризм сезонний.

Постійний туризм - це круглорічне і більш-менш рівномірне відвідання туристичних місць (міст, курортів і т.п.). Сезонний туризм пов'язаний з відвіданням туристичних місць тільки в певну пору року.

Слід зауважити, що в останні роки в практиці міжнародного туризму швидкими темпами розвиваються нові види туризму:

- ✓ парадорес;
- ✓ таймшер;
- ✓ сільський туризм і т.д [28].

Система відпочинку таймшер (кондомініум) виникла у Франції та детально розроблена в США. Time share (поділений час) - це придбання

готельного номера, вілли, котеджу у власність на певний час (наприклад, один-два тижні протягом року по черзі з іншими власниками). Нині ця система популярна в світі. За її умовами приймають гостей понад 3 тис. курортів у 80 країнах світу. Право на володіння можна передавати чи обмінюватися ним. Існують спеціальні біржі, де можна обміняти, скажімо, свій готельний номер на європейському курорті на такий в одній із країн Азії.

Також виділяємо клубний туризм як відпочинок людей, яких поєднують спільні заняття, інтереси й захоплення. Місцем організації такого відпочинку, як правило, є туристичні містечка або круїзні судна. Спільним заняттям може бути просто активний відпочинок, бо передбачає обслуговування за принципом «all inclusive» (все включено) [55]. Парадорес - найбільш оригінальна і цікава готельна мережа в Іспанії. Вона включає в себе 91 парадор, які, як правило, пропонують ті ж послуги, що і сучасні готелі, але найчастіше розташовані у замках, палацах і монастирях останні з яких володіють історичною та архітектурною цінністю [49].

Отже, як бачимо, зі зростанням вимог до обсягу та якості туристичних послуг, з появою нових видів і форм туристичної діяльності змінюється і класифікація туризму [60]. Тобто, класифікація туризму має велике наукове і практичне значення. Вона, постійно перебуваючи в процесі удосконалення, дозволяє впорядкувати знання і глибше пізнати сутність світового туристичного обміну [14].

### **1.3. Основні концепції розвитку міжнародного туризму**

Без перебільшень можна стверджувати, що туризм сьогодні є не тільки практикою суспільного життя, а й чинником, що впливає на світовий розвиток. Нескінчений «туристичний вир» охопив нині усі країни і континенти світу. З певними застереженнями, але вже сьогодні можна сміливо вести мову про народження «подорожуючої цивілізації» [20]. А тому, враховуючи вищезазначені тенденції сьогодення, важливо проаналізувати основні концепції

розвитку міжнародного туризму.

Загалом аналіз наукової літератури показав, що є ряд підходів до аналізу розвитку міжнародного туризму. Це дає змогу виділити наступні основні концепції розвитку міжнародного туризму.

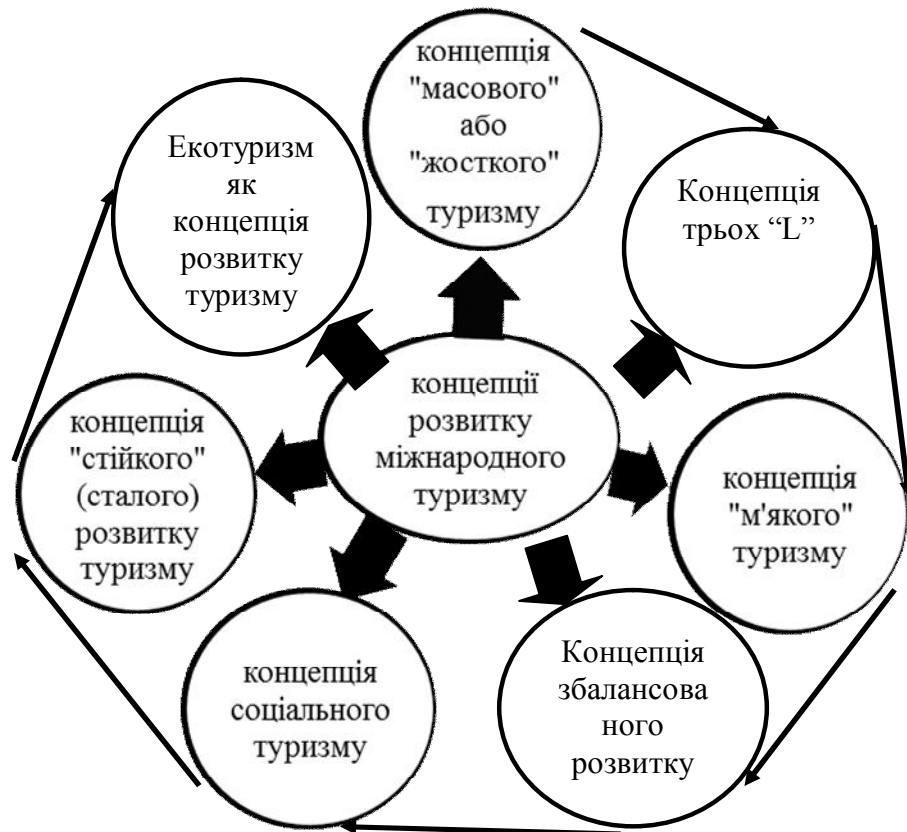


Рис. 1.4. Основні концепції розвитку міжнародного туризму

Джерело: [Побудовано автором за: 55;17;12;11;3;50]

Друга половина ХХ століття відома багатьом фахівцям як період масового туризму. Щоправда, масовість була характерна і для міжвоєнного періоду. Інша справа, що з 1950-х років величезними темпами розгортається ринок туристичних послуг. У 60-х роках ХХ століття, із досягненням західним суспільством високого рівня життя, почали культивуватися гедоністичні настанови, що сприяли формуванню «суспільства масового споживання» [20].

Поняття «масовий туризм» запроваджене і вживається як альтернатива аристократичному туризму ХІХ ст., окремим дорогим видам туризму, орієнтованим на обрану публіку, і туризму в країнах, що розвиваються, де його



розвиток обмежений через низький рівень життя населення. Масовий туризм варто відрізнити від популярного. Останній є туристичною діяльністю, що набула широкого визнання в суспільстві завдяки своїй привабливості й доступності. Означення «масовий» у складі терміну характеризує кількісний бік поняття, а слово «популярний» — якісний [60].

У період популярності масового туризму, пляжний відпочинок перетворюється на одну найпоширеніших форм проведення відпусток; культивування так званих «трьох S»: Sea – Sun – Sand (море – сонце – пляж) – стане визначальною туристичною практикою для мільйонів людей.

З поступовим утвердженням постіндустріальної парадигми розвитку, праця як одна з найважливіших соціальних ознак, стала поступатися дозвіллю. За підрахунками західних дослідників, на зламі 80-90-х років ХХ століття подорожі у розвинутих суспільствах займали близько 40% вільного часу. З 1980-х років формується диференційована парадигма потреб і мотивації туристів. Відповідно зростає різноманітність послуг і спеціалізація пропозиції. Усталені «три S» поступово витісняються «трьома L»: Lore – Landscape – Leisure (національні традиції – пейзаж – дозвілля). Відпустка вдалині від дому перетворюється у зазначений час на неодмінну соціальну норму [20]. У результаті, подорожі у сільську місцевість досягають піку популярності [24]. Туризм екстраполюється у світові глобальні процеси у якості потужного чинника розвитку [20].

Однак окрім позитивних наслідків туристична діяльність продукує й негативний досвід. Побічними продуктами масового туризму стали культурний і екологічний резонанс. В результаті вищезазначеного відбулося обговорення на міжнародному рівні відповідної альтернативи - так званого «м'якого» туризму, запропонованого на розгляд ЮНЕСКО у 1982 р., Міжнародною Академією по вивченню туризму у 1989 р. і Всесвітньою Туристичною Організацією у 1980, 1985 і 1989 рр. [12].

Найбільш ранньою концепцією екологічно безпечного туризму є німецька концепція «м'якого туризму» (Sanfter Tourismus). Концепція одержала

визначене поширення в сфері туристичного бізнесу в середині ХХ в. У пріоритети «м'якого» туризму входить не тільки успішний бізнес, але й дбайливе ставлення до природи, самобутньої культури і традицій місцевого населення, а також, за концепцією, центральною ідеєю «м'якого» туризму є гуманізація традиційного туризму [28].

Відповідно до визначення Й. Кріпендорфа, головна мета нової політики туризму, спочатку названої даним автором тихим, чи спокійним туризмом, полягає в тому, щоб «забезпечувати фізичний і духовний відпочинок якнайбільшій кількості осіб в безпосередньому контакті з ландшафтом у довгостроковій перспективі, а також відповідати і враховувати потреби та інтереси місцевих мешканців». У визначенні, запропонованому П. Хаслахером (P. Hasslacher), названі чотири «стратегічні» компоненти, наявність і взаємодія яких характеризує м'який туризм:

1. нетехнологічний туризм;
2. самостійний регіональний розвиток;
3. соціальна відповідальність;
4. культурна відповідальність.

Схоже за структурою, але інше за змістом визначення запропонував К.-Х. Рохлітц (К.-Н. Rochlitz). Відповідно, м'який туризм являє собою систему, що складається також з чотирьох взаємодіючих елементів:

- 1) оптимальний відпочинок відвідувачів;
- 2) «інтактний» ландшафт, тобто такий, з яким відвідувачі стикаються безпосередньо;
- 3) інтактне місцеве соціокультурне середовище;
- 4) прибуток від туристичної діяльності.

Саме визначення формулюється так: «М'який туризм - це кількісно помірний туризм, який завдяки дистанційній інтеграції створює для місцевих жителів економічні вигоди і забезпечує взаєморозуміння між туристами та місцевими жителями, а також не завдає шкоди ні ландшафту, ні місцевому соціокультурному середовищі». Автор вказує на такий характер взаємодії

елементів у системі «м'який туризм», який забезпечується значною мірою за рахунок спрямування частини прибутку на усунення до деякої міри неминучого порушення природного ландшафту [19].

Окрім того, істотне доповнення до концепцій «м'якого» туризму зробив Дитер Крамер. На його думку, гуманізація туризму, реформування і перетворення «жорсткого» туризму в «м'який» більш продуктивні не на індивідуальному рівні, тобто не через зміну індивідуального поведіння туристів чи конкретних політиків і керівників туристичного бізнесу, а через цілеспрямований вплив громадських організацій на політику великих турфірм [28].

Варто відмітити, що з охарактеризованих вище чотирьох німецькомовних визначень «м'якого туризму» і більш суворіших новітніх термінологічних позначень цього напрямку в туризмі, який отримав поширення і визнання в німецькомовних країнах в останні роки, «Umwelt und sozialvertraeglicher Tourismus», що можна перекласти з німецької як «екологічно та соціально відповідальний туризм», у багатьох відношеннях подібні визначення екотуризму, існують в англійській літературі [19]. Отже, вчені розробили та почали втілювати у життя концепцію «м'якого» туризму, протиставляючи її туризму «жорсткому», що приносить спочатку колосальні прибутки, а потім підриває і саму основу свого існування.

Наведемо характерні риси «м'якого» і «жорсткого» туризму [75]2]:

Таблиця 1.3

### Характерні риси «м'якого» і «жорсткого» туризму

«Жорсткий» туризм	«М'який» туризм
Масовість	Індивідуальні й сімейні тури, подорожі в колі друзів
Короткотермінові подорожі	Довготермінові подорожі
Швидкі засоби пересування	Повільні й середньо швидкісні засоби пересування
Заздалегідь узгоджена програма	Спонтанні рішення
Імпорт стилю життя	Стиль життя за зразком країни перебування
«Видатні місця»	«Враження»
Комфорт і пасивність	Активність і різноманітність
Попередня інформаційна підготовка до	Країна – мета подорожі вивчається заздалегідь

подорожі невелика	
Турист не володіє мовою країни і не намагається її пізнати	Мова країни вивчається заздалегідь, хоч би й на елементарному рівні
Турист приїжджає в країну з відчуттям господаря, якого обслуговують	Мандрівник пізнає нову культуру
Покупки утилітарні чи стандартні	Покупки – це пам’ятні подарунки
Після поїздки залишаються тільки стандартні сувеніри	Після поїздки залишаються нові знання, емоції і згадки
Турист купує листівки з видами	Мандрівник малює чи фотографує сам
Допитливість	Тактичність
Гучність	Спокійна тональність

Джерело: [Побудовано автором за: 15]

Таким чином, беручи до уваги викладене, логічним продовженням вирішення негативних змін природного середовища, виступає розробка принципів концепції збалансованого розвитку туризму. За визначенням конференції ООН з довкілля і розвитку, яка відбулася 1992 р. у Ріо-де-Жанейро, під збалансованим розвитком туризму розуміють такий суспільно-економічний розвиток, який задовольняє потреби жителів Землі та водночас забезпечує можливість реалізації потреб майбутніх поколінь [49]. Отже, передумовою збалансованого розвитку туризму є такий економічний, суспільний і культурний розвиток, який забезпечить людям можливість існування у злагоді з природним середовищем. На конференції були ухвалені два історичні документи: “Декларація у справі природного середовища і розвитку” і “Глобальна програма дій - Порядок денний 21” (Агенда-21).

Пристосування туристичної галузі до принципів збалансованого розвитку дає можливість зберегти природні цінності, які становлять світову спадщину, для їх подальшого використання. Основною умовою збалансованого туризму є прагнення до досягнення рівноваги між потребами природного середовища, потребами суспільства та потребами місцевих спільнот. Раціональний розвиток туризму, який враховує природні, суспільні, культурні, економічні особливості, є важливим не тільки у регіонах, де туризм є головною складовою наповнення бюджету, а й у регіонах, які мають природно-атракційні місця та характеризуються незабрудненою екологією. Його реалізація полягає у

впровадженні таких форм туризму та туристичної інфраструктури, які будуть відображати дбайливе ставлення до сучасного та майбутнього стану природного середовища, а також будуть враховувати економічний розвиток місцевих спільнот і збереження культурної їх самобутності [75]1].

Розглянемо наступну концепцію розвитку міжнародного туризму – соціальну. В 1982 році Всесвітня нарада по туризму (Акапулько, Мексика) констатувала народження нової концепції по туризму, в основу якої покладені складові соціального, економічного і культурного розвитку кожної країни. Тут вперше розглянуто відповідальність держав за розвиток соціального туризму в інтересах малозабезпечених громадян, екологічне навчання і виховання дітей і молоді. В рекомендаціях наради туризм характеризується як фактор позитивного впливу на фізичне і фізіологічне здоров'я людей, соціальну рівновагу, підвищення працездатності колективів, власного і суспільного благополуччя, як потенційне джерело створення нових робочих місць. Міжпарламентська конференція по туризму (Гаага, 1989 р.), визначаючи місце туризму в економічному і соціальному розвитку суспільства, відзначила таку потужну дію змін на економіку, навколишнє середовище і людей, такі масштаби, що навіть вжила термін «туристична революція». Окрім того, концепція «До гуманного і соціального розвитку туризму» визначила роль основних учасників процесу соціального туризму, проблеми і перспективи, які чекають за порогом другого тисячоліття, відкрила великі можливості для розвитку внутрішнього туризму [51].

Отже, «соціальний туризм» - це подорожі, субсидовані із засобів, які виділяє держава на соціальні потреби. Метою соціального туризму є не отримання прибутку, а підтримка людей з низьким рівнем доходу для реалізації їхнього права на відпочинок. Розглянувши визначення поняття «соціальний туризм», можна акцентувати увагу на принципах. Так, концепція соціального туризму побудована за трьома принципами:

1. забезпечення відпочинку всіх і кожного члена суспільства шляхом широкого залучення до сфери туризму людей з низьким рівнем доходів;

2. субсидування туризму для малозабезпечених;
3. активна участь центральних урядових, муніципальних, суспільних і комерційних структур в його розвитку.

Ця концепція була реалізована на практиці в Швейцарії і Франції завдяки системі відпускних чеків. Головним її елементом є чек - платіжно-розрахунковий засіб, що вводиться в обіг для надання адресної допомоги туристам і забезпечення доступності відпочинку всім верствам населення. У колишньому СРСР цей вид туризму також був популярний, на його частку приходилося майже 80 % внутрішнього туризму і 50 % міжнародного. Держава направляла величезні кошти на зміцнення матеріально-технічної бази туризму. У даний час відсутність бюджетних засобів на дотації в соціальний туризм України призвело до відчуження більшої маси населення, особливо слабо захищених прошарків від подорожей [55].

Розглянемо особливості концепції «стійкого» (сталого) розвитку. Зростання значимості туризму та загострення проблем, пов'язаних з його розвитком, змушують говорити про необхідність змін та пошуку нових векторів розвитку. Це стало причиною формування поняття «стійкий туризм» внаслідок численних спроб адаптації головних положень і принципів глобальної концепції сталого розвитку [64], яку світова спільнота прийняла на початку 1990-х років та яка стала однією з основних у різних секторах господарства [31], до контексту туризму. Слід зазначити, що перша спроба визначення сталого туризму була зроблена ще у 1988 році Світовою Туристичною Організацією (далі в тексті – СТО) [64]. Згідно з ВТО, стійкий туризм – це «такий напрям розвитку туризму, що дозволяє задовольняти потреби туристів зараз, з огляду на інтереси приймаючого регіону, дозволяє зберегти цю можливість у майбутньому. При цьому передбачається керування всіма ресурсами таким чином, щоб економічні, соціальні та естетичні потреби задовольнялися з підтримкою культурної й екологічної цілісності, без нанесення шкоди біологічній розмаїтості і системам життєзабезпечення» [28].

Для характеристики концепції «стійкого» розвитку туризму наведемо

головні характеристики сталого розвитку:

- ✓ прями́й зв'язок з навколишнім середовищем (людська діяльність та використання ресурсів не можуть перевищувати можливості екосистеми);
- ✓ передбачення майбутніх потреб (ми маємо моральний обов'язок зберегти для майбутніх поколінь можливість забезпечити власні потреби з ресурсів навколишнього середовища, яке має наше покоління);
- ✓ збереження та покращення якості життя (якість життя означає не лише матеріальний, але й соціальний, моральний, духовний аспекти, тому якість має включати всі ці аспекти);
- ✓ рівні можливості (всі адміністративні одиниці та соціальні групи в країні повинні мати рівні права, можливості та обов'язки);
- ✓ принцип обережності (якщо існує сумнів з приводу екологічного впливу якихось дій чи проектів із розвитку, то вибір, в першу чергу, має бути на користь захисту довкілля);
- ✓ потреба співвідносити всі дії з впливом на довкілля. Кожен з вищенаведених секторів має робити внесок до справжньої «культури сталого розвитку».

Значно поштовхнулися зусилля з розроблення принципів сталого туризму після прийняття “Глобальної Програми дій - Порядку денного-21”. Важливим кроком стало розроблення у 1996 році СТО, Світовою радою з подорожей і туризму та Радою планети Земля власного “Порядку денного на XXI століття у сфері подорожей та індустрії туризму”. Крім цього, протягом 1990-х років була ухвалена ще низка міжнародних документів. Зокрема, Міжнародна конференція з туризму, яка відбулася у Лансеро (Канарські острови) в 1995 році, ухвалила “Хартію зі сталого туризму”. У квітні 1999 року рішенням Генеральної Асамблеї та Комісії зі сталого розвитку ООН була ухвалена “Міжнародна програма зі сталого розвитку туризму”. У цьому ж році у Сантьяго (Чилі) був ухвалений “Глобальний етичний кодекс туризму”. Все це досить розлогі документи, які так чи інакше розкривають екологічну, економічну та соціальну складову сталого розвитку туризму.

Принципи стійкості у туризмі, сформульовані UNWTO і Всесвітньою Радою з подорожей і туризму, і передбачають:

- невиснажливе використання природного і культурного потенціалу на основі програмно-цільового підходу до розвитку туризму;
- перехід підприємств туризму на ресурсозберігаючі технології, скорочення виробничих відходів;
- залучення населення до процесу прийняття рішень щодо розвитку туризму (у формі консультацій);
- партнерство у взаємовідносинах громадського та приватного секторів;
- сприяння туризму соціально-економічному розвитку окремих територій держав.

Принципи стійкого розвитку в практиці туристичної діяльності поширюються під впливом споживчого попиту [60]. Очевидно, що зараз, по своїй суті, більшість видів туризму не відповідає критеріям сталого розвитку, і необхідний перехід на нові принципи.

Таким чином, сталий розвиток - це розвиток, спрямований на задоволення потреб сучасності та здатність задовольнити потреби суспільства у майбутньому.

Переходячи до наступної концепції «екологічного розвитку» туризму, доцільно розмежовувати поняття екологічного та сталого туризму. Терміном екологічний туризм, або екотуризм, позначають лише один із сегментів туристичної сфери діяльності, тоді як принципи сталості розвитку мають бути дієвими для різних видів туристичної діяльності, включаючи як альтернативні, так і традиційні. Екотуризмом прийнято вважати туризм, що оснований на природних і археологічних ресурсах (наприклад, мальовничі ландшафти).

Екологічний туризм розпочав свій розвиток ще у 70-х роках минулого століття. Термін "екотуризм" (ecotourism) був запропонований мексиканським економістом Гектором Цебаллос-Ласкурейном у 1983 р. У той період існувало більше 30 понять і термінів, що характеризують екотуризм як явище. Найпоширенішими із них є "природний туризм", "агротуризм" [75]2]. У



світовій науці та практиці термін "екологічний туризм" вживається досить широко. На переконання Я.Мариняка екотуризмом є вид туризму, що ґрунтується на туристичному попиті, тісно пов'язаний із туристичними потребами у пізнанні природи шляхом внесення вкладу у збереженні екосистем при повазі інтересів місцевого населення, що переломлюється через акуратне ставлення до довкілля, а також поваги, підтримки постійної вигоди для місцевих громад [31]. Як зазначив В.Смаль, екологічний туризм це – вид активного відпочинку у межах недоторканих і природоохоронних територій, де поряд із науково-пізнавальними, культурно-виховними і спортивно-оздоровчими функціями, акцентується увага на зв'язках між природним та соціальним середовищем, на наслідках антропогенного тиску, набуваються навички гармонійних стосунків між людиною та природою, формується ресурсозберігаючий стереотип поведінки на рівні особистості [64].

Окрім вищеподаних трактувань поняття «екотуризм», туристичні організації подають власні дефініції. З одного боку, у Квебеку в травні 2002 р. на Всесвітньому екотуристському саміті прийнято декларацію, яка містить рекомендації щодо розвитку цього виду туризму в різних країнах світу. На цьому форумі досягнуто домовленості відносно тлумачення поняття екотуризм: екологічний туризм, у контексті його стійкого розвитку, передбачає раціональне використання та відтворення природних ресурсів, збереження навколишнього середовища [31]. З іншого боку, експерти WTO використовують поняття «туризм, орієнтований на природні туристські ресурси», або «природний туризм» (nature based tourism), куди відносять і екотуризм, оскільки стан із змістовним наповненням терміну «екологічний туризм» ускладнюється використанням великої кількості споріднених та схожих за змістом термінів: «природний туризм», «м'який туризм», «зелений туризм», «відповідальний туризм» [75]].

Варто також зауважити, що екотуризм у регіонах світу трактують по-різному. Розрізняють дві його моделі: західноєвропейську й австралійську [62].

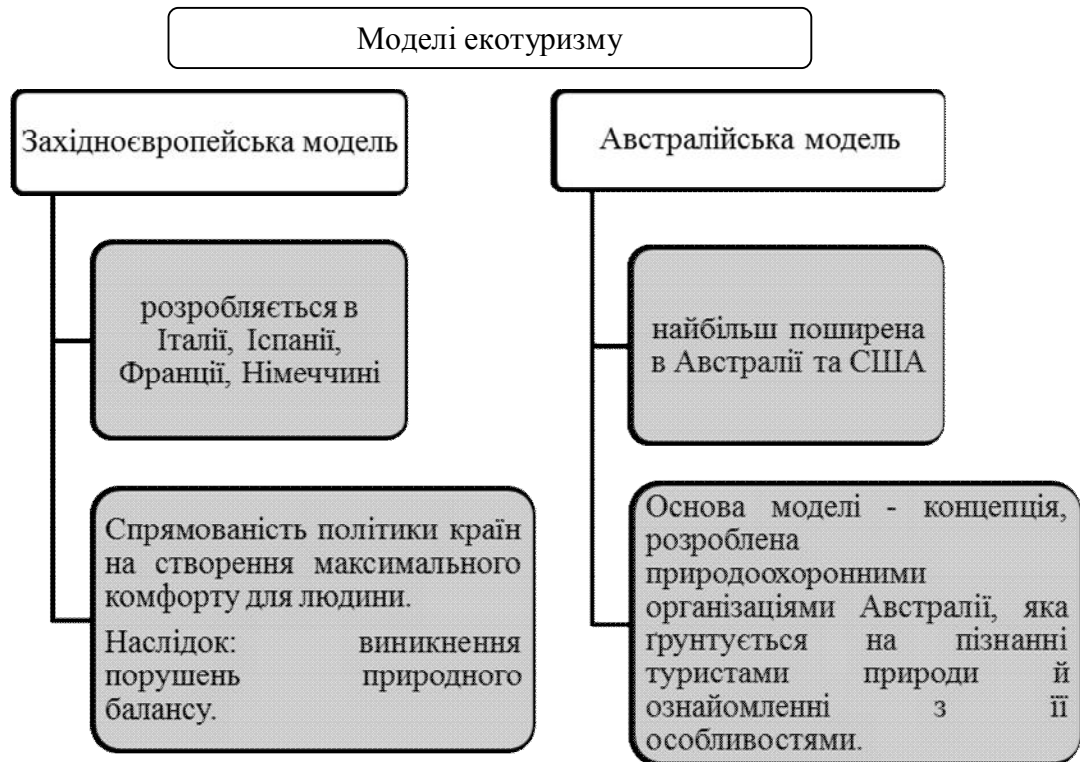


Рис. 1.5. Моделі екотуризму

Джерело: [Побудовано автором за: 62]

Аналіз даної концепції потрібно проводити також із врахуванням основних компонентів та функцій, принципів та завдань екотуризму. Так, А.Бабкін у книзі «Специальные виды туризма» виділив три основних компоненти екотуризму:

1. «пізнання природи»;
2. «збереження екосистем»;
3. «повага до інтересів місцевих жителів» [50].

Паралельно перейдемо до розгляду основних функцій екотуризму:

1. Природоохоронна – запобігання деградації природоохоронних комплексів національних природних парків;
2. Економічна – розвиток виробничої інфраструктури, наповнення місцевого бюджету;
3. Соціальна – задоволення потреб туристів різноманітними видами відпочинку [31].

При відсутності хоча б однієї з цих складових екотуризм неможливий у

принципі. Наступним кроком є огляд основних конкретно-наукових принципів екологічного туризму:

- екологічний - визначення та гармонізація основних зв'язків в екотуристській системі;
- екостабілізуючий - недопущення та мінімізація шкоди, завданої природному середовищу, що не порушує екологічної стійкості середовища;
- інтелектуально-освітній - спрямованість на масову екологічну освіту та виховання;
- соціально-етичний - орієнтація па формування екокультури та екоетики спілкування з природним середовищем;
- етноекотологічний - повага до інтересів місцевих мешканців.

Завершуючим етапом при аналізі концепції «екотуризму» виступає наведення наступного переліку основних завдань урбокомпенсаційного екологічного туризму:

- ✓ постійно, систематично і цілеспрямовано культивувати критерій рівноваги навколишнього природного середовища;
- ✓ гармонізувати відносини між природою, суспільством і економікою.

Отже, за результатами аналізу, можна зробити висновок: основна ідея екологічного туризму - це, насамперед, турбота про навколишнє природне середовище, що використовується у туристичних цілях. Таким чином, з цих позицій екологічний туризм можна вважати концепцією сталого життєздатного розвитку туристичної індустрії у XXI сторіччі [75]].

Отже, проаналізувавши вищенаведені теоретичні дані, можна зробити висновок, що доволі важко провести чіткі межі між кожною з концепцій розвитку міжнародного туризму. Зокрема, це стосується концепції «стійкого» розвитку туризму та концепції «екотуризму», оскільки екотуризм ґрунтується на принципах сталого розвитку. Із врахуванням вищенаведеного твердження, особлива увага акцентована на двох останніх концепціях, оскільки саме їх використано як основу для розробки регіональної концепції «Невідома

Україна» на прикладі Івано-Франківської області. Кожна із концепцій міжнародного туризму, і «стійкого» розвитку, і «екотуризму», спрямована на розвиток туризму, який би здійснювався із одночасним задоволенням економічних, соціальних, естетичних, культурних та духовних потреб туриста на основі раціонального поєднання і використання культурних і природних ресурсів. Тому, опираючись на дане основне функціональне призначення концепцій, пропонується розробка концепції «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області, кінцевою метою якої є розвиток міжнародного туризму на основі поєднання компонентів, які знаходяться у прямій залежності один від одного. Взаємозалежність та взаємозв'язок основних її складових наведемо у схематичному вигляді (див. рис.1.6).



Рис. 1.6.Складові компоненти регіональної концепції «Невідома Україна»  
Джерело: [Побудовано автором за: 17]

Отже, розглянувши основні концепції розвитку міжнародного туризму, можна зробити висновок про доцільність їх використання для побудови нових моделей з метою подальшого розвитку туризму у світі.

## Висновки до розділу 1

Проаналізувавши теоретичні аспекти організації міжнародного туризму в зовнішньоекономічній діяльності країни, зокрема, розглянувши концептуальні

засади та підходи до розвитку міжнародного туризму, його класифікацію та основні типи, та основні концепції розвитку міжнародного туризму, можна зробити наступні висновки. У сучасній науковій літературі немає конкретизованих історичних розмежувань основних концепцій розвитку міжнародного туризму, а складність процесу їх дедукції спричинена значною взаємодією та взаємозалежністю між ними. З цією метою, кожна з концепцій наводиться у хронологічній послідовності. Деталізована характеристика кожної з концепцій ґрунтується на основі теоретичних аспектів туризму. Необхідно відзначити, що реалізація будь-якої з концепцій неможлива без оперування основними поняттями, які прямо та опосередковано пов'язані з нею. У даному аналізі бралися до уваги наступні поняття: туризм, в'їзний та виїзний туризм, міжнародні туристичні грошові надходження та витрати, туристичний ринок, міжнародний туризм. Останній термін відіграє важливу роль, оскільки тема даного дослідження стосується саме розвитку міжнародного туризму, а тому доцільно розглянути його класифікацію, яка є диверсифікованою: в'їзний-виїзний туризм за напрямом тур потоку, та активний-пасивний за економічними ознаками. Враховуючи вищезазначене, а також аналіз історичних даних туризму, вважаю за доцільне навести основні концепції розвитку міжнародного туризму у поетапній послідовності: концепція «масового» або «жорсткого» туризму; концепція трьох «L»; концепція «м'якого» туризму; концепція збалансованого розвитку; концепція «соціального» туризму; концепція «стійкого» розвитку туризму; концепція «екологічного» туризму. Проте, найбільшу увагу акцентовано на двох останніх концепціях внаслідок використання їх як основи для розробки регіональної концепції «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області.

## РОЗДІЛ 2

### ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ЄВРОПІ

#### 2.1. Поточний стан міжнародного туризму в Європі

Міжнародний туризм у світі вкрай нерівномірний, що пояснюється в першу чергу різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів. Найбільшого розвитку міжнародний туризм набув у західноєвропейських країнах. На цей регіон припадає більше 70% світового туристичного ринку і близько 60% валютних надходжень. Приблизно 20% припадає на Америку, менше 10% - на Азію, Африку і Австралію, разом взяті [9].

На початку XXI ст. туризм став одним із провідних напрямків соціально-культурного життя більшості країн і регіонів світу, а туристична індустрія – невід’ємним елементом споживчих моделей і соціального життя значної частини населення [75]4]. Міжнародний туризм має найвищу питому вагу у структурі міжнародної сфери послуг як за прибутками, так і за кількістю зайнятих осіб. На туризм припадає 35% світової торгівлі послугами, а в найменш розвинутих країнах він створює до 5 % валового продукту, а в країнах третього світу - до 30% [22].

Світовий туризм характеризується високим ступенем концентрації у відносно невеликих за площею регіонах.

Згідно класифікації WTO всі країни, задіяні в сфері міжнародного туризму представлені п’ятьма регіонами:

1. Африка, що включає п’ять субрегіонів (Північна Африка, Західна Африка, Центральна Африка, Східна Африка та Південна Африка);
2. Америка, що включає 4 субрегіони (Північна Америка, Карибські острови, Центральна Америка та Південна Америка);
3. Азія і Тихий океан, що включає 4 субрегіони (Північно-Східна Азія, Південно-Західна Азія, Південна Азія та Океанія);

4. Європа, що включає 5 субрегіонів (Північна Європа, Західна Європа, Центральна та Східна Європа, Південна Європа та Східна Середземноморська Європа);
5. Середній Схід.

Також існує необхідність виділення в рамках регіонів території меншої площі – субрегіонів [31]. При аналізі ринку міжнародних туристичних послуг детальніше охарактеризуємо поточний стан міжнародного туризму в Європі.

У Європі виділяють 5 субрегіонів:

1. Західна Європа (Австрія, Бельгія, Франція, Голландія, Ліхтенштейн, Люксембург, Монако, Німеччина, Швейцарія).
2. Північна Європа (Данія, Фінляндія, британські острови каналу Ла-Манш, Ісландія, Норвегія, Свальбард (Шпицберген та ін., острови архіпелагу Норвегія), Швеція, Великобританія, о. Ман (Великобританія), Овечі острови (Данія).
3. Центрально-східна Європа (Болгарія, Чехія, Польща, Словаччина, Румунія, Угорщина, Білорусь, Естонія, Литва, Латвія, Молдова, Росія, Україна).
4. Південна Європа (Албанія, Андора, Гібралтар, Греція, Іспанія, Мальта, Португалія, Сан-Маріно, Югославія, Чорногорія, Словенія, Боснія і Герцеговина).
5. Східно-середземноморська Європа (Кіпр, Ізраїль, Туреччина) [31].

Особливо виділяються два її субрегіони — Західний та Південний, на які припадає понад 60 % усіх туристських прибуттів регіону. Тут формуються основні європейські потоки туристів і водночас сюди ж і спрямовуються [60].

Основні туристичні потоки світу зосереджені всередині Європи (з Великої Британії у Францію, з Німеччини в Іспанію), Америки (між США, Канадою та Мексикою) та Східної Азії (з Японії в Таїланд).

Міжрегіональний туристський обмін найбільший між Америкою та Європою, що пояснюється також зростанням пропозиції перельотів через Атлантику та зниженням тарифів для більших сегментів ринку [60].

Отже, найбільш розвинутими туристичними регіонами світу є Європа і Північна Америка. В цих регіонах містяться центри формування туристичних потоків. На частку Європи та Північної Америки припадає 4/5 усіх надходжень від іноземного туризму і 2/3 платежів [31].

За результатами статистичних даних, головним туристичним регіоном світу залишається Європа, на яку припадає 50,4% від загальносвітового обсягу туристичних прибуттів. На другій позиції із помітним відставанням утримується Азійсько-Тихоокеанський регіон (АТР), на третій - Америка. «Периферійним» туристичним регіоном світу є Африка (див. рис. 2.1).

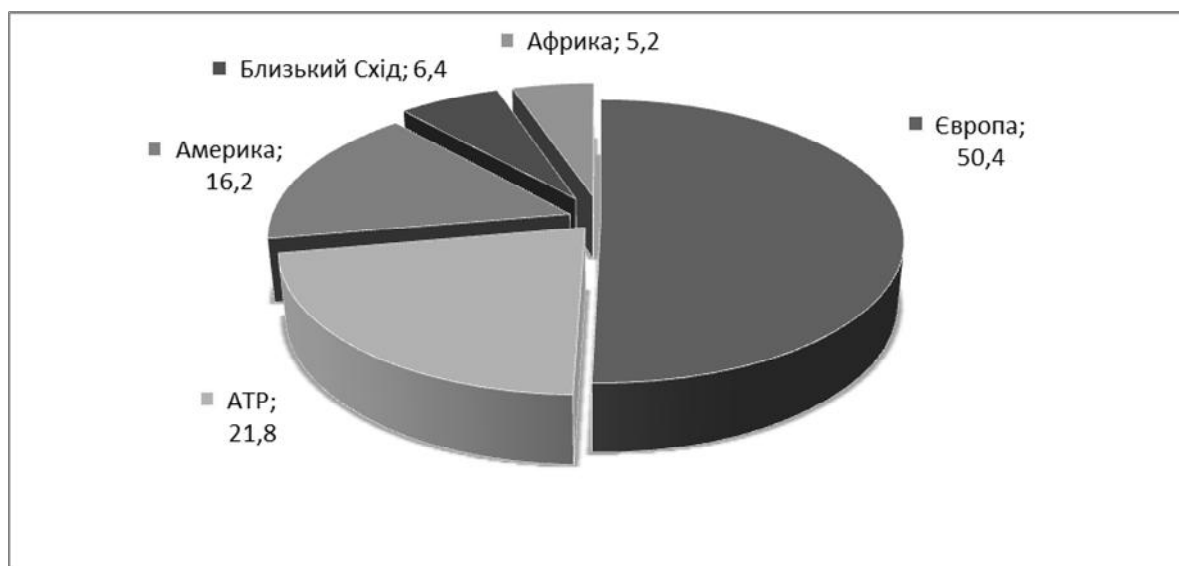


Рис. 2.1. Питома вага туристичних регіонів світу у просторовій структурі міжнародного потоку, 2010 р., %

Джерело: [Побудовано автором за: 13]

Проаналізуємо динаміку в'їзного туризму за період з 1980 року до 2009 років в розрізі п'яти регіонів: Європа; Америка; Азійсько-Тихоокеанський регіон; Близький Схід; Африка.

З таблиці видно, що починаючи з 1980 року, міжнародний туризм набуває значного розвитку, з кожним роком підвищуючи темпи свого зростання. Така позитивна тенденція спостерігалась до 2008 року. По-перше, туризм є галуззю, що приносить найшвидший прибуток, по-друге, він є каталізатором розвитку споріднених галузей, тим самим підвищуючи необхідність власного розвитку. Порівнюючи темпи зростання обсягів в'їзного туризму, можна зазначити, що



найбільше зростання (в 6-7 разів ) відбулось в країнах Африки, Азії та Тихого Океану, Середнього Сходу. Країни, що не мали в наявності розвиненої інфраструктури до певного періоду, всі зусилля спрямували на її вдосконалення та розвиток, зайняли значну частку у світовому ринку туристичних послуг і стабільно її тримають. 2008 рік був досить суперечливим з точки зору зниження темпів розвитку міжнародного туризму. Дослідники ВТО виділили 3 головні причини таких негативних тенденцій:

- глобальна фінансова криза;
- зростання цін на споживчі товари та паливо;
- різкі коливання валютних курсів [61].

Щодо Європейського регіону, то протягом 1980-2011рр. Європа займала і займає лідируючі позиції за кількістю міжнародних туристичних прибуттів. Тенденція стабільного зростання прибуттів спостерігалася до 2008 року і становила 487,1 млн, а у 2009 р. спостерігалася тенденція скорочення міжнародних туристичних прибуттів до 459,7 млн. У 2010-2011 роках спостерігається тенденція зростання міжнародних туристичних прибуттів до 474,4 млн. та 502,8 млн. відповідно.

Щодо ситуації на світовому ринку, то у 2009 році міжнародні туристичні прибуття скоротились на 4 % в порівнянні з 2008 роком до 880 млн., що перевищило їх зниження у 2008 році в порівнянні із 2007 роком, яке становило 1 % на той час. Але зважаючи на динаміку в розвитку міжнародного туризму до дії вищенаведених трьох причин, можна переконливо стверджувати, що спад викликаний не внутрішніми факторами його розвитку, а зовнішніми. У загальному підсумку, глобальну фінансову кризу вдалося частково подолати, оскільки галузь туризму вийшла на зростаючі темпи розвитку, про що свідчить зростання міжнародних туристичних прибуттів протягом 2010-2011 рр. (з 936 млн. до 980 млн.)

Таблиця 2.1

**Динаміка міжнародних туристичних прибуттів за період з 1980 р. до 2011 р.  
за субрегіонами**

Міжнародні туристичні прибуття, млн						
Роки	Європа	Африка	Америка	Азія і Тихий Океан	Середній Схід	Світовий ринок
1980	178,5	7,2	62,3	23,0	7,1	222,3
1985	204,3	9,7	65,1	32,9	8,1	320,1
1990	265,6	15,2	92,8	56,2	9,6	439,4
1995	315,0	20,4	109,0	82,4	13,7	540,5
2000	395,9	28,3	128,1	110,5	24,2	687,0
2005	441,5	37,3	133,5	155,4	39,0	806,7
2008	487,1	45,7	147,1	184,1	55,6	919,6
2009	459,7	48,0	139,6	180,5	52,5	880,3
2010	474,4	49,8	149,8	204,6	60,2	939
2011	502,8	49,8	156,2	216,0	55,4	980

Джерело: [Складено автором за: 106]

Наочно динаміку міжнародних туристичних прибуттів зображено на рис.

2. 2.

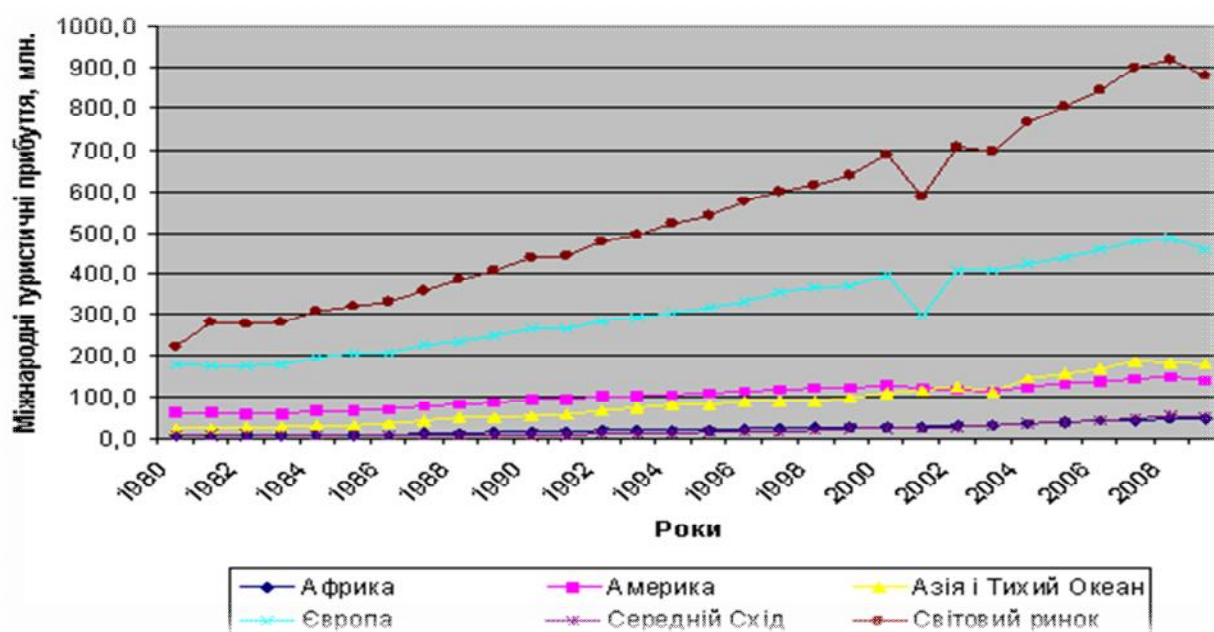


Рис. 2.2. Міжнародні туристичні прибуття в динаміці за субрегіонами

Джерело: [Побудовано автором за: 42]

Динаміку абсолютних змін міжнародних туристичних прибуттів по регіонах за 2011 р. ілюструє рис.6. Згідно даних «Барометра міжнародного

туризму» ЮНВТО [75]6], лідером виступає Європейський регіон із змінами даного показника у 28 млн. Останню позицію займає Середній Схід -5 млн. міжнародних туристичних прибуттів протягом 2011 р.

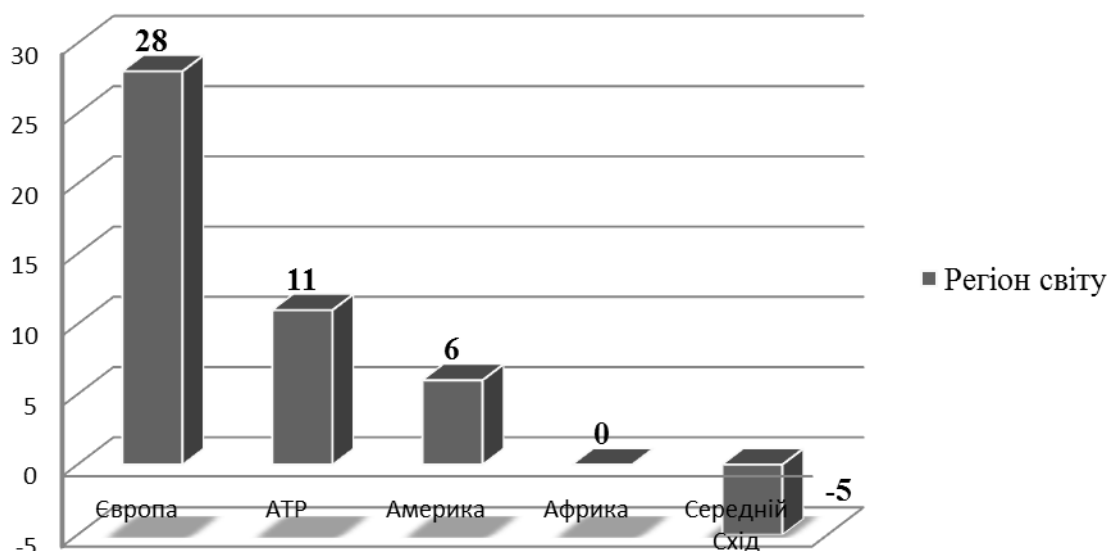


Рис. 2.3. Міжнародні туристичні прибуття (абсолютні зміни 2011р, млн.)

Джерело: [Побудовано автором за: 106]

Відсоткові зміни значень дають більш деталізовану «картину» поточного стану міжнародного туризму у Європі та прогнозів його розвитку. ЮНВТО прогнозує тенденцію зростання міжнародного туризму у світі, зокрема очікується зростання міжнародних туристичних прибуттів на 3% і 4% до кінця 2012 р.

Згідно даних ЮНВТО, у 2010-2011 рр. найбільший приріст прибуттів зафіксовано у Європейському регіоні – з 2,9% до 6,0% відповідно. Проте, за прогнозичними даними, лідируючі позиції займуть Азійсько-Тихоокеанський регіон та Африка за рахунок посилення темпів зростання прибуттів до 6%. Наступну позицію займе Європа та Америка – із зростанням прибуттів до 4% у 2012 р. [102]

Таблиця 2.2

### Прогноз міжнародних туристичних прибуттів в 2008-2011 рр. за субрегіонами

	2008	2009	2010	2011	2012
	Поточний				Прогноз
	Зміни протягом року				Межі
Світ загалом	2,1%	-3,8%	6,5%	4,4%	+3% і +4%
Європа	0,5%	-4,9%	2,9%	6,0%	+2% і +4%
Азія і Тихий Океан	1,2%	-1,6%	12,9%	5,6%	+4% і +6%
Америка	2,7%	-4,9%	6,5%	4,2%	+2% і +4%
Африка	3,4%	3,2%	6,7%	0,0%	+4% і +6%
Середній Схід	20,1%	-4,6%	15,1%	-7,9%	+0% і +5%

Джерело: [Складено автором за: 85]

Для комплексного аналізу стану міжнародного туризму додатково проводять дослідження міжнародних туристичних грошових надходжень (рис. 2.4 та таблиця 2.3).

Міжнародні туристичні прибуття та міжнародні туристичні надходження – показники, нерозривно пов’язані один з одним. Стрімке зростання надходжень до 2008 року переконує у всебільшому збільшенні питомої ваги туристичних послуг в загальній структурі світового ринку послуг.

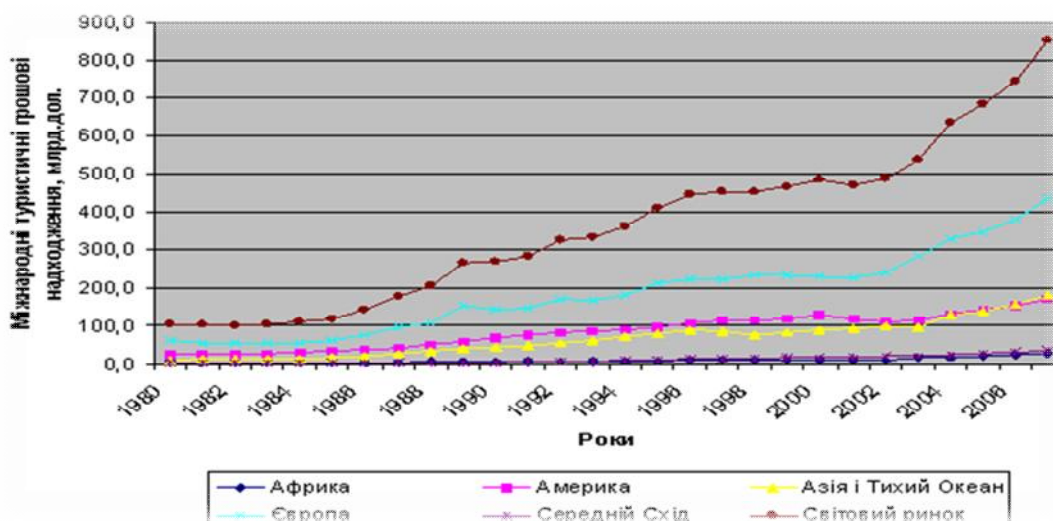


Рис. 2.4. Міжнародні туристичні грошові надходження в динаміці за субрегіонами

Джерело: [Побудовано автором за: 107]

Згідно даних таблиці 2, Європа займає першість за кількістю

міжнародних туристичних грошових надходжень, динаміка зростання яких спостерігається з 1980 р. до 2010. Проте у 2010 р. спостерігається незначне зменшення валютних надходжень до 406,2 млрд.дол.

Таблиця 2.3

**Динаміка міжнародних туристичних грошових надходжень за період з 1980 р. до 2009 р. за субрегіонами**

Міжнародні туристичні грошові надходження, млрд. дол.						
Роки	Європа	Африка	Америка	Азія і Тихий Океан	Середній Схід	Світовий ринок
1980	61,6	3,4	24,7	11,2	3,5	104,4
1985	62,2	3,1	33,3	16,2	4,2	119,0
1990	142,9	6,4	69,3	46,5	5,1	270,2
1995	212,2	8,5	98,4	80,7	10,9	410,7
2000	232,5	10,5	130,8	90,2	17,6	481,6
2005	348,3	21,5	144,6	140,8	27,6	682,8
2009	410,9	28,8	166,2	203,1	42,0	851
2010	406,2	31,6	182,2	248,7	50,3	919
2011						

Джерело: [Складено автором за: 107]

У Європейському регіоні міжнародні туристичні грошові надходження на одне прибуття становили 850 дол./приб. у 2010 р. порівняно з 2007, коли даний показник становив 904, 2 дол./приб. Таким чином, спостерігається тенденція незначного зниження темпів розвитку міжнародного туризму внаслідок світової фінансової кризи 2008 р.

Таблиця 2.4

**Динаміка міжнародних туристичних грошових надходжень на одне прибуття за період з 1980 р. до 2009 р. за субрегіонами**

Міжнародні туристичні грошові надходження на одне прибуття, дол./приб.						
Роки	Європа	Африка	Америка	Азія і Тихий Океан	Середній Схід	Світовий ринок
1980	345,1	472,2	396,5	487,0	493,0	469,6
1985	304,5	319,6	511,5	492,4	518,5	371,8
1990	538,0	421,1	746,8	827,4	531,3	614,9
1995	673,7	416,7	902,8	979,4	795,6	759,9

2000	587,3	371,0	1021,1	816,3	727,3	701,0
2005	788,9	576,4	1083,1	906,0	707,7	846,4
2007	904,2 [43]	638,0	1205,5	990,3	724,1	947,2
2010	850 [75]7]	640	1,220	1,220	830	980
2011						

Джерело: [Складено автором за: 43]

При цьому слід зазначити, що географія міжнародного туризму буде визначатися пріоритетним для туристів чинниками привабливості [75]. Отже, наведемо основні чинники привабливості Європейського регіону у таблиці (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.5

### Чинники туристичної привабливості Європейського регіону

Досліджуваний регіон	Чинники туристичної привабливості регіону
Європа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• велика кількість держав на відносно невеликій території;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• населення європейських країн має високі реальні доходи;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• висока концентрація історичних і культурних визначних пам'яток;</li> </ul>

Досліджуваний регіон	Чинники туристичної привабливості регіону
Європа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• розвинена туристична інфраструктура і високий рівень транспортного обслуговування ;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• широкий асортимент турпродуктів ;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• наявністю висококваліфікованого персоналу та високий рівень сервісу;</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• спрощений візовий режим.</li> </ul>

Джерело: [Складено автором за: 75; 31;75]

Таким чином, активність європейського туризму пояснюється насамперед територіальною близькістю і доступністю туристичних ресурсів. В Європі переважає внутрішньорегіональний туристичний обмін [31]. За даними Євростату, країною-лідером міжнародного туризму за 2010 р. у Європейському туристичному регіоні визнано Іспанію, наступними за обсягом прийнятих туристів ідуть Італія, Німеччина, Франція, Великобританія [17].

Доцільно відмітити, що розвиток ринку міжнародних туристичних послуг супроводжується і негативними факторами впливу. Так, на темпи зростання міжнародного туризму в Європейському туристичному регіоні негативно вплинули колапси в роботі повітряного транспорту (пов'язані з виверженням вулкану в Ісландії) та економічна невизначеність Євросони, що в підсумку привели до незначного зростання на рівні % (471 млн осіб) і не дали змоги рівноцінно компенсувати втрати невдалого в туристичному плані 2009 р. [17].

Що стосується нинішньої ситуації у сфері подорожей і туризму, то, згідно з даними ВТО, регіон ЦСЄ (включає 21 країну) прийняв майже п'яту частину міжнародних прибуттів Європи – 19,5% (див. рис. 2.5).

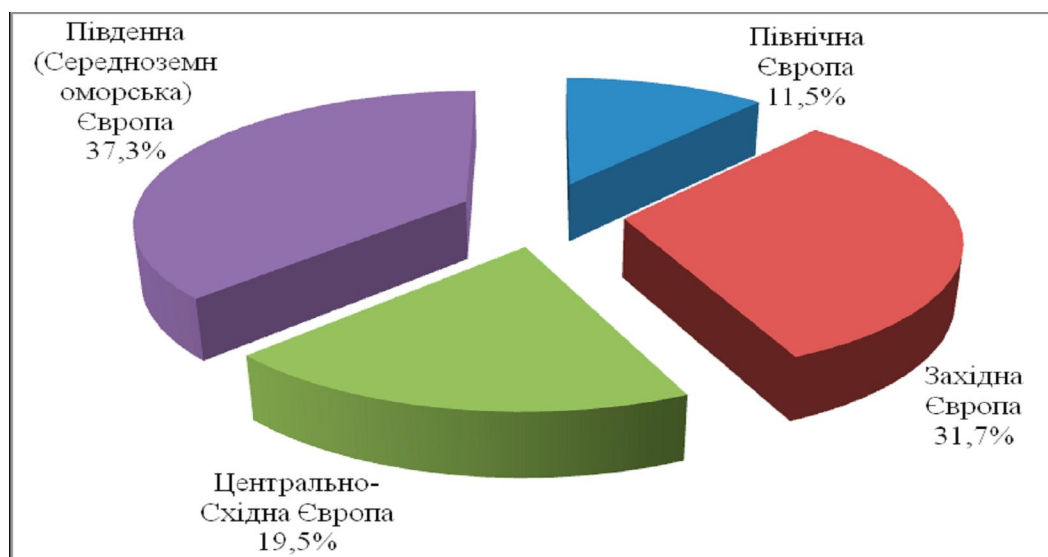
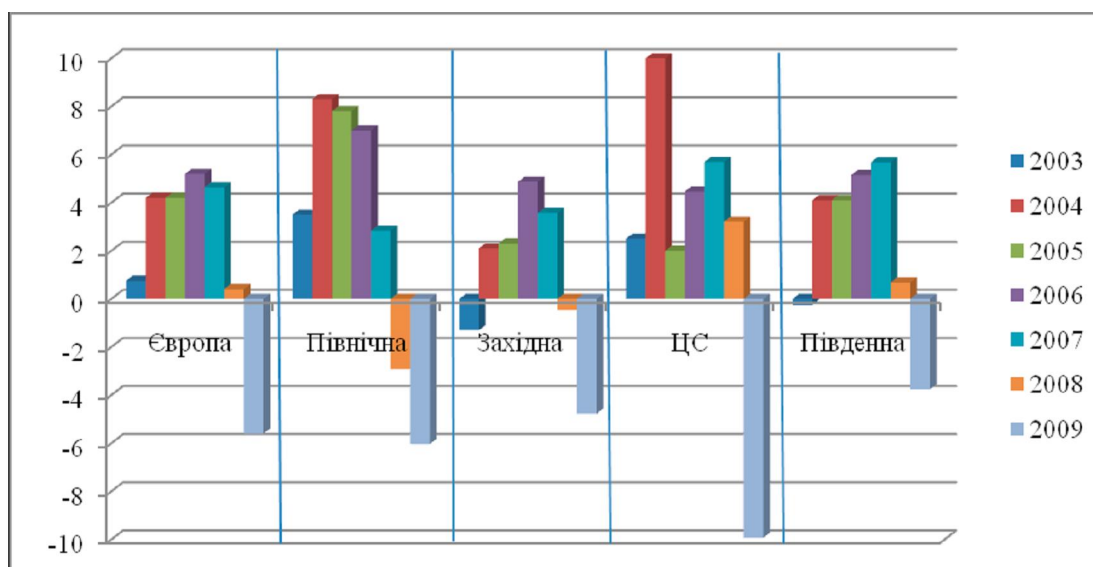


Рис. 2.5. Міжнародні прибуття за європейськими субрегіонами  
Джерело: [Побудовано автором за: 107]

У кількісному плані у Європейському регіоні налічувалося близько 90 млн прибуттів, у той час, як у цілому Європа прийняла 460 млн. Тим не менш, відповідно до рис. 2, можна відзначити відносний спад темпів розвитку протягом останніх років, а особливо 2008–2009 рр. через загострення глобальної фінансово-економічної кризи.



**Рис. 2.6. Темпи росту міжнародних прибуттів за субрегіонами, 2003-2009 рр.  
(у % до попереднього року)**

Джерело: [Побудовано автором за: 51;50]

У таблиці проаналізовано стан міжнародного туризму у Європейському регіоні в розрізі по-країнах. За даними ЮНВТО, протягом 2008-2010 рр. спостерігалася негативна тенденція скорочення міжнародних туристичних надходжень з 471,797 млн. дол. до 406,251 млн. дол. у зв'язку з тим, що досліджуваний регіон зазнав найбільшого впливу наслідків глобальної економічної кризи.

Згідно статистичних даних ЮНВТО, лідером за кількістю міжнародних туристичних надходжень стала Іспанія у 2010 р. – 52,525 млн. дол. Друге та третє місце посіли Франція та Італія – 46,319 млн. дол. та 38,786 млн. дол. відповідно, а до ФРН надійшло 34,675 млн. дол. валютних надходжень. П'ятірку лідерів замикає Сполучене Королівство із показником – 30,400 млн. дол. Станом на 2010р.

Таблиця 2.6

**Рейтинг країн Європейського регіону за надходженнями від туризму у  
2008-2010 рр, млн.дол**

№	Країна	Міжнародні туристичні надходження, млн.дол.	Частка, %
---	--------	---	-----------

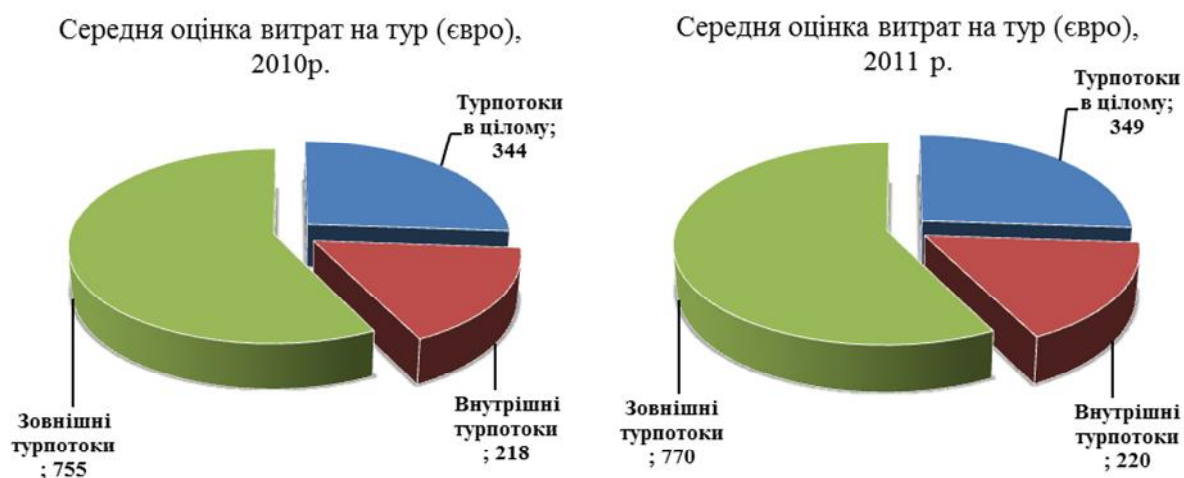


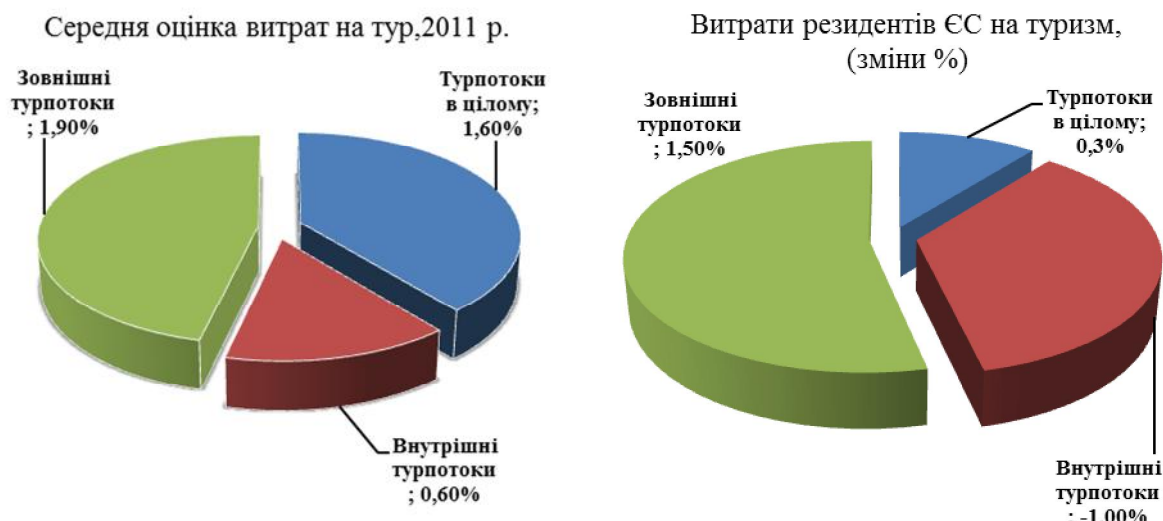
		2008	2009	2010	2010
	Європа в цілому	471,797	410,932	406,251	100
1	Іспанія	61,628	53,177	52,525	12,9
2	Франція	56,573	49,398	46,319	11,4
3	Італія	45,727	40,249	38,786	9,5
4	ФРН	39,912	34,650	34,675	8,5
5	Сполучене Королівство	36,028	30,149	30,400	7,5
6	Туреччина	21,951	21,250	20,807	5,1
7	Австрія	21,587	19,404	18,663	4,6
8	Швейцарія	14,401	13,789	14,841	3,7
9	Нідерланди	13,342	12,368	13,062	3,2
10	Греція	17,114	14,506	12,741	3,1
11	Швеція	11,206	10,261	11,079	2,5
12	Бельгія	11,762	9,970	10,287	2,5
13	Португалія	10,943	9,635	10,090	2,5
14	Польща	11,768	9,011	9,446	2,3
15	РФ	11,795	9,319	8,985	2,2
16	Україна	5,768	3,576	3,788	0,9

Джерело: [Складено автором за: 75]

За даними Євростату, витрати на тур потоки в середньому зросли на 1,6% у 2011р. порівняно із 2010 р.; зокрема, витрати на зовнішні подорожі(1,90%) вищі на 1,3% від витрат на внутрішні тури (0,60%).

У 2011 р. туристи витратили 349 євро на турподорожі в цілому; 220 євро на внутрішню подорож та 770 євро на поїздки за кордон.





**Рис. 2.7. Порівняльна характеристика витрат резидентів ЄС на туризм за 2010-2011 рр.**

Джерело: [Побудовано автором за: 102]

За статистичними даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму, сумарний внесок туризму у ВВП становив 1,720,1 млрд. дол. (7,9% ВВП) у 2011 р. Згідно з прогнозами, даний показник зросте на 2,4% і становитиме 2,177,5 млрд.дол. (7,8% ВВП) у 2022 р. [103].

Туризм позитивно вплинув на зайнятість у Європейському регіоні, про що свідчать статистичні дані Всесвітньої ради з подорожей і туризму. Так, у сфері туризму було створено 28,378 млн. робочих місць (7,7% від загальної зайнятості) у 2011 р. Проте у 2012 р. прогнозується падіння даного показника на 0,3% (28,285 млн. робочих місць). Також, згідно з прогнозами, кількість робочих місць сягне позначки 30,599 млн. (8,1% від загальної зайнятості) у 2022 році. [103]

Таблиця 2.7

### Оцінювання та прогнози розвитку міжнародного туризму у Європі

Європа	2011	2011, % від ВВП	2012, Темп приросту (%)	2022	2022, % від ВВП	2022, Темп приросту (%)
Сумарний внесок у ВВП, млрд.дол.	1,720,1	7,9	-0,1	2,177,5	7,8	2,4
Сумарний внесок у						

зайнятість, млн.робочих місць	28,378	7,7	-0,3	30,599	8,1	0,8
----------------------------------	--------	-----	------	--------	-----	-----

Джерело: [Складено автором за: 103]

Проаналізувавши поточний стан розвитку міжнародного туризму у Європі, можна зробити наступний висновок: показники статистичної звітності, які використовувались при аналізі туристичної сфери – в'їзний туризм, міжнародні туристичні прибуття, міжнародні туристичні надходження та витрати, а також прогнози розвитку туризму – констатують факт лідерства Європи серед інших регіонів на світовому ринку туристичних послуг.

Враховуючи різний розвиток країн ЄС та країн постсоціалістичного простору у Європейському регіоні, стан розвитку міжнародного туризму може значно відрізнятись. У правильності даного твердження можна переконатися, дослідивши стан міжнародного туризму в Україні, яка входить до числа країн постсоціалістичного простору.

## 2.2. Аналіз міжнародного туризму в Україні

Туризм сьогодні відіграє важливу роль в розвитку національної економіки будь-якої країни, активно сприяє її інтеграції в світовий ринок. Це зумовило визнання туризму одним із пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку [44].

Україна має всі необхідні умови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму. Аналіз офіційної статистичної інформації свідчить про повільний, але постійний розвиток туризму в нашій країні в останні роки [68].

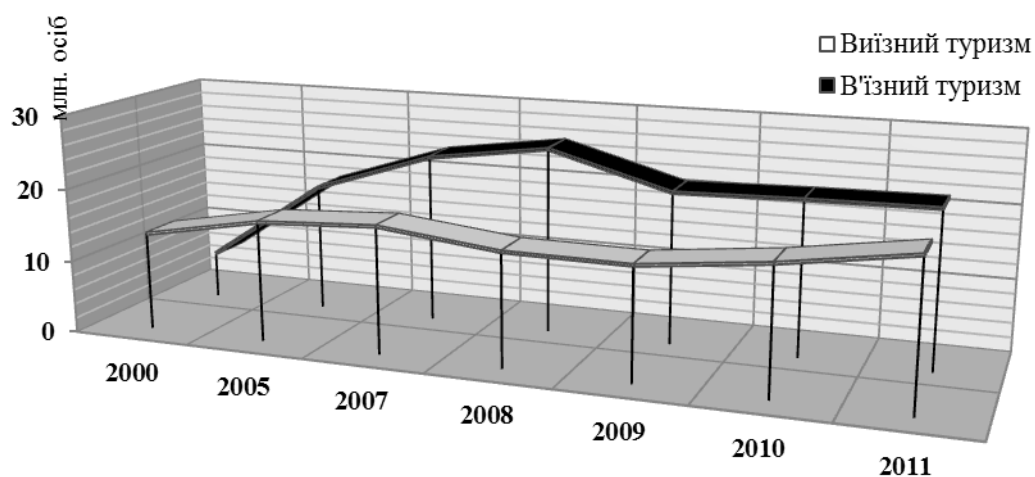
Крім того, слід відмітити, що аналіз офіційних даних, свідчить також про недостатньо високий розвиток в'їзного туризму в Україні [22] та її слабку включеність в міжнародну індустрію туризму, що свідчить про необхідність розвитку та активізації використання туристичного потенціалу країни [101].

Україну експерти ВТО визначають, як туристичну країну зі швидкими темпами зростання даного сегменту ринку [43]. Не зважаючи на те, що Україна

має великий туристичний потенціал, він не використовується в повній мірі. Таким чином, виникає необхідність у аналізі міжнародного туризму в Україні. Використаємо наступні показники при статистичному аналізі туристичної сфери в Україні:

- в'їзний туризм;
- виїзний туризм;
- внутрішні туристичні потоки;
- мета туристичних потоків;
- міжнародні туристичні надходження; міжнародні туристичні витрати.

Проаналізуємо динаміку в'їзного та виїзного туризму в Україні протягом 2000-2011 рр. За даними Держкомстату, спостерігається тенденція зростання як в'їзного, так і виїзного потоку на протязі досліджуваного періоду. Найбільша кількість в'їзних (іноземних туристів) відвідало Україну у 2008 р. – 25 млн. осіб., проте у 2009 р. дана кількість скоротилась до 20 млн. осіб у 2009 р. Протягом 2010-2011 рр. обсяги в'їзного потоку зросли незначною мірою, - до 21 млн.чол. Щодо виїзного туризму, його обсяги зросли з 17 млн. у 2010 р. до 19 млн. осіб у 2011 р.

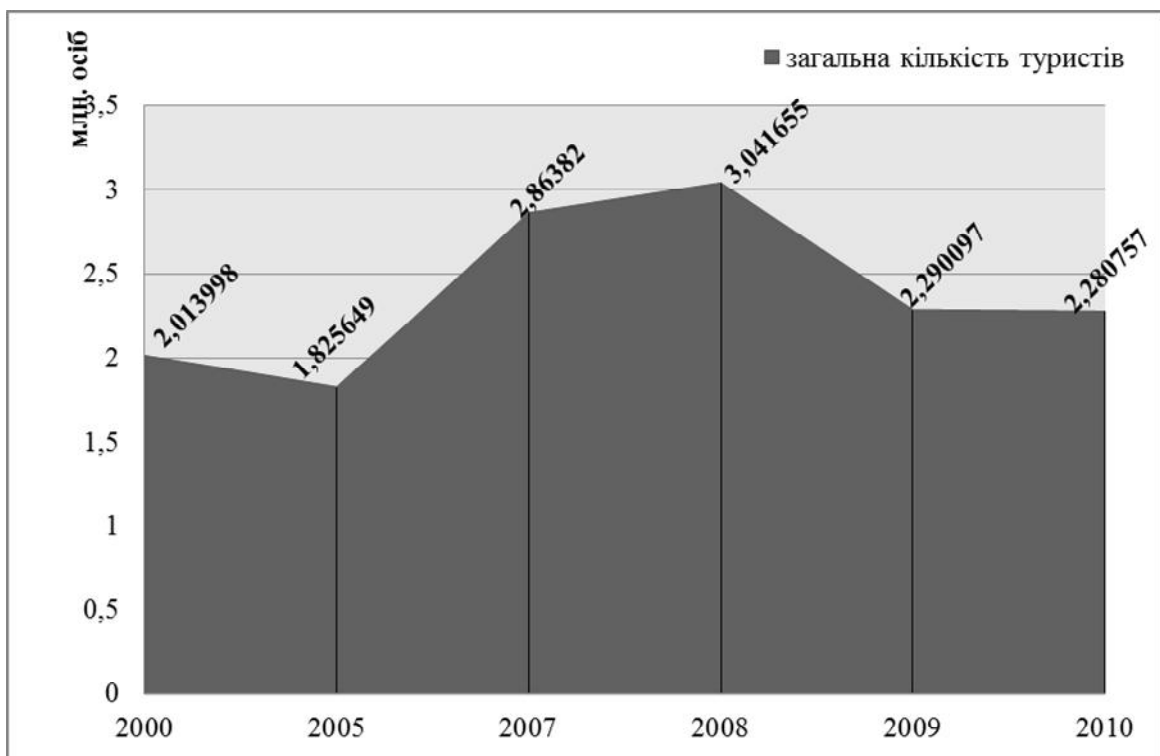


	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Виїзний туризм	13422320	16453704	17334653	15498567	15333949	17180034	19773143
В'їзний туризм	6430940	17630760	23122157	25449078	20798342	21203327	21415296

**Рис. 2.8. Динаміка в'їзного та виїзного туризму в Україні протягом 2000-2011 рр.**

Джерело: [Побудовано автором за: 43]

Характеризуючи міжнародний туризм в Україні, доцільно розглянути туристичні потоки. За даними Держкомстату, найбільшу кількість туристів в Україні зафіксовано у 2008 р – 3 млн. осіб. Тенденція постійного зростання кількості туристів в Україні спостерігається протягом 2000-2008 рр. Протягом 2009-2010 рр. обсяги кількості туристів скоротилися до 2 млн. осіб.



**Рис. 2.9. Динаміка кількості туристів в Україні[75]4,90]**

Джерело: [Складено автором за: 4]

В Україні спостерігається тенденція скорочення кількості іноземних туристів протягом 2008-2010 рр. з 373 тис. осіб до 336 тис. осіб. У 2010 обсяг кількості внутрішніх туристів переважає обсяг іноземних туристів у загальній структурі туристів України і становить відповідно – 649 тис. осіб та 336 тис. осіб за даними Держкомстату.



**Рис. 2.10. Динаміка кількості іноземних та внутрішніх туристів із загальної кількості**

Джерело: [Побудовано автором за: 90,74]

Розглянемо структуру в'їзного потоку за мотивацією. Темп приросту (+13,1) в'їзного потоку забезпечений завдяки зростанню організованого туризму. Проте, у 2011 р. обсяги в'їзного потоку скоротилися внаслідок уповільнення розвитку ділового туризму (-7,1 %). У 2011 р. спостерігається збільшення туристів на 0,4% завдяки активізації приватного туризму.

**Таблиця 2.8**

**Структура в'їзного турпотоків за мотивацією**

Мета поїздки	2010	2011	%
Службова, ділова	694 557	644 992	-7,1
Організований туризм	1 083 015	1 225 954	+13,1
Приватна	19 089 067	19 180 171	+0,4

Джерело: [Складено автором за: 92, 90]

У структурі в'їзного потоку України за країнами походження спостерігалися наступні зміни: частка туристів з країн ЄС за 2011 р. скоротилася з 25% до 22%, водночас частка туристів з країн СНД зросла з 72% до 75% у 2011 р.; частка туристів з інших країн-походження зросла незначною мірою з 2,5% до 2,78% за 2011р.

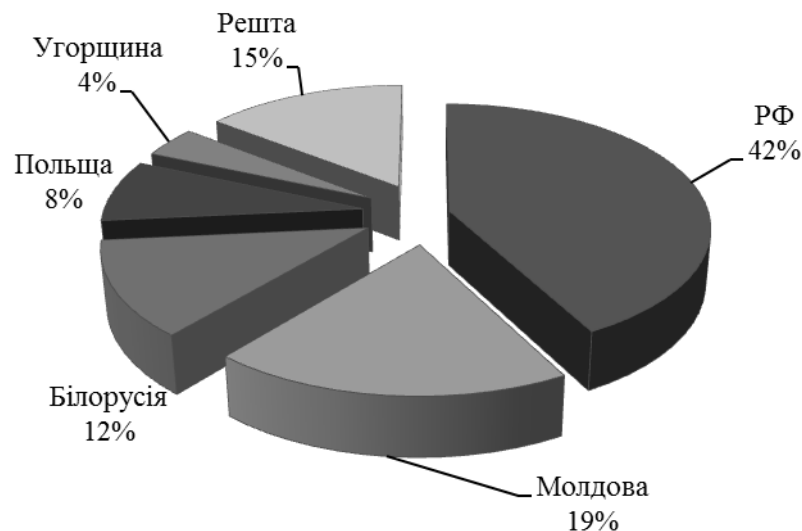
Таблиця 2.9

## Структура в'їзного турпотоку за країнами походження

	2010, млн.осіб	Частка, %	2011, млн.осіб	Частка, %	Зміни, %
<b>Країни ЄС</b>	5 320 153	25	4 694 250	22	-3
<b>Країни СНД</b>	15 353 742	72	16 125 008	75	+3
<b>Інші країни</b>	529 432	2,5	596 038	2,78	+0,2

Джерело: [Складено автором за: 92,90]

Для України у 2011 р. структура в'їзного туризму по-країнах розподілилася наступним чином. Найбільша частка іноземних туристів припадає на Російську Федерацію – 42%. 19% та 12% займають в'їзні турпотоки з Молдови та Білорусії відповідно. Туристичні прибуття з Польщі та Угорщини зайняли 8% та 4% відповідно. На решту країн припало 15%.



**Рис. 2.11. Структура іноземного (в'їзного) туризму, 2011 р.**

Джерело: [Складено автором за: 90,73]

Проаналізувавши тур потік за країнами, в Україні найбільше зростання у 2011 р. відзначилось за такими напрямками: з Ізраїлю (+37% або 38 тис. осіб) та з Узбекистану (+34% або 35,6 тис. осіб). Темп приросту іноземного туризму з Російської Федерації зріс на 14,2% у 2011 р. Найменше зростання тур потоку зафіксовано за наступними напрямками: з Румунії (-19% або 175 тис.осіб), з

Польщі (-18% або 370 тис. осіб) та з Білорусії (-13,5% або 414 тис. осіб). Загалом, у 2011 р. турпотік зріс на 1% (212 тис. осіб) порівняно із 2010 р.

Таблиця 2.10

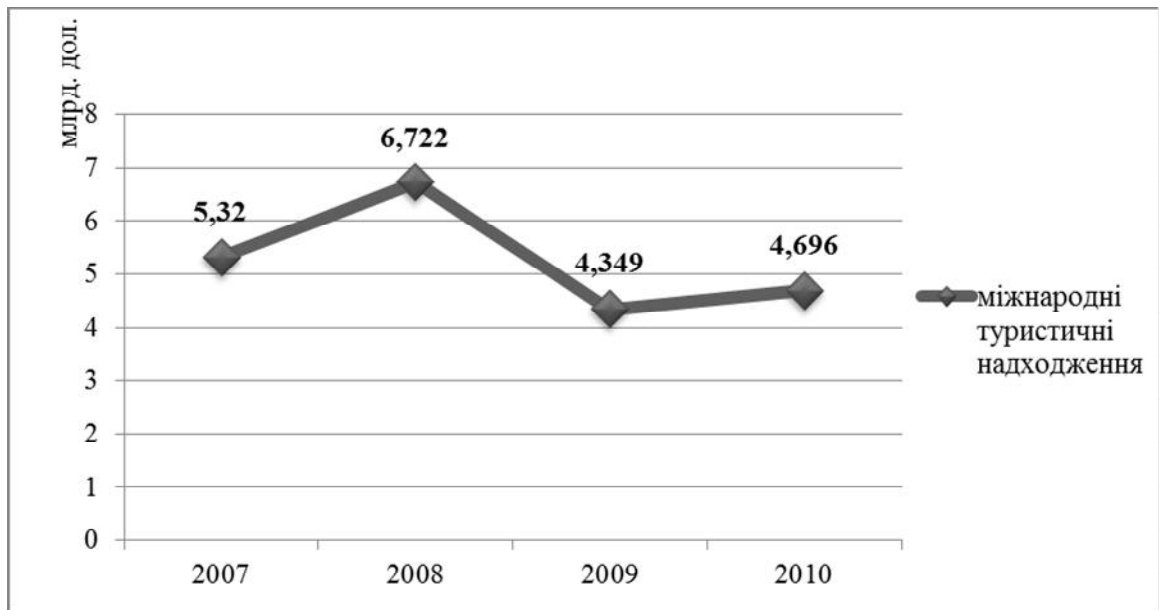
## Рейтинг 11 головних країн в'їзного туризму

		Осіб, млн	Частка, %	Темп приросту, %
<b>Всього, 2011</b>		<b>21 415 296</b>	<b>100</b>	<b>+1</b>
<b>1</b>	<b>Російська Федерація</b>	<b>9 018 487</b>	<b>42</b>	<b>+14,2</b>
<b>2</b>	<b>Молдова</b>	<b>4 071 785</b>	<b>19</b>	<b>+0,2</b>
<b>3</b>	<b>Білорусія</b>	<b>2 643 988</b>	<b>12</b>	<b>-13,5</b>
<b>4</b>	<b>Польща</b>	<b>1 720 104</b>	<b>8</b>	<b>-18</b>
<b>5</b>	<b>Угорщина</b>	<b>862 051</b>	<b>4</b>	<b>-9</b>
<b>6</b>	<b>Румунія</b>	<b>735 233</b>	<b>3</b>	<b>-19</b>
<b>7</b>	<b>Словаччина</b>	<b>564 337</b>	<b>2,6</b>	<b>-7,5</b>
<b>8</b>	<b>Німеччина</b>	<b>231 718</b>	<b>1,08</b>	<b>+2</b>
<b>9</b>	<b>Узбекистан</b>	<b>141 163</b>	<b>0,7</b>	<b>+34</b>
<b>10</b>	<b>США</b>	<b>127 924</b>	<b>0,59</b>	<b>+2</b>
<b>11</b>	<b>Ізраїль</b>	<b>120 181</b>	<b>0,56</b>	<b>+47</b>
<b>Разом 11 країн</b>		<b>20 236 971</b>	<b>94</b>	

Джерело: [Складено автором за: 43]

Наступний етап аналізу поточного стану міжнародного туризму в Україні – розгляд міжнародних туристичних надходжень та витрат. Найбільший обсяг міжнародних туристичних надходжень зафіксовано у 2008 р. – 6,722 млрд. дол. Протягом двох наступних років спостерігається тенденція зниження валютних надходжень – до 4,696 млрд. дол. Таким чином, протягом 2011-2010 рр. темпи розвитку міжнародного туризму в Україні, порівняно з докризовими до 2008 р., дещо уповільнилися.

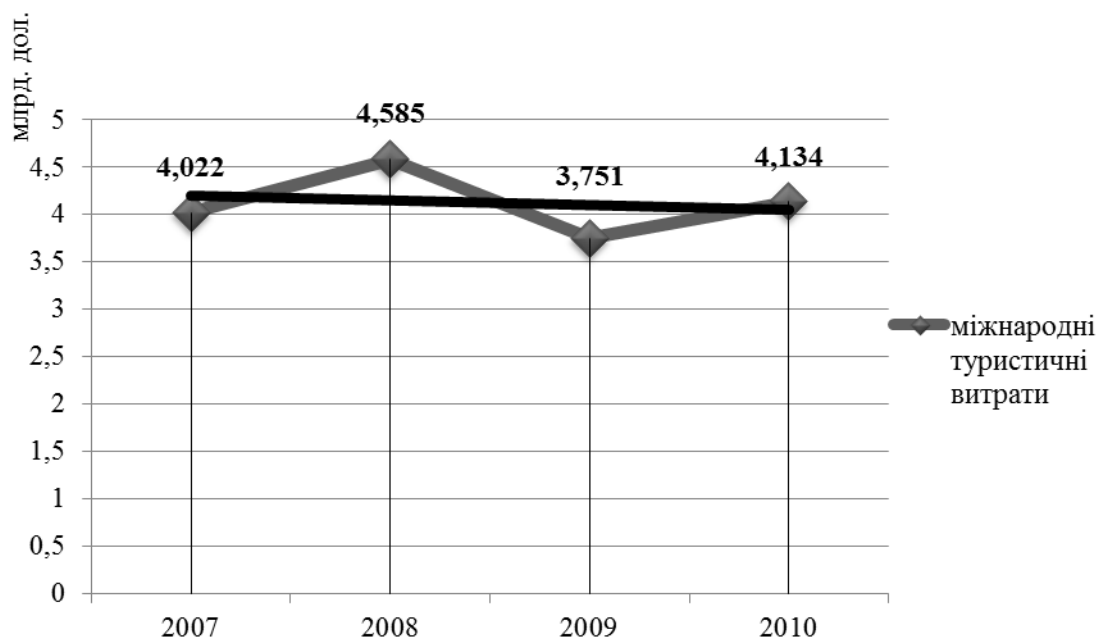




**Рис. 2.12. Міжнародні туристичні надходження в Україні**

[94]

Оскільки спострігається скорочення міжнародних туристичних надходжень, то аналогічна ситуація простежується і з витратами на туризм. У 2010 р. туристичні витрати в Україні скоротилися до 4,134 млрд. дол. порівняно із 2008 р, коли даний показник становив 4, 585 млрд. дол. Проте, витрати на туризм зросли у 2010 р. на 0,378 млрд. дол. порівняно із 2009 роком (3,751 млрд. дол.).



**Рис. 2.13. Міжнародні туристичні витрати в Україні**

Проаналізуємо динаміку вкладу прямих інвестицій у туристичну сферу послуг у розрізі країн Європи. Згідно даних Всесвітньої ради з подорожей і туризму, у 2011 р. найбільший обсяг прямих інвестицій у туризм вклала Російська Федерація – 10,6 млрд. дол., а найменший – Литва (0,2 млрд. дол.). Що стосується України: для розвитку міжнародного туризму було спрямовано 0,7 млрд. дол прямих інвестицій у порівнянні з тим, що Польща вклала 3,5 млрд. дол. у 2011 р.

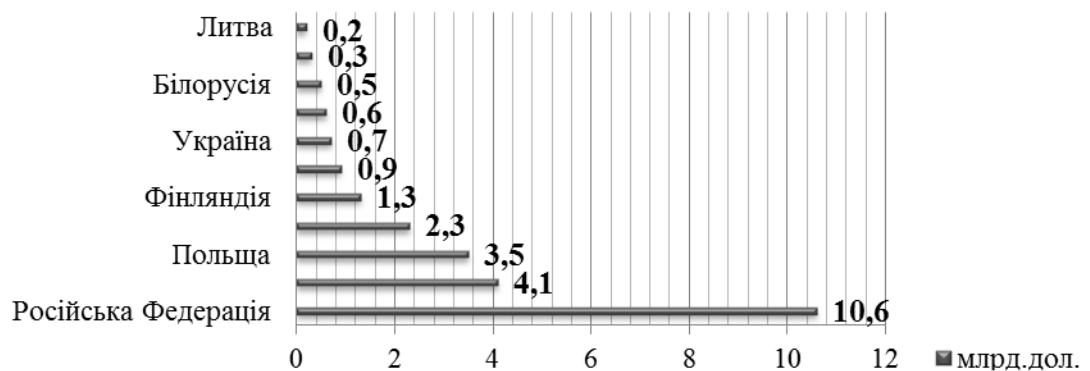


Рис. 2.14. Динаміка прямого інвестування у туризм, 2011 р.

[103]

Найбільший приріст інвестування спостерігається у Литві і становить 14% у 2012 р., а найменший – у Білорусії (-12%). Також зростання інвестування у сектор туризму відбулося у Польщі (5%) та Російській Федерації (-2%). В Україні приріст інвестування має від'ємне значення і становить -5% у 2012 р.

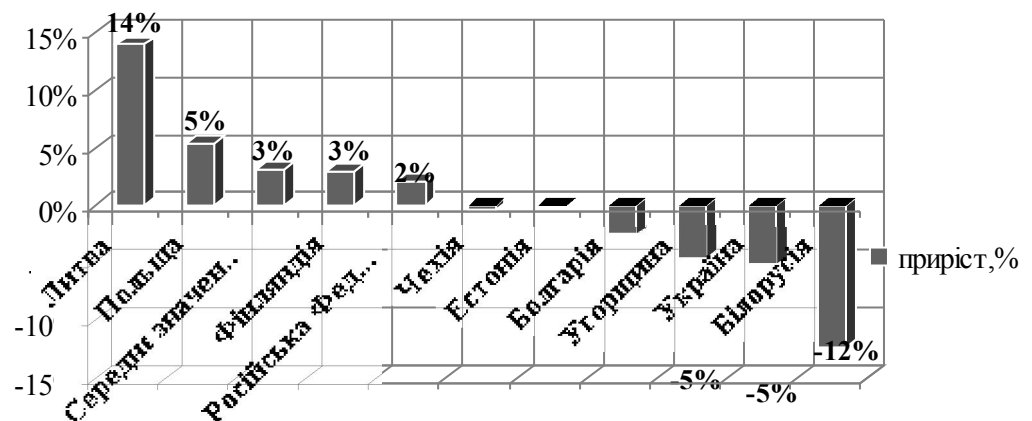


Рис.2.15. Рейтинг країн за приростом інвестування у сектор туризму, 2012р.

За статистичними даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму в Україні, сумарний внесок туризму у ВВП становив 92,1 млрд. грн. (7,4% ВВП) у 2011 р. Згідно з прогнозами, даний показник зросте на 3,9% і становитиме 138,8 млрд.грн. (6,4% ВВП) у 2022 р. [103].

Туризм позитивно вплинув на зайнятість в Україні, про що свідчать статистичні дані Всесвітньої ради з подорожей і туризму. Так, у сфері туризму було створено 1,338 млн. робочих місць (6,6% від загальної зайнятості) у 2011 р. Проте у 2012 р. прогнозується падіння даного показника на 0,4% (1,333 млн. робочих місць). Також, згідно з прогнозами, кількість робочих місць сягне позначки 1,156 млн. (5,8% від загальної зайнятості) у 2022 році [103].

**Таблиця 2.11**

**Оцінювання та прогнози розвитку міжнародного туризму в Україні [103]**

Європа	2011	2011, % від ВВП	2012 Темп приросту (%)	2022	2022, % від ВВП	2022, Темп приросту (%)
Сумарний внесок у ВВП, млрд. грн.	92,1	7,4	2,6	138,8	6,4	3,9
Сумарний внесок у зайнятість, млн.робочих місць	1,338	6,6	-0,4	1,156	5,8	-1,4

Отже, в результаті аналізу міжнародного туризму в Україні за показниками – в'їзний туризм; кількість іноземних туристів та загальна кількість туристів; структура в'їзного турпотоку за мотивацією та країнами походження; міжнародні туристичні надходження та витрати; вклад прямих інвестицій, та із врахуванням прогностичних даних щодо його розвитку, - можна зробити висновок про повільний та недостатньо високий рівень постійного розвитку міжнародного туризму в Україні внаслідок його слабого взаємозв'язку з міжнародною індустрією туризму.

### 2.3. Оцінка використання міжнародного туристичного потенціалу в Івано-Франківській області

Міжнародний туризм займає все більш вагомішу роль у Карпатському регіоні та продовжує зростати з кожним роком. Івано-Франківська область – один із перспективних туристичних регіонів держави [66]. Даний регіон посідає одне з чільних місць у туристичній галузі Карпатського регіону [59]. Так, у багатьох районах і містах області туристична галузь починає відігравати провідну роль у місцевому економічному житті [66].

Загальновідомими туристичними символами краю стали г. Говерла, гуцульські фестивалі, курорти Яремче і Буковель, міста Галич, Косів і Коломия тощо [59], де туризм сприяє підвищенню зайнятості населення, розвитку ринкових відносин, міжнародному співробітництву, збереженню екологічної рівноваги [66].

Туристично-рекреаційна галузь проголошена стратегічним напрямом розвитку економіки Івано-Франківщини і є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету, істотного позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях економіки [66].

За даними обласного управління статистики, туристична галузь у Івано-Франківській області відзначається стабільно високими обсягами туристичного руху [59], зокрема внутрішнього та іноземного, а, отже, динамічно розвивається [66], що свідчить про можливість формування Івано-Франківщини як одного із провідних європейських туристичних центрів [66].

При оцінці міжнародного туристичного потенціалу в Івано-Франківській області використовують наступні статистичні показники:

- в'їзний та виїзний туризм;
- внутрішній туризм;
- кількість екскурсантів та кількість обслужених туристів;
- діяльність туристичних підприємств;
- фінансовий стан галузі;

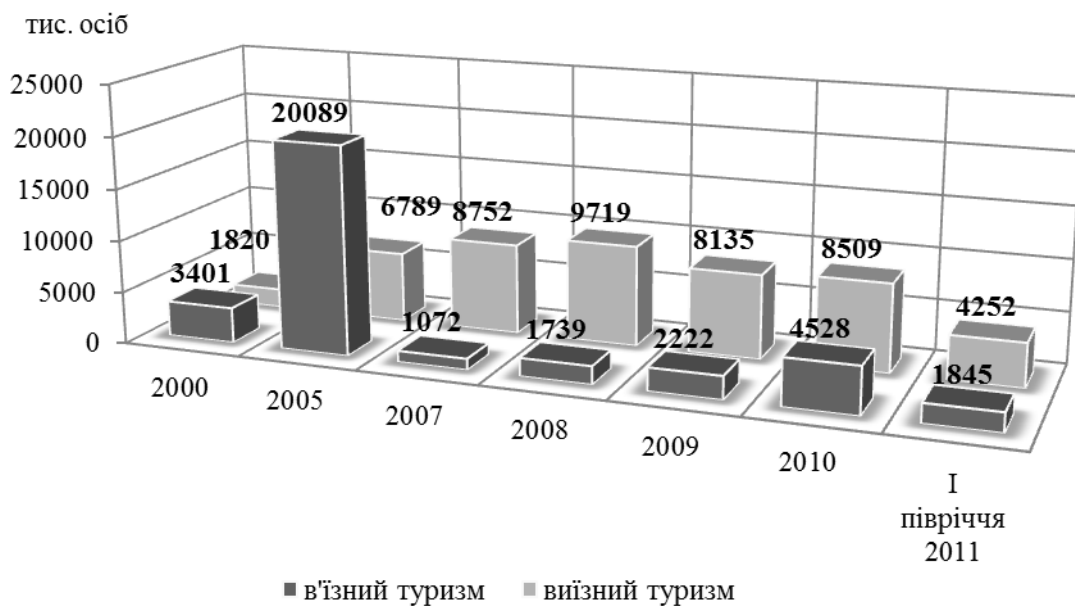
- структура обслуговування туристів за метою подорожі;
- кількість закладів розміщення, - готелі та санаторно-курортні (оздоровчі) заклади та обсяг реалізованих ними турпослуг.

На початковому етапі аналізу дослідимо динаміку в'їзного та виїзного туризму в Івано-Франківській області протягом 2000-2011 рр. За даними Головного управління статистики в Івано-Франківській області, протягом 2000-2008 рр. спостерігалася стабільна тенденція зростання виїзного туризму з 3401 до 9719 осіб. У 2010 р. даний показник збільшився до 8509 осіб порівняно із 2009 р. (8135 осіб) [61].

Згідно даних Івано-Франківської ОДА, у I півріччі 2011 р. кількість туристів, які виїжджали за кордон, становила 4252 особи, а в першому півріччі 2010 – 4196 осіб. Порівняно з відповідним періодом 2010 р. кількість туристів збільшилася на 56 осіб [45].

Найбільша кількість іноземних туристів, які відвідали Івано-Франківську область, припала на 2005 р. і становила 20,1 тис. осіб. Проте, протягом 2006-2007 рр. даний показник скоротився з 8621 до 1072 осіб. Протягом 2007-2010 рр. спостерігалася тенденція зростання в'їзного туризму [61].

За даними Івано-Франківської ОДА, у I півріччі 2011 р. 1845 іноземних осіб відвідало Івано-Франківську область, що на 177 осіб більше ніж за 6 місяців 2010 р. (1668 осіб) [45].



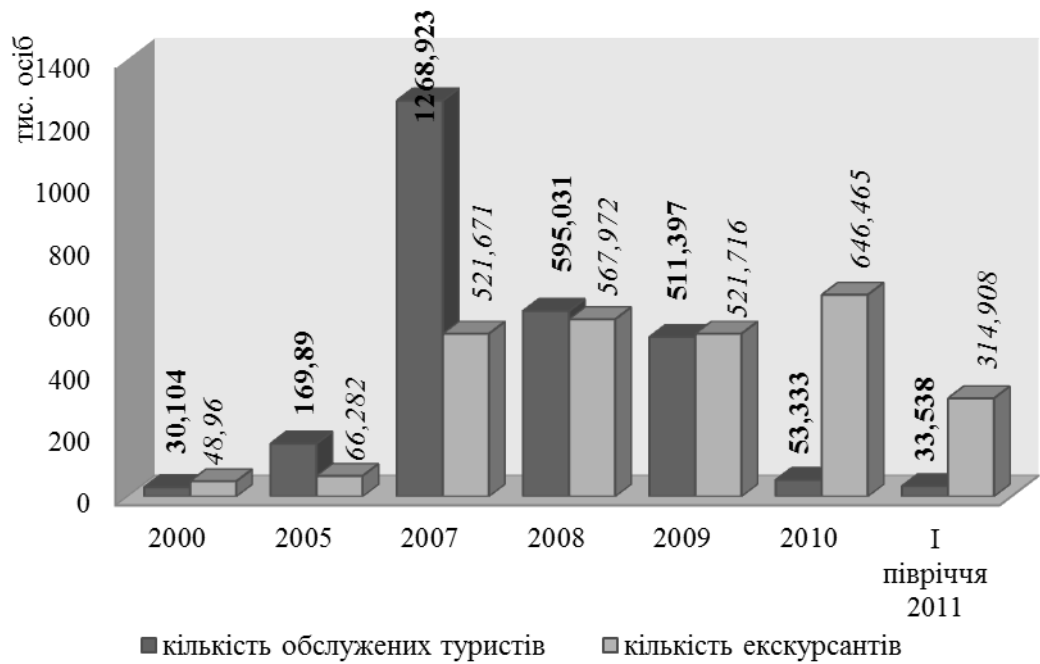
**Рис. 2.16. Динаміка в'їзного та виїзного туризму в Івано-Франківській області протягом 2000-2011 рр. [102,104]**

Наступним кроком є аналіз динаміки кількості обслужених туристів та кількості екскурсантів протягом 2000-2011 рр. Згідно статистичних даних Головного управління статистики в Івано-Франківській області, у 2007 р. зафіксовано найбільшу кількість обслужених туристів – 1,269 млн. осіб, проте вже у 2008 р. даний показник скоротився до 595 тис. осіб.

Зменшення кількості обслужених туристів спостерігалось протягом двох наступних років. Так, у 2010 р. Івано-Франківщину відвідало 53 тис. осіб [61].

За I півріччя 2011 р. кількість обслужених туристів становила 33,5 тис. осіб, що на 400 осіб більше, ніж у I півріччі 2010 р. (33,1 тис. осіб) згідно даних Івано-Франківської ОДА [45].

За даними обласного управління статистики, найбільша кількість екскурсантів припала на 2010 р. і становила 646,4 тис. осіб [61]. У першому півріччі 2011 р. 314,9 тис. екскурсантів було охоплено екскурсійною діяльністю. Порівняно з відповідним періодом 2010 р. (609,8 тис. осіб), даний показник зменшився на 295 тис. осіб за даними Івано-Франківської ОДА [45].



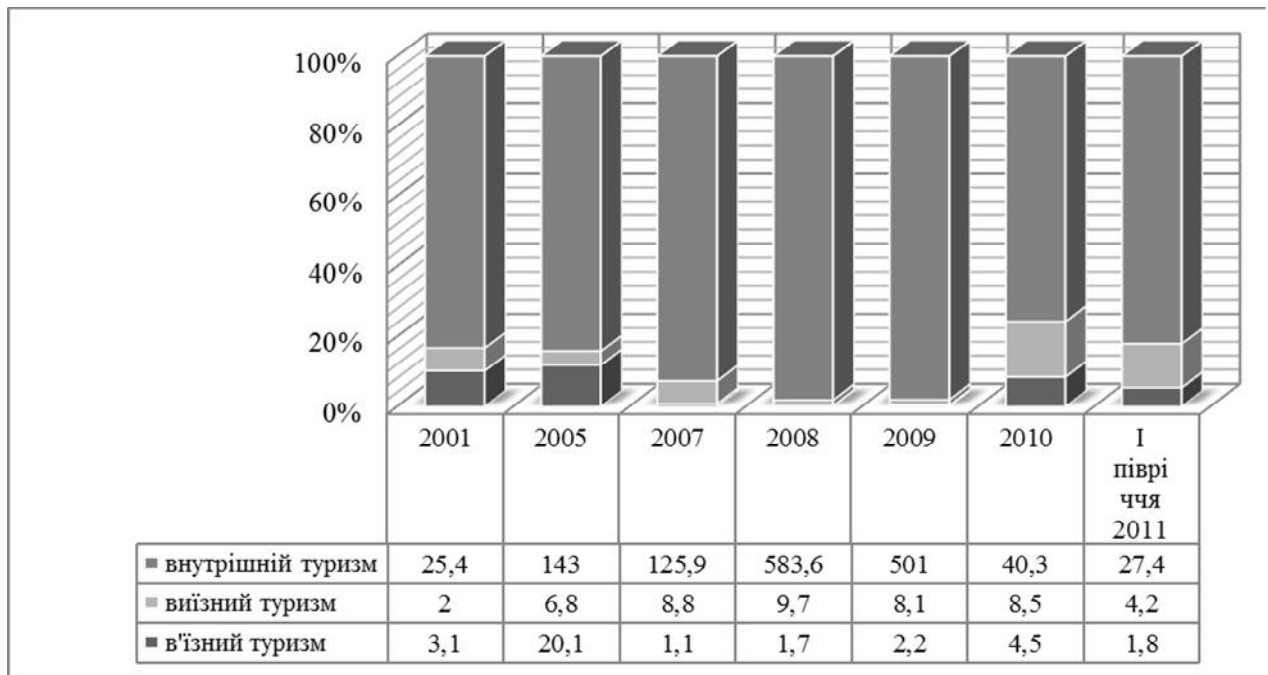
**Рис. 2.17. Динаміка кількості туристів та екскурсантів за 2000-2011 рр.[102,104]**

У процесі аналізу туризму у Івано-Франківській області доцільно дослідити стан внутрішнього туризму. Найбільша кількість внутрішніх туристів припала на 2007 р. та 2008 р. і становила 1,259 млн осіб та 583,5 тис.осіб відповідно.

Спостерігається тенденція скорочення внутрішнього туризму з 501 тис. осіб до 40,3 тис. осіб. у 2009-2010 рр. відповідно за даними обласного управління статистики [61].

Згідно даних Івано-Франківської ОДА, у I півріччі 2011 р. Івано-Франківську область відвідало 27,4 тис. осіб, що на 213 осіб більше, порівняно з відповідним періодом 2010 р. (27 228 осіб) [45].

Слід зазначити, що у I півріччі 2011 р. частка внутрішніх туристів (80,2%) значно переважає частку іноземних туристів в області (3,8%). Проте дана тенденція спостерігалася і протягом останніх десяти років.



**Рис. 2.18. Динаміка та структура туристів протягом 2001-2011 років, тис. осіб [102,104]**

Проаналізуємо діяльність суб'єктів туристичної сфери у Івано-Франківській області. Якщо у I півріччі 2011 р. кількість зареєстрованих ліцензованих туристичних підприємств 96, послугами яких скористалися 33,5 тис. осіб згідно даних Івано-Франківської ОДА [45], то у I півріччі 2009 – туристичні послуги надали 93 суб'єкти господарювання 33,1 тис. туристів [61].

Згідно даних Головного управління статистики в Івано-Франківській області, у першому півріччі 2008 р. у Івано-Франківській області послугами 73 ліцензованих туристичних підприємств скористалися 486,2 тис. осіб [61].

Отже, протягом досліджуваного періоду спостерігалася тенденція зростання ліцензованих туристичних підприємств, що свідчить про посилення зацікавленості населення щодо туристичної діяльності.

**Таблиця 2.12**

**Діяльність суб'єктів туристичної сфери у Івано-Франківській області**

	I півріччя 2011 р.	I півріччя 2009 р.	I півріччя 2008 р.
Загальна кількість суб'єктів господарювання	96 [45]	93 [61]	72 [61]
Кількість осіб, які скористалися	33,5 [61]	33,1 [61]	486,2 [61]



послугами тур фірм, тис.осіб			
---------------------------------	--	--	--

У результаті зростання кількості туристів, а, отже, і обсягів реалізації наданих тур послуг у I половині 2011 р. порівняно з відповідним періодом 2010 р. зросла і кількість туристичних підприємств в Івано-Франківській області.

Згідно даних Івано-Франківської ОДА, успішно на ринку працюють такі фірми: ТзОВ "Парктур"; ЗАТ "Івано-Франківськтурист"; ТзОВ "Туристична фірма "Надія"; ПП "Перлина Карпат"; ТА "Карпатка"; ТА "Еней"; ТА "Абрикос"; ПП "Кей"; ТА "Авангардний туризм"; ПП "Галичанка ІФ"; ТА "Еней-плюс"; ПП "Євротур-ІФ", а найбільшу кількість туристів прийняли наступні фірми: ТзОВ "Парктур"; ЗАТ "Івано-Франківськтурист" та ТзОВ "Туристична фірма "Надія" [45].

Суб'єкти господарювання туристичної сфери		
- ТОВ "Парктур";	- ТА "Карпатка";	- ТА "Авангардний туризм";
- ЗАТ "Івано-Франківськтурист";	- ТА "Еней";	- ПП "Галичанка ІФ";
- ТзОВ "Туристична фірма "Надія";	- ТА "Абрикос";	- ТА "Еней-плюс";
- ПП "Перлина Карпат";	- ПП "Кей";	- ПП "Євротур-ІФ".

**Рис. 2.19. Успішні фірми на ринку Івано-Франківської області станом на I півріччя 2011р. [45]**

Наступним кроком є аналіз фінансового стану туристичної галузі Івано-Франківської області. За статистичними даними Івано-Франківської ОДА, станом на I півріччя 2011 р. обсяги обслуговування туристів становили 22,18 тис. дол. Даний показник у досліджуваному періоді зріс на 5,15 тис. дол. порівняно із I півріччям 2010 р. (17,03 тис. дол.). Спостерігається тенденція зростання надходжень іноземної валюти у I половині 2011 р. до 165,00 тис. дол.

порівняно із відповідним періодом минулого року (50,062 тис. дол.).

Згідно даних ОДА, у першому півріччі 2011 р. від діяльності туристичних підприємств до бюджетів всіх рівнів надійшло 28 337,46 тис. грн. [45].

Отже, зростання валютних надходжень свідчить про підвищений інтерес іноземних туристів до туристично-рекреаційного потенціалу Івано-Франківської області, а це означає, що регіон має усі необхідні умови для динамічного розвитку міжнародного туризму.

**Таблиця 2.13**

**Фінансовий стан туристичної галузі в Івано-Франківській області у I половині 2010-2011 рр.**

	<b>Обсяги обслуговування туристів, тис.дол.</b>	<b>Надходження іноземної валюти, тис.дол.</b>
<b>I півріччя 2011 р.</b>	22,18 [45]	165,00 [45]
<b>I півріччя 2010 р.</b>	17,03 [45]	50,062 [45]

Розвиток міжнародного туризму в Івано-Франківській області позитивно впливає на сферу зайнятості, оскільки, за даними ОДА, середньооблікова кількість працівників по туристичних фірмах Івано-Франківщини у I половині 2011 р. зросла на 185 осіб і становить 648 осіб, порівняно із відповідним періодом минулого року, коли у сфері туризму було зайнято 463 особи [45].

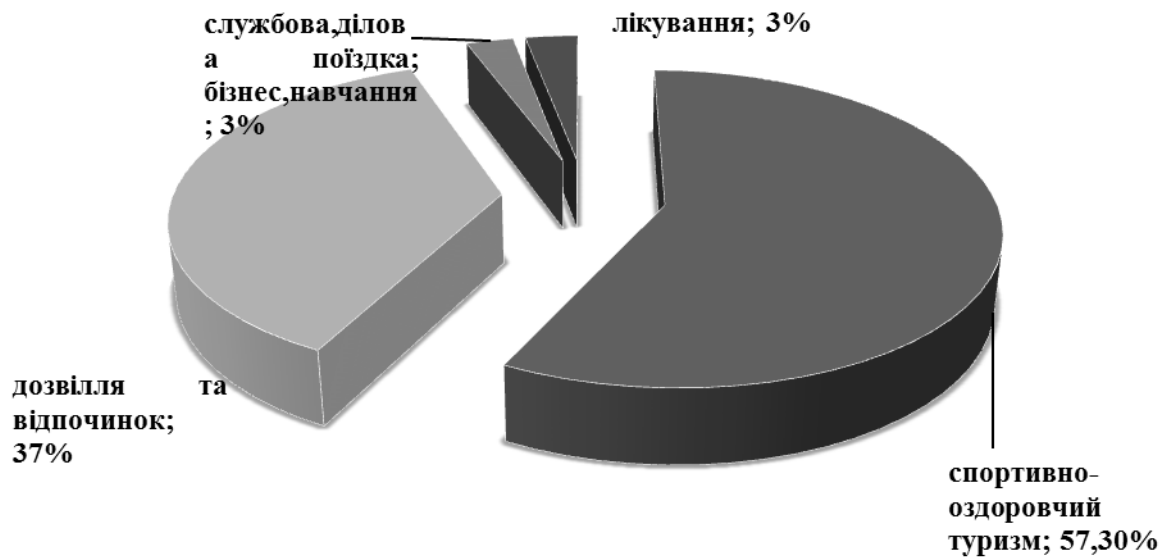
**Таблиця 2.14**

**Зайнятість працівників у туристичній сфері у I половині 2010-2011 рр.**

	<b>Середньооблікова кількість працівників у туристичних фірмах, осіб</b>
<b>I півріччя 2011 р.</b>	648 [45]
<b>I півріччя 2010 р.</b>	463 [45]

Структура обслуговування туристів за метою приїзду наведена на рисунку 6. Як свідчать дані обласного управління статистики, основною метою подорожей для усіх категорій туристів у I половині 2011 р. залишається спортивно-оздоровчий туризм – 57,3% від загальної кількості туристів; мали на меті дозвілля та відпочинок – 36,7 %; незначна кількість туристів перебувала з

метою лікування - 3,0%, у службовій, діловій поїздці чи бізнесових цілях - 2,7% (див. Рис. 2.6.) [61].



**Рис. 2.20. Структура обслуговування туристів за метою приїзду у I півріччі 2011р. [61]**

Протягом 2005-2006 рр. кількість готелів зростає з 33 закладів до 37 відповідно, а у 2007 р. – скоротилася до 34 закладів.

Тенденція зростання кількості готелів та інших місць для тимчасового проживання спостерігалася протягом 2007-2010 рр. з 34 до 38 закладів.

**Таблиця 2.15**

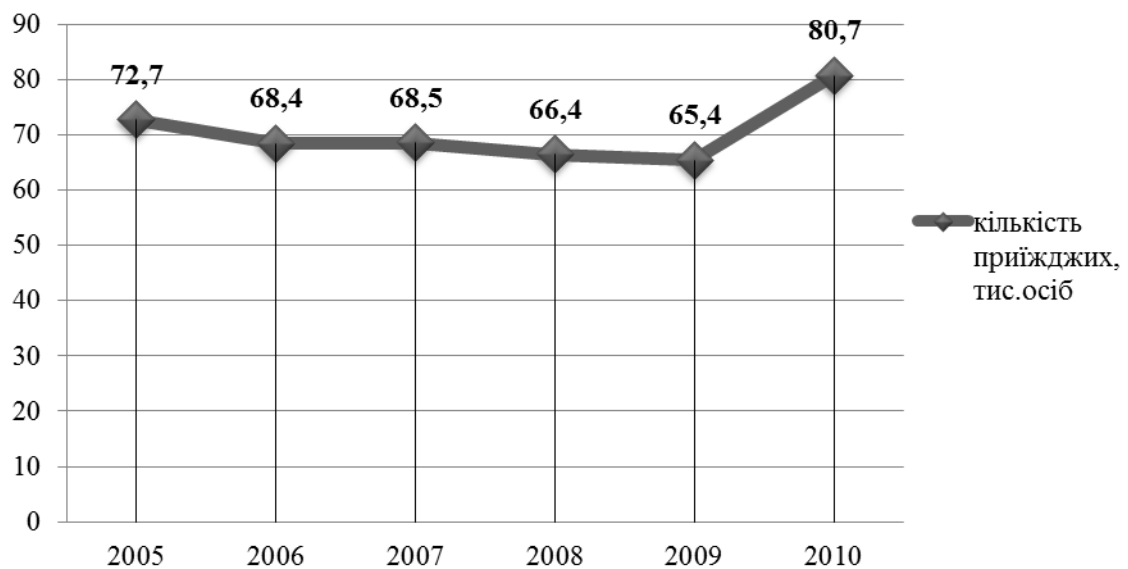
**Кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання протягом 2005-2010 рр. [61]**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Кількість готелів та інших місць тимчасового проживання</b>	33	37	34	35	37	38
<b>Обслуговано приїжджих, тис. осіб</b>	72,7	68,4	68,5	66,4	65,4	80,7

Кількість осіб, які скористалися послугами готелів, скоротилася з 72,7

тис. осіб 68,4 тис. осіб протягом 2005-2006 рр. Дана тенденція спостерігалася і протягом 2007-2009 рр. з 68,5 тис. осіб до 65,4 тис. приїжджих.

За даними обласного управління статистики, найбільша кількість приїжджих – 80,7 тис. осіб – скористалася послугами готелів та інших місць тимчасового проживання на Івано-Франківщині у 2010 р., а це, у свою чергу, позитивно впливає на розвиток міжнародного туризму у Івано-Франківській області [61].



**Рис. 2.21. Динаміка кількості наданих туристичних послуг готелями та іншими місцями для тимчасового проживання туристам у 2005-2010 рр. [61]**

Згідно статистичних даних Головного управління статистики в Івано-Франківській області, зовнішня торгівля послугами готелів та ресторанів у 2011 р. розподілилася наступним чином: імпорт послуг становив 3190,0 тис. дол. і перевищив обсяги експорту на 2620,7 тис. дол. (експорт становив 569,3 тис. дол.) [61].

**Таблиця 2.16**

**Зовнішня торгівля послугами готелів та ресторанів регіону у 2011 р. [61]**

	Експорт		Імпорт		Сальдо
	тис.дол.США	у % до 2010 р	тис.дол.США	у % до 2010 р	

<b>Послуги готелів і ресторанів</b>	569,3	154,4	3190,0	138,6	-2620,7
-------------------------------------	-------	-------	--------	-------	---------

Слід відмітити, що у Івано-Франківській області крім готелів, які надають послуги туристам, існує база санаторно-курортних та оздоровчих закладів. Так, згідно статистичних даних обласного управління статистики у 2011 р. у області функціонувало 35 санаторно-курортних закладів, з них 11 санаторіїв, по 6 – санаторіїв-профілакторіїв, баз та інших закладів відпочинку і дитячих оздоровчо-санаторних закладів, 4 пансіонати з лікуванням, по одному – будинок відпочинку та пансіонат [61]. Дані заклади сприяють збільшенню кількості надання лікувально-оздоровчих, туристичних, спортивних послуг усім категоріям туристів. Протягом року вищенаведені заклади надали послуги 43,6 тис. осіб. Слід зазначити, що більшість осіб, які скористалися послугами санаторно-курортних закладів області – внутрішні туристи.

Таким чином, за результатами дослідження стану міжнародного туризму в Івано-Франківській області за показниками, - в'їзний та виїзний туризм; внутрішній туризм; діяльність суб'єктів туристичної сфери; фінансовий стан туристичної галузі; структура обслуговування туристів за метою подорожі; кількість закладів розміщення (готелі та санаторно-курортні заклади) та обсяги наданих ними тур послуг, - можна зробити висновок про те, що туристична галузь Івано-Франківської області розвивається доволі динамічно, проте із відсутністю відповідності її наявному туристично-рекреаційному потенціалу.

## **Висновки до розділу 2**

За результатами дослідження поточного стану міжнародного туризму в Європі, зокрема його аналізу в Україні, а також у результаті отриманих розрахунків щодо використання міжнародного туристичного потенціалу у Івано-Франківській області, доцільно зробити наступні висновки.

Більшість показників статистичної звітності, які використовувались при аналізі туристичної сфери, характеризують наступні тенденції розвитку міжнародного туризму у Європі. Оскільки Європа давно визнаний центр формування тур потоків, то відповідно і темпи росту туризму тут найвищі. У результаті збільшення міжнародних туристичних потоків, у Європі паралельно покращився і фінансовий стан туризму, не зважаючи на те, що регіон і досі перебуває під впливом наслідків глобальної економічної кризи.

В усіх європейських країнах зафіксовано приріст міжнародного туризму. Оскільки збільшилися потоки в'їзного туризму, то відповідно і рівень доходів від участі у міжнародному туризмі зріс. Особливо це стосується наступних країн: Іспанія, Франція, Італія, ФРН та Сполучене Королівство. Щорічно п'ятірку лідерів відвідує найбільша кількість туристів з усіх куточків світу.

Не зважаючи на те, що найвищі дані показників росту міжнародного туризму зафіксовано у Європі вже у 2012 р. за прогностичними оцінками даний регіон може втратити позиції лідера, а його місце може зайняти Азійсько-Тихоокеанський регіон.

Поточний стан міжнародного туризму у Європі має як безпосередній, так і опосередкований вплив на його розвиток в Україні. Не зважаючи на те, що Україна, маючи значний туристично-рекреаційний потенціал, може стати одним із центрів світової тур індустрії, вона значно відстає за показниками, які характеризують стан та розвиток міжнародного туризму, від провідних європейських країн.

Враховуючи переважання кількості внутрішніх туристів, переважання частки іноземних туристичних прибуттів з країн СНД і зменшення з Європи, та незначне інвестування туризму можна зробити висновок, що Україна займає доволі невелику нішу на міжнародному ринку тур послуг, а тому Україна і демонструє невисокі темпи росту міжнародного туризму.

Аналіз стану вітчизняного туристичного ринку свідчить про те, що аналогічні тенденції розвитку міжнародного туризму спостерігаються і на рівні Івано-Франківського регіону. Таким чином, не зважаючи на те, що

міжнародний туристичний потенціал Івано-Франківської області не використовується у повній мірі, досліджуваний регіон уже зараз має наявні можливості стати однією із розвинених туристичних дестинацій на українському туристичному ринку, а згодом і на європейському.

## РОЗДІЛ 3

### НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

#### 3.1. Проблемні аспекти міжнародного туризму в Європі

У результаті різних рівнів соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів, міжнародний туризм у світі розвивається досить нерівномірно [67].

Туризм є однією із найбільш динамічних галузей світової економіки, яка реагує на будь-які коливання ринкової кон'юнктури. Деякі країни й цілі континенти на тлі зазначених подій зазнають суттєвих втрат, оскільки туроператори відмовляються від співпраці з готелями, скорочуються потоки туристів, різко падають доходи як окремих туристичних агенцій, так і надходження в бюджети країн. Інші країни через зміну сучасних пріоритетів, навпаки, стають центрами туристичної індустрії і швидкими темпами починають розвивати відповідну інфраструктуру.

Успіх Європи пояснюється такими чинниками: великий сегмент населення має крупні реальні доходи; значна частина населення європейських країн надає перевагу проведенню відпустки за кордоном, але не дуже далеко від своєї країни; наявність безлічі культурно-історичних пам'яток, створених природою і людиною; попит на міжнародні подорожі задовольняється добре розвинутою інфраструктурою [17].

Попит у сфері міжнародного туризму зберігається на відповідному рівні, незважаючи на економічну невизначеність на багатьох великих туристичних ринках, стихійних явищ в одних країнах та політичних і соціальних заворушень в інших, проблематичні погодні умови в окремих регіонах Європи [57].

За відносною втратою домінуючого положення Європи стоять такі чинники:

- деякі західноєвропейські країни терплять падіння конкурентоспроможності внаслідок старіння їх туристичного продукту;



- окремі східноєвропейські країни переживають труднощі в пристосуванні своїх туристичних секторів до ринкової економіки;
- деякі північноєвропейські країни дуже дорогі для туристів, що неминуче впливає на їх конкурентоспроможність;
- росте популярність країн Південно-Східної Азії, які успішно розвивають свою туристичну індустрію і відволікають світовий потік туристів на себе [67].

Проаналізуємо проблематичні аспекти міжнародного туризму у Європі протягом 2009-2011 рр.

Протягом 2008-2009 рр. Європейський туристичний регіон зазнав найбільш негативного впливу міжнародної фінансової та економічної кризи.

Протягом 2009-2010 рр. туристичний ринок Європи відновлюється на тлі наступних негативних тенденцій: боргова криза у Європі; нестабільність євро; політика жорсткої економії; жорсткіші вимоги оподаткування туристичної галузі [83].

На темпи зростання міжнародного туризму в Європейському туристичному регіоні негативно вплинули колапси в роботі повітряного транспорту (пов'язані з виверженням вулкану в Ісландії у 2010 р.) та економічна невизначеність Єврозони [17].

Через світову економічну кризу економіка багатьох європейських країн значно постраждала, проте в даний час вона знаходиться на шляху відновлення. Туристична промисловість - головне джерело відновлення економіки в країнах Європи. Сфера туризму виходить на колишній рівень навіть у таких країнах, де економічна криза найбільш негативно вплинула на економіку. Отже, у I півріччі 2011 р. Європейський ринок туризму відновлюється досить швидко [107].

Не зважаючи на вищезазначені тенденції, на початку 2012 року згідно даних Європейської Туристичної Комісії можна виокремити основні проблемні аспекти міжнародного у Європі:

- ✓ зменшення кількості поїздок до країн ЄС унаслідок політики жорсткої економії бюджетних коштів та нестабільності фінансового ринку;

- ✓ найстабільніші туристичні ринки європейських країн помітно знизили свою активність, що свідчить, на думку експертів ЄТК, про чергову хвилю глобальної рецесії;
- ✓ за прогностичними даними, найбільш негативного розвитку міжнародного туризму зазнає Західна та Південна Європа;
- ✓ проблема зовнішньої заборгованості у європейських країнах, - Греції, Ірландії, Португалії, - найбільш негативно впливає на розвиток міжнародного туризму у Європі. У результаті неспроможності зупинити зниження ділової та фінансової активності у Єврозоні, Європа втратить домінуючі позиції найбільш популярного туристичного центру на міжнародному ринку туристичних послуг [40].

Туристичні тенденції у Європі помітно впливають на проблемні аспекти міжнародного туризму в Україні.

При тому, що в'їзний туризм в Україні проголошений пріоритетним, іноземний туризм досі не відіграє належної ролі в житті України. Недостатній рівень розвинутої мережі та об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам, низький рівень комфортності, технологічна відсталість галузі, низький рівень обслуговування – все це не дає змоги приймати іноземних туристів у бажаній кількості та на належному рівні [57].

Таким чином, вищезазначене дає змогу стверджувати, що нині країна відіграє незначну роль на міжнародному туристичному ринку [32], незважаючи на наявність значного туристичного потенціалу [35]. Серед основних чинників, що обмежують розвиток міжнародного туризму в Україні, - штучні перешкоди навколо процесу надання туристичних віз іноземними дипломатичними представництвами, насамперед країн ЄС і США [32].

Таким чином, проблематичні аспекти міжнародного туризму в Україні зумовлені дією наступних груп чинників:

1. управлінського характеру;
2. економічного походження;

3. соціального походження;
4. природоохоронного характеру [65].
5. технологічного походження.

Проаналізуємо кожну групу чинників окремо, для того, щоб дослідити поточний стан туристичної сфери України.

Чинниками, які перешкоджають нормальному функціонуванню туризму в Україні є законодавча та регуляторна база України [9]. Туризм у державі декларативно оголошений, але фактично не визнаний за пріоритетну складову економіки. Також в Україні відсутня цілісна система державного управління туризмом у регіонах та присутня неточність визначення туристичної галузі в законодавстві та абстрактними цілями [35]. Фактором, який перешкоджає розвитку туризму є недоліки в системі регіонального управління розвитком туризму [56].

Як правило, орієнтація на туризм у політиці держави обмежується лише декларацією намірів і на практиці реально не позначається. Ускладнює розвиток галузі відсутність скоординованості в управлінні туристичною діяльністю та різновідомча підпорядкованість об'єктів туристичної діяльності [9]. Також для туристичної галузі України притаманна недостатність державної підтримки та комплексного підходу щодо позиціонування національного туристичного продукту на внутрішньому і міжнародному ринку туристичних послуг.

Наслідком впливу даної групи чинників, є те, що вони негативно впливають на реалізацію туристичного потенціалу України та сучасний розвиток у цивілізаційних умовах тотальної глобалізації [9].

Проаналізуємо групу чинників економічного походження. Світова фінансова криза та загальна економічна рецесія 2008–2009 рр. автоматично відобразилися на діяльності туристичної та курортно-рекреаційної галузі.

Туризм у державі не став привабливою галуззю економіки, що спричинило відсутність інвестицій в український ринок туристичних послуг, а це, в свою чергу не стимулює у достатньому обсязі створення легальних

додаткових робочих місць та зайнятості населення [35].

Туризм у нашій державі не приносить жаданні прибутки, а навпаки демонструє надійний канал їх відпливу. Туристичний інтерес туроператорів пов'язаний лише з виїзним туризмом [35] як найбільш прибутковим. Для залучення ж іноземних туристів в Україну потрібна не тільки промоція на міжнародному ринку, достойний рівень розвитку туристичної і суміжних інфраструктур, а й активна підтримка розвитку туристичної індустрії та стабільна позиція держави в цьому питанні [65].

Слід зазначити, що недостатнє фінансове забезпечення туристичної діяльності та недоліки в системі оподаткування не сприяють вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекс. Також значне податкове навантаження та відсутність стимулюючих інструментів щодо внутрішнього та іноземного туризму не сприяє створенню сприятливого середовища для бізнес-діяльності [9].

Перешкоджає розвитку туризму і велика питома вага сектору «тіньової економіки» в сфері туризму України та відсутність дієвих важелів щодо його скорочення [56].

Рецесія розвитку міжнародного туризму викликана інертністю інвестиційних процесів у розвиток матеріальної бази туризму та незадовільним станом туристичної, сервісної, соціальної та інформаційної інфраструктури потенційних зон і міжнародних транспортних коридорів, та недостатністю науково-дослідницького забезпечення галузі. Не можна залишити поза увагою і вплив сезонності, деструктивний склад туристичної пропозиції та відсутність цілісності та диверсифікованості, а також відсутність відповідної сервісної інфраструктури для розвитку туристичної діяльності в сільській місцевості [9].

Проаналізуємо проблеми соціального походження. Відсутність розгалуженої та прозорої інформації про результати розвитку туристичної діяльності в Україні, об'єктивної рекламної інформації та недостатня кількість туристичних представництв України за кордоном негативно впливають на формування міжнародного туризму в Україні [56].

У державі майже відсутній дієвий механізм відродження внутрішнього соціального туризму [56], внаслідок чого можливість населення користуватися туристичними послугами ускладнена через низьку купівельну спроможність;

Гармонійному розвитку галузі заважає також низька туристична культура як населення, так і туристів, а також недостатня обізнаність про економічні можливості туризму в регіонах. При залученні в Україну іноземних туристичних потоків виникають проблеми й через мовний бар'єр. Бракує висококваліфікованих спеціалістів, а участь навчальних закладів в розбудові українського туризму низька .

Характерною рисою «українського» туризму є відсутність ефективних маркетингових інструментів та ринку та невідповідність переважної більшості туристичних об'єктів міжнародним стандартам, що спричиняє відсутність єдиної стратегії просування українського турпродукту на міжнародному [9].

Наступним етапом є аналіз проблеми природоохоронного характеру. Не зважаючи на той факт, що в Україні створена значна кількість природоохоронних територій, а найбільшою популярністю користуються Карпатський та Шацький національні природні парки, біосферний заповідник «Асканія-Нова», численні дендропарки, заказники, пам'ятки садово-паркового мистецтва і не менш відвідуваними є місця розкопок на території існування древніх міст – Херсонесу, Ольвії, Тіри та ін [58], та прийнято Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища», основними проблемами розвитку туризму в Україні, з однієї сторони, є неефективне та нераціональне використання природних ресурсів [58], а з іншої – недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази, і як результат, ігнорування чинних законодавчих актів багатьма природокористувачами. Також не встановлені межі охоронних зон усіх видів, а показники резервних територій для розвитку курортів практично не визначені, а це є необхідною умовою збереження природно-рекреаційних ресурсів України [108].

Проаналізуємо проблеми технологічного характеру, які негативно впливають на розвиток міжнародного туризму в Україні. Вагомою проблемою є

технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовують туристичні технології, які у розвинених країнах набули ознак повсякденної ужитковості: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються [52].

Дослідження поточного стану туристичного сектора в Україні дозволяє виокремити наступні негативні тенденції його розвитку. Поточна організація рекреаційного господарства України – незадовільна та неконкурентоспроможна на світовому ринку туристичних послуг. Основний матеріально-технічний комплекс застарілий, 70% його потребують реконструкції та відновлення, рівень сервісу не відповідає міжнародним стандартам, відсутня індустрія розваг, а наявна – хаотична та неорганізована, пам'ятки культури та історії занедбані, низку проблем екологічного, соціального та економічного характеру не вирішено [9].

Загальний стан туристичної інфраструктури України доволі непоганий, але деталізований аналіз розкриває деякі проблеми стосовно недостатності місць розміщення, незадовільної за міжнародними стандартами якості послуг та браку туристичної пропозиції. Характерною особливістю туристичної галузі України є виражена сезонність. Основна причина такого – неготовність більшості туристичних об'єктів на гідному рівні приймати туристичний потік у міжсезоння (на відміну від зарубіжної туристичної інфраструктури), що значно знижує реалізацію туристичного потенціалу України, відповідно потенціал національних рекреаційних ресурсів використовується не на повну потужність [9]

В основних туристичних зонах більшість готелів була збудована декілька десятиліть тому та потребує відновлення. В Україні бракує готельного фонду. Нестача готельних номерів зумовлює дуже високі за міжнародними стандартами ціни на готельні послуги в Україні. Проблемним також є питання рівня послуг, що не завжди задовольняють потреби міжнародного туристичного потоку [65].

Варто також зауважити, що наведений перелік чинників не є остаточним, оскільки виділяють наступні чинники, які опосередковано впливають на стан міжнародного туризму в Україні:

- політичного походження;
- недостатнє науково-дослідне забезпечення;
- низький рівень рекламно-інформаційного забезпечення;
- мовний бар'єр;
- чинники культурного характеру, зокрема низький рівень туристичної культури населення та туристів.

Таким чином, аналіз офіційної інформації свідчить про недостатньо високий розвиток в'їзного туризму в Україні [22] та її слабку включеність в міжнародну індустрію туризму, що свідчить про необхідність розвитку та активізації використання туристичного потенціалу країни [60].

Підсумкові результати дослідження проблемних аспектів міжнародного туризму та їх чинників наведено у табл. 3.1.

**Таблиця 3.1**

**Основні проблемні аспекти міжнародного туризму в Україні**

№	Чинники, які стримують розвиток міжнародного туризму в Україні	Проблеми міжнародного туризму в Україні, зумовлені дією чинника
1.	Управлінського характеру	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недостатнє нормативно-правове забезпечення міжнародного туризму.</li> <li>2. Прогалини у регіональному регулюванні туризму [36], [22].</li> <li>3. Різновідомча підпорядкованість об'єктів туристичної діяльності [9].</li> </ol>
2.	Економічного походження	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зниження зайнятості через відсутність інвестування в український ринок тупослуг [35].</li> <li>2. Орієнтація туроператорів на виїзний туризм як найбільш прибутковий [35].</li> <li>3. Недостатнє фінансове забезпечення та недоліки оподаткування туристичної сфери [9].</li> <li>4. Велика питома вага сектору «тіньової» економіки у туризмі [56].</li> </ol>
3.	Соціального походження	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Відсутність розгалуженої інформації про результати розвитку туристичної діяльності в Україні.</li> <li>2. Відсутність об'єктивної рекламної інформації.</li> </ol>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>3. Незначна кількість туристичних представництв України за кордоном.</li> <li>4. Відсутність соціального туризму.</li> <li>5. Низький рівень туристичної культури [123].</li> </ul>
4.	Природоохоронного характеру	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Неефективне та нераціональне використання природних ресурсів [58].</li> <li>2. Невиконання чинної законодавчої бази природо користувачами.</li> <li>3. Відсутність меж охоронних зон усіх видів [108].</li> </ul>
5.	Технологічного походження	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Відсутність туристичних технологій (електронні інформаційні довідники) [52].</li> <li>2. Неконкурентоспроможність рекреаційного господарства на світовому ринку тур послуг [9].</li> <li>3. Слабка база готельного фонду [65].</li> <li>4. Низький рівень розвитку туристичної інфраструктури [36], [22].</li> </ul>

[36],[22]

Отже, міжнародний туризм має важливе значення та є одним із найбільш динамічних сегментів світового ринку послуг у епоху глобалізації. Глобальна економічна криза негативно вплинула на даний сектор, проте згідно даних ВТО прогнозується значне зростання ємкості світового туристичного ринку. Оскільки Україна в даній сфері не є країною-аутсайдером та існує багато прогалин у функціонуванні, то вирішення вищезазначених проблем та послідовна реалізація даних рекомендацій сприятиме успішному розвитку міжнародного туризму в Україні.

### **3.2. Основні принципи та стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні**

Аналіз наукових статей та законодавчої бази у сфері туризму показав, що український туризм характеризується як позитивними, так і негативними тенденціями розвитку, проте існує багато проблем, які необхідно розв'язати за допомогою перегляду принципів і пріоритетів регулювання, вдосконалення системи механізмів управління туристичною галуззю [48]. Актуальними залишаються питання створення нормативно-правової бази державного регулювання у сфері туризму, податкової політики, приватизацій акціонування, створення сприятливих інвестиційних умов. Крім того, необхідно обумовити



повноваження та участь держави в регулюванні туристичного ринку, оскільки саме вона формує основні умови функціонування суб'єктів туристичної діяльності як на національному, так і на міжнародному рівні. Способи та методи впливу, які використовуються сьогодні для регулювання туристичної галузі, не завжди виявляються адекватними сучасним умовам та тенденціям. Для зміни ситуації на краще, необхідно вдосконалювати механізми регулювання господарської діяльності з урахуванням досвіду країн з розвинутою туристичною індустрією [48].

Найважливішим кроком, який уряд передбачив з метою вдосконалення державного регулювання туристичного сектору економіки, було затвердження Закону «Про внесення змін до Закону України «Про туризм», згідно якого, ліцензуванню підлягає лише туроператорська діяльність [75]1] та щодо надання туристичних послуг. Згідно нього туризм проголошено одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури, а тому розвиток не тільки внутрішнього, а й міжнародного туризму повинен базуватися на наступних принципах:

1. забезпечення безпеки туристів;
2. забезпечення раціонального використання та збереження туристських ресурсів;
3. становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України;
4. створення ефективної системи туристської діяльності для забезпечення потреб внутрішнього та іноземного туризму;
5. створення і вдосконалення нормативно-правової бази в галузі туризму у відповідності з діючим законодавством України, міжнародними нормами і правилами;
6. створення економічних умов, які б стимулювали розвиток туризму в Україні;
7. залучення національних та іноземних інвестицій в розвиток туристичної індустрії;

8. підтримка розвитку туризму в регіонах, визначення статусу окремих туристських центрів, створення умов для пріоритетного розвитку туристичної індустрії;
9. розвиток співробітництва з зарубіжними країнами і міжнародними організаціями, участь в міжнародних програмах розвитку туризму;
10. розроблення та заключення двохсторонніх міжнародних і багатосторонніх договорів в галузі туризму [21];
11. збереження природних історико-культурних ресурсів;
12. прискорення темпів розвитку, збільшення частоти очікуваних доходів від сфери туризму у бюджетах усіх рівнів [75]3].

Слід наголосити, що основні напрями державної політики щодо розвитку міжнародного туризму в Україні лежать у двох площинах:

1. забезпечення двостороннього туристичного співробітництва з іноземними державами (туризм в Україні розвивається ринковим шляхом та забезпечує значний економічний ефект, розвиток суміжних галузей, підприємництва, зокрема середнього та малого, зайнятість населення, має сприяти виходу економіки з кризи, національно-культурному відродженню держави);
2. забезпечення багатостороннього туристичного співробітництва з міжнародними організаціями (потенціал багатостороннього співробітництва стимулює розвиток міжнародного співробітництва на регіональному та місцевому рівні (між областями України та інших держав) здійснюється через розбудову міжрегіональної договірної бази, здійснення спільного маркетингу, створення корпоративних міжрегіональних турпродуктів, проведення регіональних виставкових і науково-практичних заходів (ярмарки, семінари, презентації) реалізацію спільних проектів по розбудові регіональної туристичної інфраструктури тощо.

Безсумнівно, лібералізація на взаємній основі формальностей, пов'язаних з подорожами українських туристів до зарубіжних туристичних країн є

необхідною передумовою розвитку в Україні міжнародного туризму, отримання реальних економічних ефектів від туристичної діяльності та посилення євроінтеграційних процесів в Україні [32].

У результаті аналізу було досліджено, що проблемні аспекти міжнародного туризму в Україні зумовлені дією чинників управлінського та природоохоронного характеру, економічного та соціального походження, і технологічного походження. А тому, у відповідності до вищезазначеного сформулюємо основні стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму та систематизований комплекс інструментів їх впровадження, які, у свою чергу, сприятимуть формуванню позитивного туристичного іміджу України у всесвітньому туристичному просторі. Основні стратегічні напрями, інструменти впровадження та їх інституційне забезпечення щодо розвитку міжнародного туризму в Україні наведено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

### Стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні

№	Стратегічні напрями	Інструменти впровадження	Інституційне забезпечення
1	Законодавчий, управлінський та адміністративний напрями	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вивчення міжнародного досвіду управління у сфері туризму [9].</li> <li>2. Вдосконалення законодавства у сфері туризму [9].</li> <li>3. Законодавче оформлення і практичне дотримання державних гарантій та системи безпеки для іноземних і вітчизняних туристів.</li> <li>4. Підготовка проектів і укладання нових міжурядових угод, а також угод між спеціалізованими національними та іноземними органами управління про співробітництва в сфері туризму [57].</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Державне агентство України з туризму та курортів.</li> <li>2. Функціонування Громадської ради при Держтуризмкурорті.</li> <li>3. Діяльність спільної Робочої групи ДПС України та Держтуризмкурорту.</li> </ol>

2	Економічний напрям	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Створення економічних і правових механізмів щодо пріоритетної підтримки в'їзного туризму [57].</li> <li>2. Розробка проектів правових актів з питань забезпечення державного регулювання міжнародної торгівлі туристичними послугами з урахуванням членства України у ВТО [57].</li> <li>3. Збільшення розмірів державних субсидій для реалізації туристичних проектів [22].</li> <li>4. Формування сприятливого клімату для активізації бізнесової та інвестиційно-інноваційної діяльності в туристичній галузі [9].</li> <li>5. Запровадження у зоні МТК спеціального режиму інвестування [57].</li> <li>6. Стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу у сфері міжнародного туризму.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України.</li> <li>2. Функціонування Асоціації Лідерів Турбізнесу (АЛТУ).</li> <li>3. ДП «Національний туристичний офіс».</li> </ol>
3	Соціальний напрям	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розбудова соціально-економічної сфери за рахунок повної реалізації туристичного потенціалу [9].</li> <li>2. Розробка механізму державної підтримки впровадження туристичного продукту соціального характеру [142].</li> <li>3. Державна підтримка сектора соціально орієнтованих тур продуктів (туризм інвалідів, дітей-сиріт) [6].</li> <li>4. Створення збалансованої мережі об'єктів побутового обслуговування, насамперед тих, які надають соціальні види послуг [142].</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Створення структурного Відділу соціальноорієнтованого туризму у складі Держтуризмкурорту.</li> </ol>
4	Природоохоронний напрям	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Раціональне використання природних ресурсів та інтенсивні методи розвитку рекреаційних територій [22].</li> <li>2. Створення програм із захисту довкілля та культурної спадщини [9].</li> <li>3. Стимуляція бажання використовувати природозберігаючі товари та послуги [6].</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Міністерство екології та природних ресурсів України (Мінприроди України).</li> <li>2. Всеукраїнська громадська організація „Туристична Асоціація України”</li> </ol>
5	Технологічний напрям	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Модернізація існуючої готельної бази [142]</li> <li>2. Впровадження прогресивних технологій туристичного обслуговування [36].[22]</li> <li>3. Вдосконалення регіональної туристичної інфраструктури: [22].</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Створення спільної організації «Технологічне забезпечення розвитку туризму в Україні» Відділу туристичної інфраструктури, яка діє в межах Держтуризмкурорту України, та із ДП «Українська туристична інфраструктура».</li> </ol>
6	Організаційний напрям	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Офіційне визнання пріоритетності туристичної галузі.</li> <li>2. Розробка та виконання державних комплексних цільових програм з розвитку туризму в Україні.</li> <li>3. Розробка регіональних програм розвитку туризму [6].</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Держтуризмкурорт України.</li> <li>2. Рада туристичних регіонів України.</li> </ol>

Проаналізуємо більш детально кожен із стратегічних напрямів на основі основних інструментів, сформованих для впровадження з метою розвитку міжнародного туризму в Україні у сучасних умовах.

Розглянемо законодачий, управлінський та адміністративний стратегічні

напрями розвитку міжнародного туризму. Проведений аналіз дозволяє визначити ефективні методи та механізми для функціонування міжнародного туризму в Україні.

Перш за все, для вдосконалення законодавства у сфері туризму необхідно скористатися міжнародним досвідом управління даною галуззю [9]. Важливою складовою даного напрямку є забезпечення законодавчого оформлення і практичного дотримання державних гарантій та системи безпеки для іноземних і вітчизняних туристів [57].

Безперечно, реалізувавши два вищезазначених механізми, доцільно здійснити підготовку проектів і укладання нових міжурядових угод між спеціалізованими національними та іноземними органами управління про співробітництва в сфері туризму [57]. А це означає, що усі методи впровадження даного стратегічного напрямку взаємопов'язані.

Вважаю за доцільне віднести механізми законодавчого, управлінського та адміністративного напрямів до компетенції Держтуризмкурорту, оскільки його основна спеціалізація – реалізація державної політики у сфері туризму та курортів. Також пропоную наступну інституційну одиницю для забезпечення впровадження даного напрямку. Так, при Державній службі туризму і курортів утворено Громадську раду, яка є важливим виконавчим органом в контексті подальшого забезпечення принципу прозорості державної політики в сфері туризму та курортів [41].

Також можна рекомендувати включити створену спільну Робочу групу ДПС України та Держтуризмкурорту до інституційного забезпечення, враховуючи головну мету її функціонування, спрямовану на зростання внутрішнього і в'їзного туристичного потоку [75]1], що і очікується досягти у кінцевому результаті.

У процесі аналізу перейдемо до розгляду методики впровадження економічних та соціальних напрямів для ефективного розвитку міжнародного туризму в Україні.

Основою для становлення індустрії туризму є створення економічних

механізмів щодо пріоритетної підтримки в'їзного туризму та розробки проектів правових актів з питань забезпечення державного регулювання міжнародної торгівлі туристичними послугами з урахуванням членства України у ВТО [57].

Також для вирішення проблем розвитку міжнародного туризму в Україні доцільно для реалізації туристичних проектів збільшити розмір державних субсидій [22].

Безсумнівно, особливу увагу потрібно приділити формуванню сприятливого клімату для активізації бізнесової та інвестиційно-інноваційної діяльності у туристичній галузі [9], а це означає, що потрібно запровадити у зоні МТК спеціальний режим інвестування, який вирішить проблему фінансового забезпечення, а, отже, сприятиме стимулюванню реалізації інвестиційних проектів. І це, у свою чергу, активізує розвиток малого та середнього бізнесу у сфері міжнародного туризму [22].

Таким чином, враховуючи вищезазначені методи, а також поліфункціональність туристичної індустрії як економічної системи, інституційному забезпеченню впровадження економічного напрямку розвитку галузі вважаю за потрібне приділити значну увагу.

Оскільки до основних завдань Мінекономрозвитку України входить забезпечення реалізації державної політики економічного та соціального розвитку, інвестиційної та зовнішньоекономічної політики [47], пропоную створення Ради економічного розвитку туризму в Україні, основною метою якої б стало формування та забезпечення економічної політики у туристичній сфері для подальшої активізації інструментів її впровадження.

Відповідно, до інституційного забезпечення щодо впровадження економічного напрямку розвитку міжнародного туризму доцільно залучити Асоціацію лідерів туристичного бізнесу, враховуючи її спрямованість на забезпечення захисту прав і представництва спільних інтересів суб'єктів туристичної діяльності в державних органах, органах місцевого самоврядування і в міжнародних організаціях [41], що би, у свою чергу, сприяло розвитку бізнесу міжнародного туризму, як одного із інструментів

впровадження, та ДП «Національний туристичний офіс», враховуючи його спрямованість на залучення інвестицій у туристичну сферу [31] для реалізації одного з інструментів - створення сприятливого інвестиційного клімату.

Наступним кроком для розвитку міжнародного туризму є активізація соціального напрямку. Перш за все, необхідно здійснити розбудову соціально-економічної сфери [9], а по-друге, ефективне функціонування туристичного ринку передбачає державну підтримку сектора соціально орієнтованих тур продуктів (туризм інвалідів) [6]. І тільки після реалізації вищезазначених методів, доцільним буде створення збалансованої мережі об'єктів побутового обслуговування, насамперед тих, які надають соціальні види послуг [142]. Пропоную врахувати ієрархічну взаємозалежність усіх вищезазначених інструментів та на цій основі створити структурний Відділ соціальноорієнтованого туризму у складі Держтуризмкурорту як єдиної координаційної інституції для збалансованого розвитку соціального напрямку міжнародного туризму.

Природоохоронний напрям повинен сприяти раціональному використанню природних ресурсів та інтенсивних методів розвитку рекреаційних територій [22]. Для цього необхідно створювати програми із захисту довкілля та культурної спадщини [9], які у кінцевому результаті повинні стимулювати бажання використовувати природозберігаючі товари та послуги [6]. Пропоную, щоб формування та реалізація інструментів природоохоронного напрямку здійснювалося наступними одиницями інституційного забезпечення:

- Міністерством екології та природних ресурсів України (Мінприроди України), оскільки місією його діяльності є формування і забезпечення реалізації державної політики у сфері охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання, відтворення і охорони природних ресурсів, організації, охорони та використання природно-заповідного фонду [46];

- Всеукраїнською громадською організацією „Туристична Асоціація України” із врахуванням того, що основні її завдання спрямовані на забезпечення раціонального використання і збереження природних та історико-культурних ресурсів туризму [31].

Таким чином, можна зробити висновок про те, що покращивши ефективність використання туристичних ресурсів держави, зросте і розвиток міжнародного туризму.

Наступним етапом дослідження є розгляд інструментів впровадження технологічного напрямку для активізації міжнародного туризму в Україні. Одним із основних методів є модернізація існуючої готельної бази. Для ефективного розвитку міжнародного туризму в Україні доцільно впровадити прогресивні туристичні технології [75]4. 121]. У кінцевому результаті це сприятиме активізації процесу вдосконалення регіональної туристичної інфраструктури [22]. Безсумнівно, для впровадження вищезазначених інструментів, спрямованих на розвиток туристичної галузі, пропоную створення спільної організації «Технологічне забезпечення розвитку туризму в Україні» Відділу туристичної інфраструктури, яка діє в межах Держтуризмкурорту України, та із ДП «Українська туристична інфраструктура», оскільки вони близькі за своїм функціональним призначенням: технологічне забезпечення розвитку міжнародного туризму.

Дослідження інструментів впровадження організаційного напрямку стимулювання розвитку міжнародного туризму в Україні стане завершальним етапом даного аналізу.

Організаційний напрям повинен бути спрямований на: офіційне визнання пріоритетності туристичної галузі; розробку та виконання державних комплексних цільових програм та розробку регіональних програм з розвитку внутрішнього та в'їзного туризму в Україні [6].

Таким чином, пропоную, щоб інституційним забезпеченням впровадження вищезазначених інструментів, спрямованих на розвиток організаційного напрямку міжнародного туризму, став Держтуризмкурорт



України, оскільки він здійснює організацію роботи та контроль за виконанням загальнодержавних програм, планів, заходів з питань туризму [41] та вважаю за доцільне створення Ради туристичних регіонів України з метою консолідації зусиль органів виконавчої влади, місцевого самоврядування та підприємств сфери туризму та курортів щодо поширення інформації про регіональні туристичні можливості на міжнародному та внутрішньому ринках та організаційного забезпечення розвитку туризму на регіональному рівні.

Таким чином, реалізація інструментів організаційного напрямку сприятиме розвитку міжнародного туризму в Україні.

Проаналізувавши основні принципи та стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні, можна зробити наступний висновок: послідовне здійснення інструментів впровадження законодавчо-управлінського, економічного, соціального, природоохоронного, технологічного та організаційного напрямів запропонованими інституційними одиницями, сприятимуть вирішенню його основних проблемних аспектів, та активізують ефективне функціонування туристичної галузі, зміцнивши положення країни на світовому ринку туристичних послуг.

### **3.3. Розробка регіональної концепції «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області**

Туристичну галузь для будь-якого регіону, зокрема для Івано-Франківського, визнано пріоритетним напрямом соціально-економічного розвитку, оскільки вона належить до найбільш конкурентоспроможних. У зв'язку з цим усі зусилля на регіональному рівні спрямовані на розвиток туризму в області, який, у свою чергу, базується на одночасному поєднанні раціонального використання природних та історико-архітектурних ресурсів та ефективної співпраці місцевої влади та суб'єктів туризму [66].

Кінцевим результатом успішного «поєднання» стає формування туристичних брендів області та створення оригінальних та неповторних

туристичних продуктів [152 с.23].

Івано-Франківщина – регіон Західної України з багатою природно та історико-культурною спадщиною (понад 3,5 тис. пам'яток) та сучасною туристично-транспортною інфраструктурою [66]. Так, у м. Івано-Франківськ функціонує міжнародний аеропорт внаслідок виконання територією транзитної функції для переміщення туристів в Карпати та Україною в цілому [66].

Окрім того, центром формування конкурентоздатних тур потоків на основі різноманітної пропозиції виступає Івано-Франківська область [66]. Так, основними туристичними центрами є Галич, Болехів, Ворохта, Івано-Франківськ, Коломия, Косів, Яремче, на основі яких туристичні послуги надають близько 130 туроператорів та тур агентів та понад 200 туристично-рекреаційних закладів, і понад 750 приватних садиб сільського зеленого туризму [69].

На основі значного рекреаційного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу Івано-Франківської області поширеними є наступні види туризму: гірськолижний; сільський зелений; екологічний; лікувально-оздоровчий; культурно-пізнавальний; релігійний.

Вважаю за доцільне акцентувати увагу саме на релігійному виді туризму, оскільки багата сакральна і духовна спадщина, - збережені церкви, костели, синагоги, монастирі, - є головною передумовою для його розвитку.

Івано-Франківщина відома архітектурними пам'ятками історичного, культурного та релігійного значення, зокрема, дерев'яними церквами державного значення, яких налічується до 50, найдавнішими з яких є: Благовіщенська церква (1587 рік) у місті Коломия, Успенська церква (1623 рік) в селі Пістинь Косівського району, Різдва Богородиці (1678 рік) у селищі Ворохта на Яремчанщині. А в селі Росільна Богородчанського району знаходиться дерев'яна церковця, зведена без жодного цвяха [66].

Важливим фактором розвитку даного виду туризму є наступні знакові об'єкти:

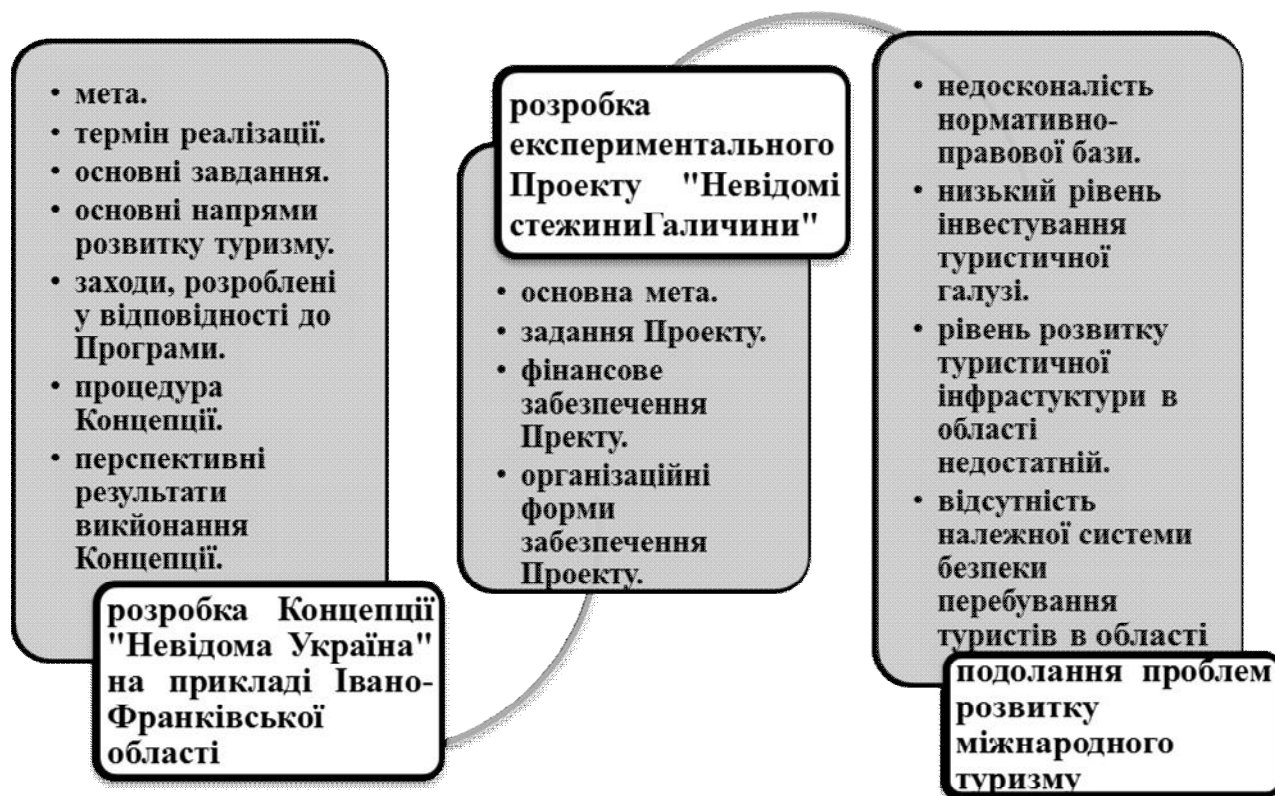
1. Манявський скит - пам'ятка архітектури XVII ст., поблизу с. Манява Богородчанського району, визначний осередок духовності культури і мистецтва України;
2. Гошівський монастир отців Василіян і церква Преображення Господнього на Ясній Горі у с. Гошеві Долинського району - місце паломництва християн з різних країн світу, які йдуть сюди, щоб помолитися чудотворній іконі Божої Матері;
3. Монастир XVII ст. у с. Погоня (Тисменицький район);
4. Караїмський цвинтар у Галицькому районі;
5. Приміщення Музею народного мистецтва і побуту Гуцульщини у м. Косів [66].

Підсумкові результати аналізу стану туризму в Івано-Франківській області показали, що наявний у регіоні туристичний потенціал надає значні можливості для розвитку міжнародного туризму, а, отже, і наступних його видів за метою поїздки: релігійного; культурно-пізнавального та ін. Проте, одночасно, активному його розвитку, не тільки на регіональному, а й на національному рівні, перешкоджають наступні чинники:

- недосконалість нормативно-правової бази;
- відсутність належного фінансування галузі на регіональному та місцевому рівнях;
- низький рівень інвестування туристичної галузі;
- рівень розвитку туристичної інфраструктури в області недостатній;
- відсутність встановлення межі охоронних зон історико-культурних об'єктів [54];
- відсутність належної системи безпеки перебування туристів в області [54];
- недостатня кількість інформаційно-туристичних центрів у регіоні;
- недостатня поінформованість населення про готелі, тури по області, туристичні послуги.

Отже, за результатами дослідження можна зробити висновок про те, що

перспективи для вирішення основних проблем туристичної галузі, активізації та розвитку міжнародного туризму Івано-Франківщини ґрунтуються на деталізованому вивченні та аналізі, збереженні та залученні історико-культурної, архітектурної, духовної та сакральної спадщини. Основою розвитку міжнародного туризму в Івано-Франківській області доцільно обрати один із видів туризму із значною та диференційованою пропозицією туристичних об'єктів: релігійний. У зв'язку з цим вважаємо за доцільне розробити регіональну концепцію «Невідома Україна» з метою популяризації Івано-Франківщини на національному та міжнародному ринках туристичних послуг.



**Рис.3.1.Схема розвитку міжнародного туризму в Івано-Франківській області**

Дана регіональна Концепція базуватиметься на основі реалізації двох Програм, затверджених сесіями Івано-Франківської міськради [54]:

1. Програма розвитку туристичної галузі м. Івано-Франківська на 2012-2015рр. [54];

2. Стратегія розвитку та маркетингу туризму Івано-Франківської області до 2015 р. [66].

Доцільно відмітити важливість вищезазначених програм у зв'язку з тим, що Програма розвитку туристичної галузі м. Івано-Франківська на 2012-2015рр. спрямована на збереження та раціональне використання історико-культурної і природної спадщини та створення у місті конкурентоспроможної туристичної сфери економіки [54], а Стратегія розвитку та маркетингу туризму Івано-Франківської області до 2015 р. спрямована на створення туристичних атракцій та розвиток інфраструктури для підвищення конкурентоздатності тур продуктів [66].

На підготовчому етапі розробки Концепції було проаналізовано проблемні аспекти розвитку туризму, досліджено найбільш поширені види туризму на основі наявного туристично-рекреаційного потенціалу та історико-культурної спадщини. Зокрема, було акцентовано увагу на релігійному виді туризму, оскільки було досліджено, що наявна туристична пропозиція значно перевищує туристичний попит і є маловідомою не тільки у області, а й за межами України.

Таким чином, на основі отриманих даних дослідження, наведемо структуру побудови регіональної Концепції «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області, яка складається з наступних елементів:

- мета;
- термін реалізації Концепції;
- основні завдання;
- основні напрями розвитку туризму;
- заходи, розроблені у відповідності до Програма розвитку туристичної галузі м. Івано-Франківська на 2012-2015рр. [54];
- розробка експериментального Проекту «Невідомі стежини Галичини», яка включатиме:
  - основна мета;
  - завдання Проекту.

- фінансове забезпечення Проекту;
- організаційні форми забезпечення Проекту в рамках Концепції;
- процедура Концепції;
- перспективні результати виконання Концепції.

Основною метою Концепції є розв'язання актуальних проблем розвитку туризму в Івано-Франківській області на основі раціонального використання та промоції туристичного, історико-культурного та архітектурного потенціалу області, та створення Проекту «Невідомі стежини Галичини», спрямованого на популяризацію релігійного (паломницького) туризму на прикладі Галицького району, поширення позитивного досвіду, набутого у процесі його реалізації з метою сприяння розвитку інших видів туризму, і для залучення іноземних туристів та, як наслідок, активізації міжнародного туризму.

Дану Концепцію прогнозується реалізувати протягом 2012-2017 рр., а тому сформулюємо основні завдання та напрями ефективного розвитку міжнародного туризму в Івано-Франківській області. Отже, основні завдання Концепції:

- сприяння розв'язанню проблем розвитку туризму, використовуючи уже узагальнений та набутий досвід;
- координація співпраці органів місцевого самоврядування, місцевих органів виконавчої влади, суб'єктів підприємницької діяльності, громадських та неприбуткових організацій [66];
- формування ефективної системи кваліфікованого кадрового підбору туристичної галузі;
- формування сприятливого інвестиційного клімату у туристичній сфері;
- з метою розвитку міжнародного туризму, ринку туристичних послуг розроблення та виконання регіональних комплексних і цільових програм;
- формування на основі туристичного потенціалу області диференційованої тур пропозиції;
- сприяння підвищенню туристичної культури населення;

- створення сприятливих умов для захисту і безпеки туристів;
- забезпечення промоції найбільш привабливіших туристичних, історико-культурних об'єктів Івано-Франківської області з метою формування нової мережі туристично-екскурсійних маршрутів;
- створення сприятливих умов з метою залучення внутрішніх та іноземних туристів.

Концепцією «Невідома Україна» відповідно до завдань визначено наступні основні функціональні напрями розвитку міжнародного туризму в Івано-Франківській області:

- удосконалення функціонування системи фахівців туристичної галузі;
- активізація створення нових туристичних підприємств та організацій;
- забезпечення та впровадження ефективної системи міжнародного співробітництва у туристичній сфері;
- організація розробки інвестиційних програм з метою розвитку туріндустрії;
- розробка та впровадження проектів соціально-економічних програм для туристичного розвитку населених пунктів;
- удосконалення туристичної політики на регіональному на місцевому рівнях;
- впровадження системи контролю за розвитком туристичної сфери та ефективним використанням природних ресурсів у межах області;
- вдосконалення структури управління системою безпеки туристів;
- оцінка ефективності розвитку матеріальної бази та туристичної інфраструктури та їх модернізація;
- підвищення рівня привабливості туристичних об'єктів з метою диференціації туристичної пропозиції та розвитку різних видів туризму;
- проведення суб'єктами туристичної сфери туристично-екологічної діяльності серед місцевого населення та туристів;
- проведення маркетингової та рекламної кампаній з метою покращення якості тур послуг на основі тур пропозиції області (районів, міст);

- створення та розвиток туристично-інформаційних центрів [66].

З метою розвитку міжнародного туризму дана Концепція передбачає процес реалізації заходів, розроблених в межах Програми розвитку туристичної галузі м. Івано-Франківська на 2012-2015рр.: створення відеофільму «12 причин відвідати Івано-Франківськ»; створення трьох мовного екскурсійно-віртуального маршруту Івано-Франківськом для офіційного сайту міста; презентація інвестиційних пропозиції у галузі туризму на туристичних виставках, інвестиційних форумах; розробка проектів та участь у міжнародних конкурсах: Польща-Білорусія-Україна, Угорщина-Румунія-Словаччина-Україна та у Всеукраїнському конкурсі.

Також проводиться робота з реалізації туристичного проекту «Карпатські пригоди – ваші незабутні чотири подорожі» в рамках проекту «Створення транскордонної мережі розвитку та просування туризму між Івано-Франківською областю України та повітом Марамуреш (Румунія).

На даний час відділ туризму бере участь у реалізації спільного транскордонного проекту «Спільна мережа співпраці в сфері культури та піклування спрямованої на розвиток польсько-українських міст прикордонної зони» [54].

Таким чином, підбиваючи підсумки вищезазначеного, можна стверджувати, що практична реалізація програмних заходів даної Концепції сприятиме виходу туристичного ринку Івано-Франківської області на загальнонаціональний рівень, а, отже, і на міжнародний.

В рамках Концепції передбачено розробку Проекту «Невідомі стежини Галичини». Даний Проект створено з метою формування туристичного іміджу митрополичої Галичини як одного із осередків розвитку релігійного (паломницького) туризму на рівні області та держави. Слід відмітити, що даний Проект є експериментальним. На його прикладі пропонується розробка подібних проектів у інших районах області, спрямованих на розвиток та промоцію інших видів туризму, на основі ефективного поєднання трьох компонент туристичної сфери: вдалого поєднання природних та історико-



культурних, архітектурних ресурсів; диференційованої пропозиції тур послуг (продуктів) та успішної співпраці представників влади, бізнесу та громадян області, що, відповідно, стане стійкою основою формування нового туристичного центру України із високим рівнем функціонування та прогресивного розвитку міжнародного туризму.

Враховуючи наявні потенційні туристичні умови для розвитку релігійного туризму у Галицькому районі, для реалізації експериментального Проекту необхідне проведення комплексу взаємопов'язаних заходів:

1. Відбір та характеристика найбільш популярних туристичних об'єктів сакральної та духовної спадщини Галичини.

Місто Галич володіє туристично-рекреаційним потенціалом, який поки що використовується не в повній мірі. На базі комплексу пам'яток історії та культури давнього Галича, поєднаних між собою спільною географічною територією та пов'язаних історично і ландшафтної, створено Національний заповідник «Давній Галич». Територія Заповідника містить цілий ряд пам'яток всеукраїнського та світового значення, більшу частину з яких досліджено і музеєфіковано. Акцетуємо увагу на об'єктах сакральної та духовної спадщини. Це такі об'єкти як церква Різдва XIV-XVI ст. у місті Галичі, церква Успіння XVI ст., каплиця Василя XVI ст. у селі Крилосі, унікальна церква св.Пантелеймона XII ст. у селі Шевченкове, костел Кармелітів XVII ст. з монастирським комплексом у смт. Більшівцях, митрополичі палати XVII — XIX ст. — зараз будівля музею історії давнього Галича у Крилосі, де знаходяться фундаменти 14 літописних церков XII-XIII ст., літописна Галичина могила (зараз музеєфікована), Княжа криниця у с.Крилосі. За емоційно-естетичним та пізнавальним значенням вони відносяться до категорії пам'яток, які найбільш охоче відвідують туристи та дають змогу розвивати релігійний туризм. Окрім того, територія Заповідника знаходиться у вигідному положенні щодо шляхів сполучення (розміщення на міжнародній автомобільній трасі, наявність прямого залізничного сполучення, безпосередня близькість до аеропортів міста Івано-Франківська, Львова, Тернополя). А це сприяє

налагодженню постійного потоку внутрішніх екскурсантів та іноземних туристів країн дальнього та ближнього зарубіжжя [27].

2. Дослідження та опис найбільш цікавих релігійних заходів, запланованих визначних релігійних подій, фестивалів, виставок, наукових конференцій, які безпосередньо спрямовані на розвиток релігійного туризму.

Проведення наступних релігійних заходів, фестивалів, виставок є важливим чинником розвитку релігійного туризму:

— включення Церкви Св. Пантелеймона до переліку туристичних об'єктів Всеукраїнської акції «Туристичні рекорди України: Івано-Франківщина» [28];

— проведення Міжнародних наукових конференцій:

- ✓ польсько-українська конференція «Україна – поєднання народів, релігій і культур»;
- ✓ «Християнські міжконфесійні взаємини: загальноєвропейський та український досвід»;

— проведення урочистостей, присвячених 230-річчю коронування чудотворного образу Божої Матері Більшівцівської у костелі Кармелітів Х VII ст.;

— здійснення Ювілейної Прощі до Чудотворної ікони Матері Божої з нагоди 850-річчя Успенського кафедрального собору у с. Кринос [28].

3. Успішне поєднання зусиль обласної та районної адміністрацій, та керівництва Національного заповідника «Давній Галич», вдосконалення сервісної та туристичної інфраструктури, та проведення маркетингової та рекламно-інформаційної політики з метою активізації та впровадження ефективних механізмів функціонування релігійного туризму.

В рамках рекламно-інформаційної політики було створено проект «Туристичні марки - Україна», яких налічується понад 247 (29 з них у Івано-Франківській області) з метою репрезентації культурних надбань держави. Зокрема, створено туристичні марки із зображенням певної атракції Національного заповідника «Давній Галич», серед яких є туристичні марки

релігійної тематики: марка №106 «Храм Святого Пантелеймона XII ст.» та марка №365 «Церква Успіння Пресвятої Богородиці XVI ст.» [55]. Слід відмітити, що дані марки можна отримати лише у місці знаходження релігійного об'єкта, що, у свою чергу, збільшить потоки туристів і, тим самим, активізує розвиток релігійного (паломницького) туризму Галичини.

4. Ініціатива, розробка та реалізація організаційного центру – веб-порталу українського релігійного туризму [ukreligtourism.com](http://ukreligtourism.com) на основі сформованої мережі релігієзнавчого туризму, - обласних, районних, місцевих релігійних осередків, музеїв та церков з метою виходу на український та іноземний туристичний ринки.
5. Новизна і творчий підхід у поєднанні подання релігієзнавчих та екскурсійно-тематичних пізнавальних матеріалів та креативного представлення віртуальних екскурсійних турів релігієзнавчого спрямування (наприклад створення екскурсійних пропозицій на основі святкування церковних свят або із врахуванням народних дійств (вертеп, коляда)).

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок про те, що у результаті практичної реалізації вищезазначених заходів експериментального Проекту «Невідомі стежини Галичини» історичний митрополичий Галич може стати однією з перших «точок перетину» релігієзнавчих наукових, музейних та екскурсійно-туристичних інтересів, і тим сприяти розвитку внутрішнього та міжнародного туризму на Івано-Франківщині, а, отже, і в межах української держави [75]4].

Основними джерелами фінансового забезпечення Проекту в рамках регіональної Концепції є наступні:

- кошти обласного бюджету на регіональному рівні;
- фінансування з держбюджету Галицької районної ОДА;
- інвестиційні кошти;
- інші джерела, незаборонені чинним законодавством (наприклад, грантова допомога, банківські кредити).

Наступним етапом є створення організаційних форм забезпечення експериментального Проекту в рамках Концепції. Загальне керівництво щодо організації, підготовки та проведення Концепції належить до повноважень голови та заступника обласної комісії. Контроль за впровадженням Проекту в рамках Концепції здійснюється виконавчим органом обласної комісії – регіональним комітетом, утвореним у складі директора та технічного секретаря [66].

З метою інформаційної забезпеченості населення, положення про регіональну Концепцію «Невідома Україна» та розробку в її рамках Проекту «Невідомі стежини Галичини» публікується у місцевих ЗМІ та на офіційному веб-сайті обласної ОДА, на офіційному сайті Галицької міськради і на сайті Національного заповідника «Давній Галич».

Перспективним результатом, отриманим внаслідок виконання регіональної Концепції «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області, стане активізація та покращення функціонування міжнародного туризму у регіоні на основі спрямованості експериментального Проекту «Невідомі стежини Галичини» на популяризацію релігійного (паломницького) туризму та розвитку інших видів туризму на прикладі його успішної реалізації із урахуванням деталізованого вивчення та використання природного, економічного і соціального, та історико-культурного потенціалу регіону.

### **Висновки до розділу 3**

Розглянувши основні проблемні аспекти міжнародного туризму у Європі та проаналізувавши основні принципи та стратегічні напрями його розвитку в Україні, було розроблено регіональну концепцію «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області.

Не зважаючи на те, що Європа - провідний світовий туристичний центр, проблеми, пов'язані з міжнародним туризмом, все-таки існують. Найбільш негативними чинниками, які можуть призвести до втрати лідируючих позицій

на міжнародному ринку туристичних послуг, є високий рівень зовнішньої заборгованості європейських країн та наслідки світової фінансової кризи, які і досі не втратили своєї актуальності.

Стосовно України, то туристичні баталії Європи не могли не вплинути на становище і без того «слабкого» туристичного ринку. Основні проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні, беручи до уваги її значний туристичний та рекреаційний потенціал, мають економічне, соціальне, політичне та технологічне походження та набувають ознак природоохоронного та управлінського характеру.

Поетапна реалізація стратегічних напрямів та заходів державного, регіонального, місцевого та приватно-суб'єктного спрямування сприятимуть вирішенню проблемних аспектів та розвитку міжнародного туризму в Україні.

Проблеми туристичної сфери на національному рівні безпосередньо та опосередковано впливають і на стан туризму в Івано-Франківському регіоні. З метою подолання негативних тенденцій міжнародного туризму та стимулювання нових напрямів його розвитку в Україні і було розроблено регіональну концепцію «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області.

## ВИСНОВКИ

У даній магістерській роботі сформульовано теоретичні узагальнення концептуальних засад та підходів, розглянуто основні типи міжнародного туризму та запропоновано системний метод характеристики його основних концепцій у хронологічній послідовності. Використовуючи основні терміни і поняття, враховуючи статистичні дані та основні туристичні показники, автором було досліджено основні тенденції міжнародного туризму в Європі, що мають суттєвий вплив на його розвиток в Україні. У зв'язку з цим, було оцінено вплив стану туристичної сфери країни на використання міжнародного туристичного потенціалу в Івано-Франківській області. На основі здійсненого аналізу було виявлено проблемні аспекти міжнародного туризму в Європі та окреслено основні проблеми у контексті їх поширеності в Україні. Це зумовило необхідність визначення основних принципів та стратегічних напрямів розвитку міжнародного туризму на національному рівні. На цій основі автором запропоновано один із найоптимальніших заходів розвитку міжнародного туризму: розробку регіональної концепції «Невідома Україна» на прикладі Івано-Франківської області.

Основні результати дослідження можна визначити у таких висновках:

1. У процесі викладу теоретичних положень організації міжнародного туризму було розглянуто загальну туристичну термінологію, трактування понять туризм та міжнародний туризм авторами у різних ракурсах та їх відмінність, історичний екскурс.

В роботі обґрунтовано важливість огляду історії туризму для того, щоб продемонструвати, яким чином фактори, прямо та опосередковано пов'язані з ним, впливали на його формування з метою оцінки подальшого розвитку міжнародного туризму в сучасних умовах.

2. Важливу роль відводиться туристичній термінології, значення якої полягає не тільки у тому, що вона є базисом процесу дослідження міжнародного туризму, а і у виявленні певної закономірності у концептуальних

підходах при трактуванні поняття туризм та міжнародний туризм: ідентифікація туризму з подорожами. Разом з тим, враховуючи особливість того, що значення обох понять зводиться до «тимчасової зміни місця постійного перебування та виїзду у іншу країну», і відсутності між ними надто істотних відмінностей, пропонується класифікувати міжнародний туризм за тими ж групувальними ознаками та критеріями, що і сучасний туризм: за метою, тривалістю та методом проведення; за віком, чисельністю, методом розміщення та засобом пересування; за інтенсивністю турпутівок та розвитком нових видів туризму.

3. В умовах існування постійної динаміки класифікації міжнародного туризму, виникає потреба у визначенні основних концепцій його розвитку. Проте, автор зазначає, що незважаючи на значну диференціацію існуючих підходів та методик до їх викладу у наукових працях багатьма вітчизняними вченими, характерною ознакою є відсутність комплексної узагальнюючої системи їх характеристики у часовому просторі. Враховуючи дефіцит стислого та вичерпного узагальнення основних концепцій, автором запропоновано систематизований підхід, який ґрунтується на деталізованій характеристиці основних концепцій розвитку у хронологічній послідовності: концепція «масового» або «жорсткого» туризму; концепція трьох «L»; концепція «м'якого» туризму; концепція збалансованого розвитку; концепція «соціального» туризму; концепція «стійкого» розвитку туризму; концепція «екологічного» туризму.

4. Враховуючи необхідність ефективного поєднання різних за значенням та спрямуванням елементів для створення успішної моделі розвитку міжнародного туризму, особливу увагу приділено висвітленню двох взаємопов'язаних концепцій: „стійкого” розвитку та „екотуризму”. На основі врахування багатофункціональності вищезазначених концепцій, - економічної, соціальної, культурної, естетично-духовної, а головним чином, природоохоронної, - спрямованих на досягнення єдиної мети – розвитку

міжнародного туризму, і побудовано регіональну концепцію „Невідома Україна”.

5. Здійснений аналіз поточного стану міжнародного туризму у Європі із використанням статистичної обробки даних, табличного, динамічного та прогностичного методів, дозволив виявити дві неоднозначні тенденції, - лідерство у туристичній сфері та перспективу його втрати, - які, у свою чергу, негативно вплинули на можливість активного входження України у світовий ринок туристичних послуг внаслідок повільної динаміки його розвитку. Разом з тим, основні туристичні показники, на основі яких здійснювався аналіз, доводять, що характерною особливістю розвитку міжнародного туризму в Україні є стабільність та постійність їх зростання. Відповідно, дана тенденція проявляється і на регіональному рівні, зокрема і у Івано-Франківській області. Аналізуючи дану ситуацію, було виявлено і доведено, що вищезазначена особливість розвитку міжнародного туризму у області є наслідком прямої залежності від недостатнього та нерационального використання наявного міжнародного туристичного потенціалу.

6. Одержані результати комплексного аналізу основних суперечливих тенденцій розвитку міжнародного туризму у Європі зумовлені, в основному, економічними факторами, - наслідки світової фінансової кризи, боргова криза в Європі, нестабільність євро, політика жорсткої економії, проблема зовнішньої заборгованості країн, жорсткіші вимоги оподаткування, - наслідком яких стало формування наступних проблемних аспектів:

- зменшення кількості поїздок до країн ЄС;
- виникнення труднощів у пристосуванні своїх туристичних секторів до ринкової економіки у окремих східноєвропейських країнах;
- формування „надто дорогих” туристичних північноєвропейських країн;
- зниження активності найстаріших туристичних центрів Європейського регіону;
- зростання популярності Азійсько-Тихоокеанського регіону.



7. На фоні туристичних тенденцій у Європі, розвиток міжнародного туризму в Україні, і без того не надто активний та ефективний, стикається із значними різноплановими та різноаспектними проблемами. З урахуванням цього, та масштабів впливу, автором запропоновано синтезувати основні чинники та зумовлені ними проблеми у групи за наступними напрямками: управлінського та природоохоронного характеру; економічного, соціального та технологічного походження.

8. Враховуючи одержаний результат комплексного стану міжнародного туризму Європи загалом та України зокрема – проблеми міжнародного туризму – необхідно сформулювати методику їх вирішення. У зв'язку з цим, автором запропоновано наступну методику розв'язання проблем міжнародного туризму, яка ґрунтується на окресленні основних принципів та стратегічних напрямів його розвитку. Впровадження даної методики вимагає застосування теоретичної моделі „Стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні”, яка має форму таблиці та включає наступні компоненти:

- стратегічні напрями, ототожені із назвами основних чинників та зумовлених ними проблем;
- інструменти впровадження;
- інституційне забезпечення.

Слід наголосити, що усі компоненти прямо пропорційно залежні, а тому необхідна їх поетапна реалізація для отримання максимально ефективного результату у вирішенні основних проблемних аспектів міжнародного туризму в Україні з метою досягнення наступного етапу: активізації подальшого розвитку міжнародного туризму на регіональному рівні. У зв'язку з цим, пропонується розробка регіональної концепції „Невідома Україна” на прикладі Івано-Франківської області, яка базується на раціональному використанні та промоції туристичного, історико-культурного та архітектурного потенціалу області. Дана концепція передбачає реалізацію двома способами: теоретичним; практичним.

Теоретичний спосіб впровадження регіональної концепції базується на

основі, власне, розробленої структури її побудови та складових елементів: мети, основних завдань та напрямів розвитку туристичної індустрії, процедури концепції та терміну реалізації.

Основою для практичного способу реалізації концепції „Невідома Україна” стала пропозиція щодо розробки експериментального Проекту „Невідомі стежини Галичини”, який, у свою чергу, включає наступні складові, - мета, завдання, фінансове та організаційне забезпечення, - та спрямований на розвиток одного з видів туризму, визначеного на основі деталізованого комплексного дослідження наявного туристичного потенціалу району, для його розвитку: у нашому випадку, релігійного туризму у Галицькому районі. Відповідно, якщо згідно перспективних планів, одержимо очікувані позитивні результати, то подібні Проекти пропонується розробити і для інших районів області для розвитку інших видів туризму, маючи кінцевою метою активізацію міжнародного туризму Івано-Франківщини загалом.

У загальному підсумку, впровадивши теоретичний і практичний способи для реалізації регіональної концепції „Невідома Україна” на прикладі Івано-Франківської області, досягнемо запланованого результату: формування нового туристичного регіону України з високим рівнем розвитку міжнародного туризму у межах Європейського регіону з метою виходу на міжнародний рівень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г. Соціально-економічні проблеми розвитку туризму в Україні та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс] / Л.Г. Агафонова.  
– Режим доступу:  
[http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Nzkit/2011\\_9/14.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Nzkit/2011_9/14.pdf)
2. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник / А.Ю. Александрова. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
3. Арсеньева Е.И. Основные концепции и направления современного экотуризма: компаративный анализ [Електронний ресурс] / Е.И. Арсеньева, А.С. Кусков, Н.В. Феоктистова // Туризм и культурное наследие.  
Межвузовский сборник научных трудов. - 2005. - Выпуск 2. - С.186-205. –  
Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/arsenjeva.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/arsenjeva.htm)
4. Атракції [Електронний ресурс] / туризм.if.ua. – Режим доступу:  
<http://tourism.if.ua/ua/attraction/>
5. Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
6. Бартошук О.В., Зінов'єв Ф.В. Стратегічні напрями розвитку туристичної галузі України в умовах фінансової кризи [Електронний ресурс] / О.В. Бартошук, Ф.В. Зінов'єв. - Режим доступу:  
[http://www.confcontact.com/2012\\_03\\_15/gu2\\_bartoshuk.php](http://www.confcontact.com/2012_03_15/gu2_bartoshuk.php)
7. Білецька І. Особливості стратегічного управління підприємством туристичної галузі / І.Білецька. - Теорія і практика сучасного менеджменту: проблеми та шляхи вирішення / Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції, 15-16 квітня 2010 р. – Тернопіль: «Економічна думка», 2010. – 420 с.
8. Бойчук Х.В. Концепція сталого розвитку міжнародного туризму / Х.В. Бойчук. - Особенности развития регионов Украины в новых экономических условиях: материалы третьей всеукраинской научной web-конференции молодых ученых. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2012. – 369 с.
9. Бондаренко М.П. ТУРИСТИЧНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ [Електронний ресурс] / М.П. Бондаренко. -  
Режим доступу:  
[http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/ep/2011\\_1/7\\_Bondarenko.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/ep/2011_1/7_Bondarenko.pdf)
10. В 2012 году экономические проблемы, возникшие в некоторых странах ЕС в прошлом году, станут определяющим фактором развития туризма в этом регионе [Електронний ресурс]. - Режим доступу:  
[http://uzbektourism.uz/press/world\\_news/w64.html](http://uzbektourism.uz/press/world_news/w64.html)

11. Воскресенский В.Ю. Международный туризм / В.Ю. Воскресенский. – М.: Юнити-Дана, 2006. – 255 с.
12. Вплив екотуризму на збалансований розвиток сільських територій [Електронний ресурс] / Назар Кудла // Вісник львівського університету Серія міжнародні відносини. – 2008. - Вип. 24. - С. 147-153. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/vlnu/Mv/2008\\_24/23.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/vlnu/Mv/2008_24/23.pdf)
13. Горський С.В. Інституалізація соціології туризму [Електронний ресурс] / С.В. Горський. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nzkit/2010\\_7/4.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzkit/2010_7/4.pdf)
14. Григорашова С.С. Тенденції та стан розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] / С.С. Григорашова. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchtei/2011\\_4/NV-2011-V4\\_40.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchtei/2011_4/NV-2011-V4_40.pdf)
15. Гук Н.А. Підходи до класифікації туризму [Електронний ресурс] / Н.А. Гук. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/guk3.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/guk3.htm)
16. Депутат М. Екологічний туризм в Україні: поняття, моделі та особливості розвитку [Електронний ресурс] / М. Депутат. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/NZTNPu/geogr/2010\\_2/4/020Deputat.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/NZTNPu/geogr/2010_2/4/020Deputat.pdf)
17. Діловий туризм у контексті розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] / І. Білецька // Журнал Європейської економіки (Видання Тернопільського національного економічного університету). – Том 10 (№2). – Червень 2011. – С. 178-187. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc\\_gum/jee/ua/2011\\_2/jee-2-ua/05B\\_ua.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/jee/ua/2011_2/jee-2-ua/05B_ua.pdf)
18. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу [Електронний ресурс] / О.Ю. Дмитрук // Навчальний посібник. - К.: Альтерпрес, 2004. - 192 с. – Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_green/dmytruk1.htm](http://tourlib.net/books_green/dmytruk1.htm)
19. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Г.М. Дроздова // Навчальний посібник. – Київ: ЦНЛ, 2004. - Режим доступу: <http://www.ebk.net.ua/Book/MenedgmentZED/10-15/6132.htm>
20. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» № 3530-VI від 16.06.2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1264-12>
21. Закон України «Про туризм» N 1024-XII від 12.05.91 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
22. Заячківська Г. Міжнародний туризм в Україні: проблеми розвитку та шляхи вирішення [Електронний ресурс] / Г. Заячківська. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vtneu/2010\\_4/4\\_2010/14Zaj.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vtneu/2010_4/4_2010/14Zaj.pdf)
23. Інституційне забезпечення розвитку сфери туризму в українсько-польському транскордонному регіоні [Електронний ресурс] / Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/245/>

24. Кальна-Дубінюк Т.П., Пугач Н.А. Застосування сучасних інформаційних технологій у розвитку сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс] / Т.П. Кальна-Дубінюк, Н.А. Пугач. – Режим доступу:  
[http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc\\_gum/nvnu\\_eamb/2011\\_163\\_1/11ktp.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/nvnu_eamb/2011_163_1/11ktp.pdf)
25. Квартальнов В.А. Иностранний туризм / В.А. Квартальнов. – М. :Финасы и статистика, 2003. – 232.
26. Ки́фяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф.Ки́фяк. - Чернівці: Книги - XXI, 2003. - 300 с.
27. Класифікація видів та форм туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/38/2527.html>
28. Костел Кармелітів [Електронний ресурс] / Національний заповідник «Давній Галич». – Режим доступу:  
<http://davniyhalych.com.ua/sights/sights-of-architecture/item/47-church-of-christmas>
29. Лебідь С.Г., Сербулова Н.А. Сталий екологічний туризм: сутність та перспективи розвитку в Миколаївській області [Електронний ресурс] / С.Г. Лебідь, Н.А. Сербулова. – Режим доступу:  
[http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Npchdu/Ecology/2010\\_119/119-17.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Npchdu/Ecology/2010_119/119-17.pdf)
30. Любіцева О.О. Методика розробки турів: Навчальний посібник / О.О. Любіцева. - К.: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
31. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг [Електронний ресурс] / М. П. Мальська // Підручник. - К.: Знання, 2008. - 661 с. - Режим доступу:  
[http://pidruchniki.ws/15840720/turizm/mizhnarodniy\\_turizm\\_i\\_sfera\\_poslug\\_-\\_malska\\_mp](http://pidruchniki.ws/15840720/turizm/mizhnarodniy_turizm_i_sfera_poslug_-_malska_mp)
32. Мариняк Я. Передумови і перспективи участі України в міжнародному туристичному ринку [Електронний ресурс] / Я. Мариняк. –Режим доступу:  
[http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/NZTNPU/geogr/2009\\_2/4/001Marinyak.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/NZTNPU/geogr/2009_2/4/001Marinyak.pdf)
33. Мацкевич Н.М. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туристичного руху [Електронний ресурс] / Н.М. Мацкевич. – Режим доступу:  
[http://tourlib.net/statti\\_ukr/mackevych.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/mackevych.htm)
34. Местні Л. Зміна орієнтирів міжнародного туризму / Л. Местні. - Стан світу 2002. К., 2002.
35. Міжнародний туризм в епоху глобалізації: здобутки, проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / М.В.Данілко // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ – 2010. №3(23). – С. 32-36. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Vkei/2010\\_3/7.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/Vkei/2010_3/7.pdf)
36. Міжнародний туризм та його розвиток в Україні [Електронний ресурс] / О.Є.Шайда, І.С.Гордієнко // Науковий вісник НЛТУ України – 2011. - Вип. 21.6. – С. 141-144. – Режим доступу:  
[http://www.nbuu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnlntu/21\\_6/141\\_Gor.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlntu/21_6/141_Gor.pdf)

37. Міщенко О.В. Теоретичні основи визначення сутності екологічного туризму [Електронний ресурс] / О.В. Міщенко. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/nvnu/geograf/2010\\_3/R5/Mishchenko.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/nvnu/geograf/2010_3/R5/Mishchenko.pdf)
38. Недавня О. Історичний митрополичий Галич як осередок релігієзнавчого туризму та патріотичного виховання молоді [Електронний ресурс] / О. Недавня. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/nedavnya.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/nedavnya.htm)
39. Осипчук М. Брендинг як інструмент підвищення ефективності функціонування туристичної дестинації [Електронний ресурс] / М.Осипчук. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc\\_gum/znpdme/2011\\_2/osipchuk.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/znpdme/2011_2/osipchuk.pdf)
40. Основні поняття, визначення та концепції розвитку сільського зеленого туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.info-tour.org/geo.htm/chapter9/docs9/vprovadgennya\\_silskogo\\_zelenogo\\_tyruzmy.doc](http://www.info-tour.org/geo.htm/chapter9/docs9/vprovadgennya_silskogo_zelenogo_tyruzmy.doc)
41. Офіційний сайт Асоціації Лідерів Турбізнесу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.altu.com.ua/News/>
42. Офіційний сайт Головного Управління статистики в Івано-Франківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stat.if.ukrtel.net/>
43. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
44. Офіційний сайт Державної служби туризму та курортів України [Електронний ресурс]. – Електрон. Текстові дані (17634 байт) – Режим доступу: <http://tourism.gov.ua/publ.aspx?id=2095>.
45. Офіційний сайт Івано-Франківської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.if.gov.ua/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=796>
46. Офіційний сайт Міністерства екології та природних ресурсів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.menr.gov.ua/>
47. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=167021&cat\\_id=32819](http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=167021&cat_id=32819)
48. Паламарчук В. А., Белова О. В. Умови розвитку вітчизняної туристичної сфери в процесі подолання кризових явищ [Електронний ресурс] / В. А. Паламарчук, О. В. Белова. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/PSPE/2010\\_1/Belova\\_110.htm](http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/PSPE/2010_1/Belova_110.htm)
49. Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика туризма / Г.А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 208 с.
50. Парадорес в Іспанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ancodes.com/paradores/>
51. Парфіненко А.Ю. Експансія туризму? Ретроспективний аналіз світової ходи та перспективи подальшого розвитку [Електронний ресурс] / А.Ю.Парфіненко–Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/parfinenko.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/parfinenko.htm)

52. Передумови та перспективи ефективного розвитку туристичної галузі України в контексті політики державного регулювання [Електронний ресурс] / О.А. Пробоїв, Г.А. Станіславська // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2011. – С.164-169. - Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2011\\_33\\_sv3/SOURCE/29.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2011_33_sv3/SOURCE/29.pdf)
53. Пономарчук Н. Менеджмент туризму і економіка знань – стратегічні пріоритети інноваційного розвитку / Н. Пономарчук, В.Травінський. - Теорія і практика сучасного менеджменту: проблеми та шляхи вирішення / Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції, 15-16 квітня 2010 р. – Тернопіль: «Економічна думка», 2010. – 420 с.
54. Програма розвитку туристичної галузі міста Івано-Франківська на 2012-2015 рр. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Івано-Франківської міської ради. – Режим доступу: [http://www.mrada.if.ua/images/document/sesia/18\\_2011\\_2012s/18539291211.pdf](http://www.mrada.if.ua/images/document/sesia/18_2011_2012s/18539291211.pdf)
55. Програма святкування 350-річчя Івано-Франківськ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rtic.if.ua/festivals.html>
56. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва [Електронний ресурс] / П.Р. Пуцентейло // Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 344 с. – Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_ukr/pucentejlo34.htm](http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo34.htm)
57. Рега М.Г. Формування туристичного сектору в малому бізнесі національного господарства [Електронний ресурс] / М.Г. Рега. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/Portal/soc\\_gum/pips/2009\\_2/465.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/Portal/soc_gum/pips/2009_2/465.pdf)
58. Розвиток туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marshruty.in.ua/index.php/rozvytok-turyzmu-v-ukraini.php>
59. Рутинський М.Й. Сучасний стан та напрямки розбудови курортно-рекреаційної інфраструктури Івано-Франківщини [Електронний ресурс] / М.Й. Рутинський. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/rutynsk.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/rutynsk.htm)
60. Самко О.О. Тенденції розвитку міжнародного туризму та місце України в його структурі [Електронний ресурс] / О.О.Самко. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vcndtu/2010\\_41/24.htm](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2010_41/24.htm)
61. Сасін М.П., Гринько С.А. Вдосконалення класифікації видів і форм туризму [Електронний ресурс] / М.П. Сасін, С.А. Гринько. - Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/sasin.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/sasin.htm)
62. Свірідова Н.Д. Концепція сталого розвитку туризму в сучасних умовах [Електронний ресурс] / Н.Д. Свірідова. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc\\_gum/knp/176/knp176\\_166-168.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/knp/176/knp176_166-168.pdf)
63. Смаль В., Смаль І. Туризм і сталий розвиток [Електронний ресурс] / В. Смаль, І.Смаль. - Режим доступу: [http://www.franko.lviv.ua/faculty/geography/Publik/Period/visn/32/15\\_small.pdf](http://www.franko.lviv.ua/faculty/geography/Publik/Period/visn/32/15_small.pdf)

64. Смаль В.В. Світовий досвід розвитку екологічного туризму / В.В. Смаль // Український географічний журнал. – 2003. – № 4. – С. 58-64.
65. Сочка К. Звіт з базового дослідження стратегічного пріоритету Закарпатської області "Розвиток туризму та курортно-рекреаційної сфери" // Проект з регіонального врядування та розвитку – Україна. – Ужгород : УРБАН, 2007. – 30 с.85.
66. Стратегія розвитку та маркетингу туризму івано-франківської області до 2015 року: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://frtt.if.gov.ua/Ukr/turizm/strateg\\_do\\_2015.pdf](http://frtt.if.gov.ua/Ukr/turizm/strateg_do_2015.pdf)
67. Суходуб В.С. Роль міжнародного туризму в економічному розвитку країн світу [Електронний ресурс] / В.С. Суходуб. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/nvnu/ekonomika/2007\\_12/R6/7.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/nvnu/ekonomika/2007_12/R6/7.pdf)
68. Сушко Н.В. Тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні [Електронний ресурс] / Н.В.Сушко. - Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Npchdu/History/2006\\_49/49-13.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Npchdu/History/2006_49/49-13.pdf)
69. Схвалено регіональну програму розвитку туризму в Івано-Франківській області на 2011-2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://firtka.if.ua/?action=show&id=3174>
70. Трілленберг Г. Управління міжнародним туризмом в період світової фінансової кризи: стан і перспективи [Електронний ресурс] / Г. Трілленберг. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/NZTNPU/geogr/2010\\_2/4/008Trillenber.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/NZTNPU/geogr/2010_2/4/008Trillenber.pdf)
71. Філософія туризму : [Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / [Пазенок В.С., Федорченко В.К., Любивий Я.В. та ін.]; Київ. ун-т туризму, економіки і права. - К. : Кондор, 2009. - 265 с.
72. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія: навчальний посібник / Н. В. Фоменко. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.
73. ЧЕ раскроет туристический потенциал Киева Вернуться к списку 09:30, 26 марта 2012 Информационный центр «Украина-2012» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine2012.gov.ua/ru/news/194/52341/>
74. Чернобай Л.І., Кулиняк І.Я. Суб'єкти туроператорської та турагентської діяльності: сутність і класифікація [Електронний ресурс] / Л.І. Чернобай, І.Я. Кулиняк. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2009\\_640/63.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2009_640/63.pdf)
75. Шкарлет С.М., Кальченко О.М. Тенденції і перспективи розвитку туристичної галузі України у складі національної та світової економіки [Електронний ресурс] / С.М. Шкарлет, О.М. Кальченко. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/APE/2009\\_10/36-43.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/APE/2009_10/36-43.pdf)
76. Щербіна Н.М., Маслова Л.Я. Проблеми і особливості розвитку рекреаційного комплексу України [Електронний ресурс] / Н.М. Щербіна, Л.Я. Маслова. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/CCN/Economics/13\\_scherbina.doc.htm](http://www.rusnauka.com/CCN/Economics/13_scherbina.doc.htm)



77. Экономика Европы восстанавливается благодаря туристической промышленности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tiger-news.info/turizm/12838-yekonomika-evropy-vosstanavlivaetsya-blagodarya.html>
78. About Ukraine Tourism. Facts and Numbers: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukraine-travel-advisor.com/ukraine-tourism.html>
79. Birgit Braasch. Major Concepts in Tourism Research – Memory [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.tourism-culture.com/64/Research%20Papers/Major%20Concepts%20in%20Tourism%20Research\\_Memory.pdf](http://www.tourism-culture.com/64/Research%20Papers/Major%20Concepts%20in%20Tourism%20Research_Memory.pdf)
80. Burns Peter. Tourism: A new Perspective / Peter Burns, Holden Andrew. – London: Prentice Hall, 2006. – 239 p.
81. David Bruce Weaver. Ecotourism as Mass Tourism: Contradiction or Reality? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cqx.sagepub.com/content/42/2/104.full.pdf?ijkey=YVUbrPkIHGSGc&keytype=ref&siteid=spcqx>
82. Different Types Of Tourism: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.streetdirectory.com/etoday/different-types-of-tourism-jjlwo.html>
83. European tourism insights 2009-10 [Электронный ресурс] / European Travel Commission. – Режим доступа: [http://www.etc-corporate.org/resources/uploads/ETC\\_ETI\\_2009-10\\_with-cover.pdf](http://www.etc-corporate.org/resources/uploads/ETC_ETI_2009-10_with-cover.pdf)
84. Franziska Enderle. Combining Sustainable Tourism Concepts for more Sustainability? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tourism-master.nl/2010/11/01/combining-sustainable-tourism-concepts-for-more-sustainability/>
85. George Dooley. Despite Economic Problems, European Travel is Strong [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.travelagentcentral.com/trends-research/despite-economic-problems-european-travel-strong-32262>
86. International tourism to reach one billion in 2012: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://media.unwto.org/en/press-release/2012-01-16/international-tourism-reach-one-billion-2012>
87. International tourism receipts in Europe [Электронный ресурс] – The World Bank. – Режим доступа: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD>
88. Ivano-Frankivsk launches competition to develop Carpathian Mountains: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://nauka.in.ua/en/news/international-collaboration/article\\_detail/6730](http://nauka.in.ua/en/news/international-collaboration/article_detail/6730)
89. Laszlo Arva. New types of tourism and tourism marketing in the post-industrial world [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://essca.academia.edu/LaszloArva/Papers/888666/New\\_Types\\_of\\_Tourism\\_and\\_Tourism\\_Marketing\\_in\\_the\\_Post\\_Industrial\\_Word](http://essca.academia.edu/LaszloArva/Papers/888666/New_Types_of_Tourism_and_Tourism_Marketing_in_the_Post_Industrial_Word)
90. Lucia Indrayanti. An enduring tourism trend; nature-based tourism and agritourism [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tourism->

- [master.nl/2010/09/27/an-enduring-tourism-trend-nature-based-tourism-and-agritourism/](http://master.nl/2010/09/27/an-enduring-tourism-trend-nature-based-tourism-and-agritourism/)
91. Ozgur Tore. ETOA Reveals major problems in Europe's tourism [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ftnnews.com/tour-operators/11872-etoa-reveals-major-problems-in-europes-tourism.html>
  92. Regional Programme for Europe: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://europe.unwto.org/sites/all/files/flash/europe/magazine/01/index.html>
  93. Sarvajeet Chandra. History of Travel & Tourism [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://ezinearticles.com/?History-of-Travel-and-Tourism&id=2244859>
  94. Set of tourism concepts: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.central2013.eu/fileadmin/user\\_upload/Downloads/outputlib/Custodes\\_Tourism\\_concept\\_uploaded.pdf](http://www.central2013.eu/fileadmin/user_upload/Downloads/outputlib/Custodes_Tourism_concept_uploaded.pdf)
  95. Smith T. General Theory of Tourism [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http://www.hopstudios.com/nep/unvarnished/item/general\\_theory\\_of\\_touris](http://www.hopstudios.com/nep/unvarnished/item/general_theory_of_touris)
  96. Stig Kristoffersen Tourism in Ukraine - a New Industry But More and More Important [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.streetdirectory.com/travel\\_guide/206643/europe\\_destinations/tourism\\_in\\_ukraine\\_a\\_new\\_industry\\_but\\_more\\_and\\_more\\_important.html](http://www.streetdirectory.com/travel_guide/206643/europe_destinations/tourism_in_ukraine_a_new_industry_but_more_and_more_important.html)
  97. Sustainable tourism concepts: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://sanctuaries.noaa.gov/management/international/pdfs/day1\\_concepts\\_manual.pdf](http://sanctuaries.noaa.gov/management/international/pdfs/day1_concepts_manual.pdf)
  98. The law on tourism will be changed [Электронный ресурс] / The Ukraine International Travel & Tourism exhibition (UITT). – Режим доступа: <http://www.uitt-kiev.com/en/press-centre/news/?view=2741>
  99. Tourism Concepts and impacts: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scribd.com/doc/36493373/Tourism-Concepts>
  100. Tourism concepts: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.docstoc.com/docs/8686986/TOURISM-CONCEPTS>
  101. Tourism: Yesterday, Today and Tomorrow: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lotsofessays.com/viewpaper/1691085.html>
  102. Tourism in Europe: first results for 2011 [Электронный ресурс] / Eurostat – Режим доступа: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-SF-12-008/EN/KS-SF-12-008-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-12-008/EN/KS-SF-12-008-EN.PDF)
  103. Travel & Tourism economic impact 2012 Europe [Электронный ресурс] / World travel & tourism council. – Режим доступа: [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/europe2012.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/europe2012.pdf)
  104. Travel industry dictionary: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.travel-industry-dictionary.com/>
  105. Travel Industry Hits Record High in March: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.travelagentcentral.com/trends-research/travel-industry-hits-record-high-march-35168>

106. UNWTO counts upon UITT as a responsible partner for the promotion of tourism [Электронный ресурс] / The Ukraine International Travel & Tourism exhibition (UITT). – Режим доступа: <http://www.uitt-kiev.com/en/press-centre/news/?view=2837>
107. UNWTO Tourism Highlights, 2011 edition: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr\\_3.pdf](http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr_3.pdf)
108. UNWTO World Tourism Barometer, March 2012: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom12\\_02\\_march\\_excerpt.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom12_02_march_excerpt.pdf)
109. What is Ecotourism?: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.active-tourism.com/Questions1ActTour.html>

## АНОТАЦІЯ

Станіславська Г.А. Розробка концепції розвитку міжнародного туризму „Невідома Україна” . – Рукопис.

Дипломна робота на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 8.03050301 – міжнародна економіка. – Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль, 2012.

Дипломна робота присвячена дослідженню теоретичних та методологічних основ розвитку міжнародного туризму у зовнішньоекономічній діяльності країни. Визначено поняття та узагальнено основні концепції розвитку міжнародного туризму із урахуванням його класифікації та основних типів. У процесі здійсненого аналізу розвитку міжнародного туризму у Європі та Україні, виявлено проблемні аспекти. У роботі сформульовано пропозиції щодо стратегічних напрямів розвитку міжнародного туризму в Україні, та запропоновано розробку регіональної концепції „Невідома Україна” на прикладі Івано-Франківської області.

## ANNOTATION

Stanislavska H.A. Development concept design for international tourism „Unknown Ukraine”. – Manuscript.

Thesis for a Masters degree in speciality 8.03050301 – international economy. – Ternopil National Economic University. Ternopil, 2012.

Masters work is devoted to research theoretical and methodological foundations of international tourism in foreign economic activities of the country. The concept and summarizes the basic concepts of international tourism with

considering its classification and basic types. In the process of analysis of international tourism in Europe and Ukraine, have been found problematic aspects. The paper formulates proposals for the strategic directions of development of international tourism in Ukraine, and proposed the development of a regional concept of the "Unknown Ukraine" in the case of Ivano-Frankivsk region.