

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет Івано-Франківський
інститут менеджменту
Кафедра міжнародної економіки

СКРИПКА Ірина Василівна

Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України

Спеціальність: 8.03050301 - Міжнародна економіка

магістерська програма - міжнародний туризм

Дипломна робота за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр»

Студентка групи МЕМТзмі-54

І. В. Скрипка

Науковий керівник:

К.е.н., Надвичинний С. А.

Ї

Дипломну роботу допущено до захисту:

«__» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри _____

_____ В. Є. Куриляк

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЗВИТКУ	
1.1 Сутність міжнародного туризму та його значення.....	9
1.2 Види міжнародного туризму.....	18
1.3 Аналіз основних чинників, що впливають на формування і функціонування туристичного ринку.....	28
Висновки до розділу 1.....	38
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	
2.1 Оцінка розвитку туризму в провідних туристичних країнах світу.....	40
2.2 Особливості організації міжнародного туризму в Україні.....	48
2.3 Інноваційні форми організації туристичної діяльності та їх вплив на розвиток економічної інфраструктури країни.....	57
Висновки до розділу 2.....	66
РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ, ЙОГО ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ	
3.1 Стратегія розвитку туристичної галузі України в контексті світових тенденцій.....	68
3.2 Механізми залучення інвестицій для сприяння туристичної політики в Україні.....	77
3.3 Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі України.....	87
Висновки до розділу 3.....	96
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	101

Анотація

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток рекреаційно-туристичної сфери для багатьох країн є на сьогодні однією з головних задач. Сучасна туристична індустрія у світовій господарській системі посідає провідні позиції: на неї припадає близько 10% від виробленого у світі валового продукту, близько 30% світової торгівлі послугами, 7% загального обсягу світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат.

Україна, яка розташована в центрі Європи на перехресті транспортних шляхів, і яка має для поступального розвитку своєї рекреаційної сфери сприятливі природно-кліматичні умови, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси, значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку рекреаційно-туристичних послуг. Причинами такого становища є складна соціально-економічна ситуація в державі, неврегульованість механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутність ефективної стратегії розвитку цієї галузі.

Такий стан туристичної індустрії України потребує активізації процесів щодо створення в нашій державі потужної рекреаційної індустрії, яка спроможна задовольняти потреби як мешканців України так і іноземних туристів. При цьому слід враховувати, що організація туристичної діяльності – це, насамперед, економічне і соціальне завдання, яке на сьогоднішній день повинно вирішуватися як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях. На сучасному етапі розвитку України актуальними стають питання щодо створення ефективної структури управління туристичною галуззю на всіх рівнях, децентралізації та концентрації влади з чітким визначенням повноважень кожного її рівня.

Туристична галузь, враховуючи її значний вплив на економічний та соціальний розвиток країни, розгалуженість господарських зв'язків, потребує регулювання, підтримки та пильного контролю з боку держави.

Перетворення України на туристичну державу світового значення вимагає також забезпечення координації діяльності різних галузей економіки, від яких залежить якісне надання туристичних послуг, зокрема транспорту, торгівлі, виробництва сувенірної продукції, видавничо-рекламної діяльності тощо.

Сьогодні надзвичайно актуальним є також питання наукового обґрунтування місця та ролі туристичної сфери в системі соціально-економічних пріоритетів регіонального і місцевого розвитку, розробки методології оцінки ефективності освоєння туристичного потенціалу, вироблення теоретичних основ формування регіональної туристичної політики та механізмів її практичної реалізації. Інакше кажучи, необхідна розробка методології формування та механізму реалізації туристичної політики на національному, регіональному та місцевому рівнях в контексті зарубіжного досвіду. Викладене вище зумовлює вибір теми та актуальність дослідження проблеми розвитку туристичної галузі України та впливу міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України.

Аналіз наукової літератури дає змогу виділити такі напрями дослідження туризму, як соціальний, історичний, економічний, правовий, міжнародний та ін. Теоретико-методологічні аспекти туризму, історію його розвитку як в Україні, так і за рубежом, окремі питання управління галуззю вивчали відомі вітчизняні вчені: В.К.Федорченко, В.І.Цибух, А.Т.Матвієнко, М.П.Крачило, М.П.Мальська, С.І.Попович, Г.П.Науменко, С.В.Хлоп'як, І.М.Школа, Ю. А. Коваленко, В.С.Ковешніков, М.І.Долішній та ін.

Питанням менеджменту і маркетингу туризму присвячені роботи зарубіжних науковців В.А.Квартального, М.І.Кабушкіна, В.Г.Гуляєва, В.Мідлтона, Г.Ф.Шаповала. Вітчизняні дослідники В.К.Євдокименко, В.І.Мацола, М.Б.Онисько, О.М.Савченко особливого значення надавали регіональним аспектам розвитку туристичної галузі. Вагомим внеском у розробку питань економіки організації та управління рекреаційно-туристичним комплексом є роботи вчених одеської наукової школи, зокрема О.Г.Топчієва, С.К.Харічкова, О.С.Шаптали та ін.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є теоретико-методологічне обґрунтування і розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності механізмів регулювання розвитку туристичної галузі України на національному, регіональному та місцевому рівнях з урахуванням зарубіжного досвіду.

Відповідно до мети дослідження були поставлені такі *завдання*:

- провести ґрунтовний аналіз нормативно-правової бази туристичної галузі України і запропонувати заходи щодо її вдосконалення;
- дослідити організаційно-функціональні передумови формування державної туристичної політики в провідних туристичних країнах світу;
- визначити чинники, які сприяють розвитку міжнародного туризму;
- визначити механізми регулювання розвитку туризму;
- обґрунтувати вибір стратегічних напрямів розвитку туристичної галузі України на основі аналізу наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених, нормативно-правових актів з урахуванням зарубіжного досвіду;
- охарактеризувати вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України;
- вказати проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні.

Об'єкт дослідження – туристична галузь України.

Предметом дослідження є розвиток туристичної галузі України та її місце в міжнародному туризмі.

Гіпотеза дослідження базується на припущенні, що розвиток туристичної галузі відбувається за умов впровадження ефективних механізмів її регулювання. Вивчення та аналіз досвіду європейських країн, щодо здійснення туристичної політики сприятиме науковому обґрунтуванню стратегії розвитку туризму в Україні.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою проведеного дослідження слугували основоположні законодавчі й нормативні акти України, а також наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених у сфері

туристичних послуг і управління нею, що розкривають соціально-економічні функції туризму і його роль у розвитку національної економіки.

Для досягнення поставленої в роботі мети було використано сучасні методи дослідження, зокрема на основі системно-аналітичного методу здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, розробок, пропозицій провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячених проблемам туристичної галузі. Використання методів логічного узагальнення забезпечило послідовність проведення наукового дослідження. Для вирішення окремих завдань використовувались також наступні методи: статистичного аналізу – для дослідження динаміки, структури і ефективності функціонування суб'єктів туристичної діяльності; проблемно-орієнтовний – для наукового обґрунтування напрямів вирішення проблем розвитку вітчизняної туристичної галузі; компаративний – для зіставлення розвитку туризму в різних регіонах та країнах; праксиметричний - для аналізу передового наукового досвіду. Застосовувались також методи комплексного системного аналізу економічних та управлінських явищ і процесів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розкритті теоретичних засад і практичних аспектів становлення регіональної системи міжнародного туризму під впливом глобалізації та модернізації сфери послуг.

У процесі дослідження були отримані такі наукові результати:

- уточнено економічний зміст міжнародного туризму, що знайшло своє вираження у визначенні його сутності, функцій, виділенні ряду особливостей;
- визначено роль міжнародного туризму в соціально-економічному житті держави;
- обґрунтовано стратегічні напрями оптимізації функціонування ринку туристичних послуг в Україні;
- запропоновано динамічно-просторову модель запровадження сучасних механізмів розвитку міжнародного туризму. Встановлено, що інтеграція до світового ринку туристичних послуг залежить від розвитку постіндустріальних механізмів стимулювання ділової активності у сфері туристичних послуг, зокрема,

здатності до запровадження інноваційної моделі економічного зростання, підвищення привабливості країни як економічного партнера.

Практичне значення. Розроблені в ході дослідження підходи, теоретичні узагальнення, висновки та рекомендації можуть бути використані для активізації туристичної сфери в Україні та діяльності органів виконавчої та законодавчої влади при розробці напрямів зовнішньоекономічної стратегії України, зокрема для прискорення процесу гармонізації регулюючих положень у сфері міжнародних туристичних послуг.

Структура магістерської роботи. Магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 106 сторінок комп'ютерного тексту, у тому числі 5 таблиць, 5 рисунків, список використаних джерел із 83 найменувань.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЗВИТКУ

1.1 Сутність міжнародного туризму та його значення

Поняття «туризм» почало формуватися з початком масового переміщення значної кількості людей з метою змістовного проведення дозвілля.

Нині вже можемо говорити про туризм як про суспільне явище, яке пов'язане з добровільною тимчасовою зміною місця перебування, середовища і ритму життя, а також безпосереднім контактом із середовищем (природним, культурним чи суспільним). Це суспільне явище настільки багатогранне, що дати йому точне та повне визначення практично неможливо.

Туризм можна розглядати в широкому і вузькому значенні [53] .

В широкому значенні до туризму належить будь-який маршрут переміщення людини у просторі, який виходить за межі буденності або за рамки повсякденних справ. Щоденні поїздки з дому на роботу і з роботи додому до туризму не відносять, а постійні виїзди на рибалку чи в ліс – уже туризм. Прогулянка магазинами по дорозі на роботу – це не туризм, а от відвідування ярмарку або цілеспрямована поїздка в торговий центр в іншому місті належить до туризму, якщо ця поїздка не здійснювалась за товарами, які регулярно купуються для повсякденних потреб.

У вузькому значенні туристичними вважаються всі спеціально організовані маршрути переміщення громадян, які здійснюються за їх рахунок (або за рахунок організацій, що їх послали), окрім переміщень, які пов'язані із виконанням професійних обов'язків. Фактично організацією туризму, у вузькому значенні, займаються спеціальні організації (туристичні фірми, бюро, туристичні агентства та ін.), які в загальному називаються суб'єктами туристичної діяльності. Згідно із законом України «Про туризм», суб'єкти туристичної діяльності - це підприємства, установи, організації незалежно від

форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг.

У сучасній науковій літературі можемо знайти багато визначень поняття «туризм», що суттєво відрізняються одне від одного насамперед тому, що їх автори розглядають туризм із різних аспектів.

Спроб дати визначення поняття «туризм» було багато. Одне із найбільш стійко закріплених визначень дане Беркартом і Медліком у книзі «Туризм: минуле, сучасне і майбутнє» (була опублікована Хейнманом у 1974 р.). Ці автори визначають туризм як «тимчасове короткотермінове переміщення людей в місця, відмінні від тих, де вони проживають та працюють звичайно, а також їх діяльність під час перебування в цих місцях» [5].

На думку М. Біржакова, туризм - це тимчасове переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну або іншу місцевість у межах своєї країни у вільний час з метою отримання задоволення чи відпочинку, оздоровчих і лікувальних, гостьових, пізнавальних послуг, релігійної або професійно-ділової мети, але без заняття роботою, що оплачується із джерела у місці, яке відвідується [6].

В. Гуляєв вважає, що туризм виконує одночасно економічні, соціальні, політичні, гуманітарні та ін. функції. Дослідник характеризує туризм як тимчасові виїзди громадян, іноземних громадян та осіб без громадянства з постійного місця проживання з професійно-діловою, спортивною, релігійною метою, для оздоровлення, пізнання тощо без заняття роботою, що оплачується в країні (місці) тимчасового перебування [7].

І. Курас вважає, що туризм - це, насамперед, людське підприємництво, до якого особистість вдається аби задовольнити свої світоглядні та духовні потреби, пізнати навколишній світ, реалізувати власну самобутність у просторі «іншого»: інших культур, звичаїв, способів життя [5].

О. Любіцева визначає туризм як явище суспільного життя. Він є однією з найбільш сталих складових світової економіки, яка за останні десятиріччя має

стабільні (в середньому 5% на рік) темпи зростання і не зазнає коливань попиту та пропозиції, тому вважається одним з найперспективніших напрямків соціально-економічного розвитку [8].

М. Кабушкін вважає, що туризм – це галузь економіки, що включає діяльність туристичних організаторів, агентів та посередників [9].

За визначенням Організації Об'єднаних Націй, туризм - це всі види руху населення, що не пов'язані зі зміною місця проживання і роботи, подорожі з метою відпочинку, участі у наукових, ділових і культурних зустрічах.

У Законі України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. наведено так визначення: туризм – це тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного місця проживання з пізнавальною, оздоровчою, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою на термін від 24 годин до одного року поспіль, без зайняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування.

Отже, турист – особа, яка здійснює подорож у межах своєї країни або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування метою, на термін від 24 годин до шести місяців, без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін. [3]

Як уже зазначалося, туризм – це багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, пов'язане з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів. Туризм – найдинамічніша сфера людської діяльності, чинник економічного та культурного розвитку, захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини, міжнародного взаєморозуміння, миру, дотримання прав людини та основних свобод без різниць у расі, статі, мові та релігії. Туризм — економічне джерело створення нових робочих місць та отримання прибутку, розвитку інфраструктур. Туризм – невід'ємна складова загального міжнародного ринку. [54]

Туризм – це екскурсії, походи і подорожі в яких відпочинок поєднується з пізнавальними і освітніми цілями.

Аналіз сучасного стану ринку туристичних товарів і послуг, перспектив його розвитку та значення туризму як джерела валютних надходжень у світову та національну економіку, розширення міжнародних контактів, забезпечення зайнятості населення є надзвичайно важливим.

Туризм у всіх його формах є діяльністю, розвиток якої залежить від низки чинників: матеріальних ресурсів; обсягу вільного часу; віку, статі, стану здоров'я, рівня духовного розвитку, особистих смаків людей; використання певних засобів пересування та ін.[73]

Масштаби економіки туризму залежать від кількості людей, які мають однакові потреби і бажання – здійснити туристичну подорож. Збільшення кількості людей, які відвідують країну сприяє збільшенню виробництва туристичних товарів і послуг, створенню нових робочих місць.

У 1963 р. Римська конференція ООН з міжнародних подорожей і туризму запропонувала членам Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (МСОТО) дійти згоди у трактуванні терміна «відвідувач», який повинен характеризувати будь-яку особу, що відвідує країну.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (ВТО), 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 [19].

Відповідно до цього визначення, всіх відвідувачів можна поділити на дві категорії:

1) відвідувачі-туристи, які здійснюють не менш ніж одну ночівлю в колективних або індивідуальних засобах розміщення відвідуваної країни з будь-якою метою, крім заняття оплачуваною діяльністю. Туристами також вважають екіпажі літаків і суден, які прибувають у країну та користуються засобами розміщення країни перебування;

2) відвідувачі-екскурсанти, які не здійснюють ночівлі в країні перебування. До них відносять: пасажирів круїзних суден, які ночують на борту незалежно від тривалості зупинки; одноденних відвідувачів; екіпажі, як залишаються в країні на один день для відпочинку, але не ночують; власників і пасажирів яхт (якщо вони ночують на яхті).

Можна виокремити три головні ознаки, які дають змогу об'єднати туристів та екскурсантів у категорію відвідувачів і водночас відрізнити від інших осіб, що подорожують[38]:

- 1) переміщення за межі звичного середовища перебування;
- 2) мета поїздки;
- 3) тривалість перебування в місці призначення;

Для зручності статистичного обліку, туристичні цілі об'єднані в декілька блоків: дозвілля, рекреація, відпочинок; відвідування знайомих і родичів; ділова та професійна мета (участь у ділових зустрічах, конференціях, симпозіумах, семінарах тощо); лікування; поклоніння релігійним святиням (паломництво); інші туристичні цілі.

Міжнародний туризм є одним із видів туризму. Він охоплює поїздки осіб, що подорожують з туристичною метою за межі країни постійного місця проживання.

Міжнародний туризм має декілька особливостей, які вирізняють його від інших видів туризму. Однією з них є перетин державних кордонів, який пов'язаний із певними визначеними формальностями: оформленням закордонних паспортів і віз, проходженням митних процедур, валютного та медичного контролю. Ці правила держави запроваджують із метою боротьби з незаконною міграцією, міжнародним тероризмом, торгівлею наркотиками, проституцією, для дотримання усталеного порядку в'їзду в країну чи виїзду з неї. Спеціальні служби перевіряють дотримання паспортно-візового режиму, вимог про вакцинацію (щеплення), правил і умов перевезення через кордон речей, товарів, валютних засобів і здійснення операцій з обміну валюти.

Спрощення чи ускладнення цих формальностей впливає на міжнародні туристичні потоки, відповідно збільшуючи чи обмежуючи їх.

Національні й міжнародні туристичні організації вважають спрощення цих формальностей одним із головних своїх завдань. Надаючи особливого значення цій проблемі, Всесвітня туристична організація розробила й ухвалила пакет рекомендації за такими розділами: [19]

– паспортні формальності: децентралізація паспортних служб; скорочення термінів і спрощення процедури оформлення закордонних паспортів; запровадження розумного збору; встановлення терміну чинності паспорта не менше п'яти років із необмеженою кількістю поїздок; збереження закордонного паспорта у власника без права його конфіскації; приведення паспортів у відповідність до міжнародних стандартів, що дозволяє здійснювати їх перевірку за допомогою комп'ютерних систем;

– валютні формальності: дозвіл на ввезення валюти в розмірі, зазначеному в митній декларації; надання повної інформації потенційним відвідувачам і туристам про правила і курси обміну валюти; обов'язкові розміщення відповідної інформації на контрольно-пропускних пунктах в'їзду; забезпечення можливості зворотного обміну валюти при виїзді; з країни перебування; тільки добровільний обмін ввезеної валюти; надання права туристам мати при виїзді достатні суми в національних грошових одиницях для зворотної поїздки своєю країною;

– візові формальності: безвізовий в'їзд на термін до трьох місяців; поширення чинності візи терміном на 12 місяців на один чи кілька в'їздів у всі пункти і за всіма маршрутами, відкритими для туристів, із використанням будь-якого виду транспорту; взаємне визнання візи сусідніми державами; у виняткових випадках надання дозволу на в'їзд на контрольно-пропускному пункті; запровадження єдиного консульського збору ш залежно від громадянства туриста;

– медичні формальності й надання медичної допомоги туристам, розширення співробітництва національних туристичних адміністрацій: з

органами охорони здоров'я в справі надання вичерпної інформації медичного характеру всім зацікавленим особам; укладання договорів медичного страхування і надання медичної допомоги туристам; надання невідкладної медичної допомоги всім без винятку туристам; у разі захворювання в гострій формі чи смерті негайне повідомлення консульства і родичів; перевезення тіла на батьківщину чи його поховання; швидке оформлення необхідних документів.

– митні формальності: обкладання туристів податками, зборами, включення деяких податків і зборів на утримання та оновлення туристичне об'єктів у структуру непрямого оподаткування, у вартість квитків: путівок, турів, замість прямого збору валюти з відвідувачів;

Формальності, пов'язані з перетином державних кордонів, обов'язково супроводжують міжнародний туризм і є його особливістю. Чим більше різняться грошові системи держав, чим більше формальних перешкод постає на шляху вільного пересування людей, чим значніші мовні бар'єри (хоч вони й не належать до туристичних формальностей, але, розділяючи народи, впливають на розвиток туристичних контактів), тим суттєвіші відмінності міжнародного туризму від внутрішнього.

Інша особливість міжнародного туризму розкривається через вплив, який міжнародний туризм чинить на платіжний баланс країни [40]. Іноземні туристи, оплачуючи товари і послуги, забезпечують надходження валюти в бюджет країни, яка їх приймає, і тим самим активізують її платіжний баланс. Тому приїзд іноземних туристів одержав назву активного туризму. 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, а туризм називається пасивним.

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.

У міжнародному туризмі залежно від напрямку туристського потоку виокремлюють дві форми – в'їзний і виїзний [40]. 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.

В умовах глобалізації світових товарних й фінансових ринків, ускладнення інформаційного простору, транснаціоналізації світового господарства та динамічного розвитку світового ринку послуг, дедалі більшої вагомості в структурі міжнародної торгівлі набуває туристична індустрія. Для багатьох країн світу саме ця сфера економіки стає пріоритетною, так як забезпечує левову частку сукупного національного доходу і стає напрямом міжнародної спеціалізації.

Туристична індустрія – сукупність готелів та інших засобів розміщення, ресторанів, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваг, об'єктів пізнавального, лікувального, оздоровчого, спортивного, релігійно-культового, ділового й іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, що надають туристично-екскурсійні послуги і послуги гідів-псєревізників.

В сучасній світовій економіці туризм відіграє все більш помітну роль [29], а сучасна туристична індустрія у міжнародній господарській системі посідає провідні позиції: на неї припадає близько 10% світового ВВП, близько 30% світової торгівлі послугами, 7% загального обсягу світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат. За даними Всесвітньої туристичної організації, за останні 16 років доходи від міжнародного туризму зростали в середньому на

9% в рік. У понад 40 країн світу туристична індустрія виступає основним джерелом надходжень національного бюджету [52].

Індустрія туризму охоплює багато підприємств малого бізнесу, які підтримують індустрію, виручка від туризму швидко розподіляється серед найширших верств населення приймаючого регіону. Таким чином все суспільство отримує економічну користь.

Туризм як форма задоволення потреб людей у відпочинку справляє великий вплив на життя світової спільноти, є об'єктивною потребою сучасної цивілізації. Надходження від міжнародного туризму нині є однією з найзначніших складових так званого невидимого експорту (*invisible export*). Він не тільки збільшує валютні надходження в країну, а й забезпечує зайнятість населення, допомагає раціонально використовувати ресурси. Розвиток туристських зв'язків є важливим засобом нормалізації міжнародного становища, зміцнення дружби між народами і поглиблення взаєморозуміння.

Останнім часом міжнародний туризм надзвичайно швидко розвивається, поступаючись лише автомобільній та хімічній промисловості. Таким чином вивчення явища міжнародного туризму є надзвичайно актуальним на сьогоднішній день.

За словами Генерального секретаря ЮНВТО, зростаюче визнання внеску туризму в економічний ріст і створення робочих місць означає, що національні уряди, особливо в регіонах, що розвиваються, починають приділяти туризму усе більше уваги.

Сьогодні подорожі та відпочинок стають невід'ємною частиною життя населення всіх континентів і, як наслідок, у структурі витрат середньостатистичної сім'ї, витрати на туристичні послуги – це четверта стаття після витрат на харчування, одяг та обслуговування автомобіля.

Туризм є доволі специфічною сферою економіки, яка, окрім реалізації економічних функцій у підприємстві (отримання прибутку суб'єктами туристичного ринку), виконує важливі соціальні та суспільні завдання. Тому

туристична діяльність сприяє відновленню зусиль і працездатності людей, раціональному використанню вільного часу та організації дозвілля населення.

Туризм відіграє важливу роль у становленні міжнародних зовнішньоекономічних зв'язків [19]. Як свідчить практика міжнародних відносин, міжнародний туризм на всіх етапах його розвитку був чинником зміцнення миру у світі, поліпшенні порозуміння між народами, розширення торгового, наукового і культурного співробітництва, налагодження добросусідських відносин між державами.

Він є важливим стимулом розвитку світової торгівлі, що сприяє розширенню й активізації міжнародного торгового обміну. Водночас туризм доцільно розглядати і як самостійний вид міжнародних зв'язків.

Без співпраці країн міжнародний туризм не може успішно розвиватися. Якщо якась країна залишається байдужою до потреб іноземних туристів, то поїздки в цю країну не будуть масовими.

Туристична галузь, враховуючи її значний вплив на економічний та соціальний розвиток країни, розгалуженість господарських зв'язків, потребує регулювання, підтримки та пильного контролю з боку держави.

1.2 Види міжнародного туризму

Досі немає чіткої загальноприйнятої класифікації туризму. Це пояснюється насамперед тим, що неможливо виокремити чисті форми і види сучасного туризму. Класифікувати туризм можна за найрізноманітнішими ознаками, до найважливіших із яких належать: мета подорожі, сезонні характеристики, засоби пересування, термін і тривалість подорожі, територіальні характеристики, індивідуальні вимоги клієнтів, фінансові можливості клієнтів.

Хоча серед дослідників нема однастайності щодо галузевої структури туризму, однак більшість із них класифікують туризм за такими ознаками: [65]

1. За метою поїздки:

- рекреаційний туризм, або лікувально-оздоровчий туризм – подорожі з метою відпочинку та лікування. Цей вид туризму досить поширений у цілому світі й орієнтується на цілющий клімат, лікувальні джерела і грязі, мальовничі ландшафти.

Подорожі з метою відпочинку та оздоровлення становлять близько 70 % світового туризму. Це оздоровчі, пізнавальні, аматорські, спортивні та інші поїздки. Потреби і погляди клієнтів на оздоровчий туризм значно відрізняються один від одного. Для одних це відпочинок з обов'язковим профілактичним лікуванням (водо- і грязелікування, мінеральні води тощо), для інших – просто відпочинок на природі або активний спосіб життя. Програми таких турів дуже різноманітні, але існують загальні специфічні вимоги до їх організації. Реалізація ж, як правило, відбувається не в цілому по групах, а індивідуально.

Програми цих турів будуються з урахуванням того, що приблизно половину масиву часу необхідно витратити на лікувально-оздоровчі процедури або заняття. Всі інші заходи мають додатковий або супутній характер. Один зі специфічних сегментів оздоровчого туризму – сімейний відпочинок. При розробці таких програм необхідно врахувати також дитячі вікові психологічні і фізіологічні особливості.

Як і раніше, підвищеним попитом у населення користуються поїздки до сонця і моря. Купально-пляжний відпочинок традиційно вважається найкращим способом зняття нервової і фізичної втоми, регенерації сил і енергії. Однак оздоровчий туризм зазнає суттєвих змін: мода на приморські курорти минає, туристичні потоки переорієнтовуються, зростає інтерес до поїздок у гори і до подорожей з елементами пригод і ризику, так званого екстриму.

- пригодницький туризм. Цей вид туризму забезпечує перебування туристів у привабливій для них місцевості і зайняття незвичайною справою (полювання на верблюдах в Африці, ловля форелі в Карпатах, сходження на кратер вулкану, політ у космос тощо). Пригодницькі тури поділяються на три види: похідні експедиції; сафарі-тури (мисливство, рибальство, фотомисливство тощо); навколосвітнє плавання (яхтинг).

Тематика і географія пригодницьких турів дуже різноманітна. Як правило, це групові тури. Але завжди колорит подорожі підкреслюється наданим спорядженням, інколи фольклорного характеру. Крім цього, специфікою такого виду туризму є наявність спеціального роду ліцензій, дозволів (на мисливство, рибальство, вивіз трофеїв), забезпечення гарантій безпеки, що включають в себе, окрім страхування, контрольно-порятункові служби, проходження трас маршрутів та перевалів, супровід кваліфікаційних інструкторів. Пригодницький туризм належить до елітних видів туризму і коштує досить дорого.

- релігійний – подорожі, які здійснюються з метою паломництва, відвідування святих місць, поклоніння релігійним святиням, ознайомлення з релігійними пам'ятками, історією релігії та релігійною культурою. Дуже важливим у релігійному туризмі є питання підготовки кадрів, які могли б не тільки показати архітектурні та історичні пам'ятники, а й розкрити туристам духовність релігійних цінностей.

Ознайомлення з визначними історико-культурними пам'ятками, відвідування театрів, музеїв із метою пізнання культури, історії, релігії, традицій та побуту інших народів є невід'ємною складовою будь-якого відпочинку. Більш повне уявлення про різні сторони людського життя формується внаслідок безпосередніх контактів із місцевими мешканцями, що стають можливими завдяки туризму. Враховуючи масштаби і значення пізнавального туризму, більшість дослідників відносять його до провідних субгалузей туризму, разом з оздоровчою і спортивною.

- пізнавальний або культурний туризм. Невід'ємною складовою будь-якого відпочинку є ознайомлення з визначними історико-культурними пам'ятками, відвідування театрів, музеїв із метою пізнання культури, історії, релігії, традицій та побуту інших народів. Більш повне уявлення про різні сторони людського життя формується внаслідок безпосередніх контактів із місцевими мешканцями, що стають можливими завдяки туризму. Враховуючи масштаби і

значення пізнавального туризму, більшість дослідників відносять його до провідних субгалузей туризму, разом з оздоровчою і спортивною.

- діловий туризм – поїздки з метою встановлення ділових контактів, проведення ділових переговорів.

Діловий туризм перспективна і високорентабельна галузь туризму. Його частка в міжнародному туристському обміні, за деякими оцінками, становить від 10 до 20 %.

Діловий туризм охоплює подорожі зі службовими цілями без одержання доходів у місці відрядження. На відміну від поїздок на відпочинок, рішення про відрядження, джерела і розміри його фінансування ухвалюють, як правило, не самі туристи, а інші особи – керівники різних рівнів управління.

До ділового туризму МСОТО відносить поїздки для участі в з'їздах, наукових конгресах і конференціях, виробничих семінарах і нарадах, ярмарках, виставках і міжнародних салонах, інші службові поїздки. У спеціальній літературі діловий туризм часто поділяється на бізнес-поїздки, конгресно-виставковий та інсентив-туризм – поїздки, якими фірма винагороджує своїх співробітників за високі показники в роботі. Звичайно, стимулювати продуктивну працю можна і грошовими винагородами але, як свідчить практика, зокрема страхових і банківських компаній, торгових підприємств, що мають розгалужену дилерську мережу, туристична поїздка заохочує більше. На відміну від масових турів, інсентив-програми розробляють під конкретного корпоративного замовника та, як правило, пропонують засоби розміщення високого класу та високоякісне обслуговування на маршруті. І хоча в загальному туристичному потоці, наприклад, в Іспанію чи Францію, «преміювані» туристи становлять усього 5–7 %, частка інсентиву в доходах країн від туризму є значно більшою. Це пояснюється більшою вартістю інсентив-програм порівняно зі звичайними турами.

- науковий туризм – це знайомство з досягненнями науки й техніки, промисловості, сільського господарства, участь в конгресах, симпозіумах, наукових семінарах і т.п.

- етнічний туризм – подорожі для відвідування родичів та близьких.

- спортивний туризм – поїздки з метою участі в спортивних заходах та підтримки улюблених команд. При таких поїздках необхідно задовольняти спортивні потреби залежно від обраного в кожному конкретному випадку виду спорту. Головне завдання спортивного туру – забезпечення можливостей (протягом всього туру) займатися обраним видом спорту. Спеціальні траси, підйомники, спортивні майданчики, споруди, інвентар – обов’язкове оснащення спортивних турів. Забезпечення безпеки туристів - одна з найважливіших вимог до спортивних турів. Безпека забезпечується наступним:

- найманням досвідчених перевірених і кваліфікованих інструкторів;
- постійним контролем за станом траси, маршруту, спортивними спорудами, підйомниками тощо;
- укладенням угоди з місцевою, регіональною контрольно-порятунковою службою;
- страхуванням подорожей.

- пригодницький туризм – туризм, пов’язаний із фізичними навантаженнями, а іноді і з небезпекою для життя.

До видів туризму за метою можна віднести розважальний, навчальний військовий, екстремальний та багато інших.

Це далеко не повна класифікація видів туризму за метою подорожей. Ціль туристичної поїздки може бути будь-яка. Усі ці види туризму тісно переплітаються між собою і виділити їх у чистому виді не завжди можливе.

Наприклад, діловий туризм може поєднуватись з екскурсійним або спортивним, етнічний – з релігійним, екскурсійний – з рекреаційним тощо.

2. За способом організації туризм поділяється на:

- організований туризм. Туристи задовольняють свої потреби по-різному. Вони можуть одержати відповідний набір послуг через туристичну фірму чи без її участі, оплатити поїздку з комплексним обслуговуванням чи завчасно кожену послугу окремо в міру користування нею на місці. Суворо регламентовані подорожі, пропоновані туристичними фірмами і реалізовані

зазвичай на умовах попередньої оплати, називаються організованим туризмом. Організовані туристи отримують тури за заздалегідь погодженими маршрутами, термінами перебування, обсягами пропонованих послуг. Одні з них надають перевагу турам із комплексним обслуговуванням, інші обмежуються частковим обслуговуванням (купити, наприклад, курсівку тільки на харчування).

- неорганізований туризм. На відміну від організованих, неорганізовані туристи не пов'язані жодними взаємними зобов'язаннями з різного роду посередниками, насамперед туристичними фірмами. Вони подорожують на принципах самодіяльності й самообслуговування. Типовий приклад неорганізованого туризму – поїздки автостопом із використанням як засобу пересування попутних автомобілів. Неорганізований відпочинок набув значного поширення, особливо серед молоді.

3. Залежно від кількості туристів, які одночасно і разом здійснюють подорож за одним маршрутом міжнародний туризм поділяють на:

- індивідуальний (від однієї до п'яти осіб) – подорож однієї людини за своїм планом.

- груповий (шість-сім осіб і більше) – подорож групи людей (в тому числі сім'ї) за власним планом. Учасників групових подорожей, як правило, об'єднують спільні інтереси. Це можуть бути тури археологічної, мистецтвознавчої чи історичної тематики.

4. За тривалістю і дальністю поїздок виділяють:

- короткочасний туризм - це такий туризм, коли тривалість подорожі не перевищує 3-х діб.

- тривалий – це туризм, термін подорожі при якому більше 3-х діб.

5. В залежності від віку туристів, розрізняють: дитячий, молодіжний та зрілий туризм.

6. В залежності від засобів пересування розрізняють туризм з використанням особистого і громадського транспорту, що належить

туристичній фірмі або орендується нею. Виходячи з цього, туризм поділяється на такі види: автотуризм, караванний круїз, морський і річний круїзи та ін.

7. За методом розміщення туризм ділиться на стаціонарний і 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.)

8. За інтенсивністю туристичних путівок розрізняють туризм постійний і сезонний.

- постійний туризм – це круглорічне і більш-менш рівномірне відвідування туристичних місць (міст, курортів і т.п.).

- сезонний туризм пов'язаний з відвіданням туристичних місць тільки в певну пору року.

Особливості сучасного етапу розвитку туризму розкривають поняття «масовий туризм», відображаючи процеси демократизації і розширення туристичного руху, особливо в країнах Заходу, де більше половини населення є споживачами туристичних товарів і послуг. Поняття «масовий туризм» запроваджене і вживається як альтернатива аристократичному туризму XIX ст., окремим дорогим видам туризму, орієнтованим на обрану публіку, і туризму в країнах, що розвиваються, де його розвиток обмежений через низький рівень життя населення. [42]

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 термін характеризує кількісний бік поняття, а слово «популярний» – якісний.

На відміну від масового елітарний туризм розрахований на заможних клієнтів. Для цієї категорії споживачів ціни не мають особливого значення, але вони висувають підвищені вимоги до якості пропонованих товарів і послуг. Елітарний туризм відіграє важливу роль у розвитку туристичного бізнесу

загалом, надаючи йому імпульсу розвитку. Він сприяє впровадженню і поширенню нових, вищих стандартів обслуговування і, як наслідок, поліпшенню якості життя людей.

Існують також такі види туризму, як стійкий та екологічний.

Поняття «стійкий туризм» сформувалося порівняно недавно, разом із глобальною концепцією стійкого розвитку людства. Принципи стійкості у туризмі передбачають невиснажливе використання природного і культурного потенціалу на основі програмно-цільового підходу до розвитку туризму; перехід підприємств туризму на ресурсозберігаючі технології, скорочення виробничих відходів; партнерство у взаємовідносинах громадського та приватного секторів; сприяння туризму соціально-економічному розвитку окремих територій держав.

Багато туристичних компаній розробляють власні плани переходу на принципи стійкого розвитку, впроваджують системи екологічного менеджменту, застосовують екологічні технології.

Принципи стійкого розвитку в практиці туристичної діяльності поширюються під впливом споживчого попиту. За умов поінформованості населення про стан навколишнього середовища та екологізації свідомості людей екологічна ситуація стає одним із вирішальних критеріїв вибору місця і форми відпочинку. Ця тенденція виявляється в зростанні попиту на альтернативні види туризму, зокрема екологічний туризм.

Екотуризм або екологічний туризм – тип туризму, що полягає у подорожах до природних недоторканих людиною та, часто, природоохоронних територій, намагаючись не здійснювати великого впливу на цю територію. Екотуризм допомагає освіті туристів та розвиває у них толерантність, дозволяє збирати гроші на заходи зі збереження території, допомагає розвитку ізольованих поселень. Розвиток екотуризму часто розглядається як важливий засіб збереження навколишнього середовища для майбутніх поколінь [37]

Екотуризм найбільш привертає тих туристів, яких турбують проблеми екології. Він часто включає волонтерську роботу, інші активні заходи зі

збереження навколишнього середовища та навчальні програми, що допомагають зменшувати негативні аспекти впливу людини на природу.

Диверсифікація екотуристичної діяльності супроводжуються зближенням екологічного та інших видів туризму. Захоплення природою притаманне й учасникам масового туристичного руху. Купально-пляжний відпочинок, круїзи, ділові поїздки, часто поєднуються з відвідуванням національних чи природно-етнографічних парків.

Межі екологічного туризму втрачають свою чіткість, а його масштаби і соціально-економічне значення зростають.

Практично кожна країна має можливості для організації «зелених» подорожей. Сьогодні основні екотуристичні потоки спрямовані в США, Канаду, Австралію, Непал, Еквадор. Бразилію, Філіппіни, Кенію, ПАР. Екологічний туризм є однією з найбільш перспективних і динамічних форм туристичної діяльності.

В останні роки в практиці міжнародного туризму швидкими темпами розвиваються нові види туризму, такі як парадорес, таймшер, сільський туризм і т.д.

Таймшер – це вид туризму, який здійснюється шляхом тривалої колективної оренди ділянки землі (з нерухомістю) для відпочинку. [16]

Називається цей вид бізнесу саме так, оскільки означає він продаж можливості щорічно відпочивати в конкретному місці (номері готелю, бунгало, апартаментах, на віллі, в дачному будиночку і т.п.) протягом певного періоду часу.

Офіційна назва таймшера – клубний відпочинок. На Заході таймшер поширений досить широко. Не тільки на Україну, а й за кордоном клубний відпочинок вважається дорогим задоволенням.

Сільський туризм – відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Він передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з

обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами. Сільський туризм – це форма проведення вільного часу у вигляді стаціонарного відпочинку.

Парадорес – це відпочинок у монастирі, замку, які використовуються як висококласний готель для багатих клієнтів, делегацій, іноді використовується як урядова резиденція для прийому VIP-персон [58].

Дослівно «Парадор» – це «заїжджий двір», і хоча більшості з них офіційно присвоєна категорія, відповідна 4*, висока якість обслуговування ставить парадори на один щабель з кращими готелями Європи. Ідея використовувати старовинні замки, фортеці та інші численні споруди середньовіччя з метою використання національної спадщини Іспанії в туризмі та розвитку регіонів з невеликими економічними ресурсами належить королю Альфонсо XIII в кінці року 1926 року.

Аналогів існуючої в Іспанії державній системі готелів «Paradores» немає, мабуть, більше ніде в світі. Розташовані на найжвавіших туристичних перехрестях країни, готелі-парадори – не просто місце для ночівлі. Майже половина з 93 парадори Іспанії розташована в колишніх монастирях, старовинних замках, палацах іспанських грандів, чиї стіни бачили королів, славних лицарів і суворих конкістадорів.

Будівлі, в яких розташовані парадори, мають вікову історію, але всі вони реставровані і обладнані за останнім сучасним стандартам. Предмет особливої гордості парадори - приголомшливі інтер'єри, що відображають давню історію країни і, звичайно, приголомшлива кухня, що включає місцеву кухню і кращі вина регіонів. Ніде в світі немає аналогічної готельної ланцюжка, схожою на парадори. Вони спрямовані на захист навколишнього середовища і ідеально вписуються в райони, де вони розташовані, підтримуючи природне і культурну спадщину Іспанії.

Зі зростанням та зміною вимог до обсягу та якості туристичних послуг, з появою нових інноваційних видів, форм і методів туристичної діяльності змінюється і класифікація туризму.

1.3 Аналіз основних чинників, що впливають на формування і функціонування туристичного ринку

На розвиток індустрії туризму впливає велика кількість чинників: постійних та мінливих. Розглядаючи питання розвитку системи маркетингу на ринку туристичних послуг, Азарян О.М. та Жукова Н.Л. досліджують чинники, „що обмежують розвиток рекреаційної сфери і туризму в Україні й окремих її регіонах” та наполягають на розробці „антикризових заходів для відновлення рекреаційної сфери з метою подальшого її розвитку і досягнення економічного зростання” [4].

Дядечко Л.П. при визначенні цілей державного регулювання та пріоритетних напрямів розвитку туристичного бізнесу наводить „як позитивні, так і негативні чинники, пов’язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і в світі” [13].

В свою чергу, Жукова М.О. пропонує „увесь комплекс чинників, що впливають на розвиток туристичної галузі, поділити на дві групи: 1) чинники, діючі незалежно від діяльності організацій туризму; 2) чинники, що сприяють розвитку туризму, активно використовувані туристськими організаціями у своїй діяльності”.

Таким чином, загальної систематизації чинників впливу на туризм не існує, вітчизняні та зарубіжні фахівці в галузі туризму по-різному ставлять акценти при визначенні чинників, що впливають на специфіку діяльності туристських підприємств.

Чинники, що впливають на розвиток туризму, різноманітні й багатогранні. Наявність сприятливих чинників приводить до лідерства окремих регіонів і країн у світовому туризмі (Табл. 1.1), і, навпаки, небажані чинники знижують туристичний потік.

Таблиця 1.1.

Чинники росту привабливості країн для туристів

Найбільш популярні країни регіону.	Чинники росту привабливості
Південноамериканський регіон (Бразилія тощо)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток екологічних турів по Амазонії 2. Екзотична природа 3. Сучасна архітектура і дизайн столиць країн
Європейський регіон (Франція, Англія, Німеччина, Фінляндія, Швеція)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока концентрація історичних і культурних визначних пам'яток. 2. Спрощений візовий режим. 3. Високий рівень сервісу.
Середземноморський регіон (Кіпр, Ізраїль тощо)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вигідна система оподаткування. 2. Сучасна банківська мережа. 3. Добре налагоджена структура телекомунікацій 4. Ріст паломницького туризму. 5. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів. 6. Тур по чотирьох морях. 7. Розвинута інфраструктура туризму. 8. Високий рівень обслуговування. 9. Комфортний клімат. 10. Велика тривалість туристського сезону.
Азіатський регіон (Об'єднані Арабські Емірати тощо)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Високий рівень сервісу. 2. Мінімальні податки. Практика системи "TAX FREE". 3. Екзотична природа і культура. 4. Політична стабільність.

Узагальнюючи думки різних аналітиків, можна відмітити, що в основі позитивного розвитку міжнародного туризму лежать наступні чинники: економічне зростання і соціальний прогрес привели до розширення обсягу ділових поїздок та подорожей з пізнавальними цілями; удосконалення всіх видів транспортних засобів зробило дешевшими поїздки; збільшення кількості найманих працівників і службовців у розвинутих країнах та підвищення їхнього матеріального і культурного рівня; інтенсифікація праці й отримання працюючими більш довгих відпусток; розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами привів до розширення міжособистісних зв'язків регіонами; розвиток сфери послуг стимулював розвиток сфери перевезень і технологічний прогрес у галузі телекомунікації; послаблення

обмежень на вивіз валюти у багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей. [18]

Основні чинники, що впливають на розвиток туризму, можна розподілити на дві групи: статичні і динамічні. [27]

До статичних відносять сукупність природно-географічних чинників, які мають незмінне значення: природно-кліматичні, географічні та культурно-історичні чинники. Людина лише пристосовує їх до туристських потреб, робить більш доступними для використання.

До динамічних чинників відносять: демографічні, соціально-економічні, матеріально-технічні й політичні чинники, які можуть мати різну оцінку, значення, що змінюються в часі й просторі.

Чинники, що впливають на розвиток туризму також підрозділяються на:[27]

- 1) зовнішні (екзогенні);
- 2) внутрішні (ендогенні).

Зовнішні чинники впливають на туризм за допомогою змін, що відбуваються в житті суспільства, і мають неоднозначний вплив на різні елементи системи туризму, а також через фінансово економічні умови.

Серед численних зовнішніх чинників, що впливають на розвиток туристичної індустрії доцільно виділити основні їх групи: політично-правові, економічні, соціально-демографічні, науково-технічні, екологічні.

До природно-кліматичних чинників належать природно-рекреаційні ресурси, тобто ресурси, які забезпечують відпочинок і відновлення здоров'я та працездатності людини, а також естетичні ресурси — комплекс природних чинників, які позитивно впливають на духовний стан людей. Серед природно-рекреаційних, естетичних та інших видів туристичних ресурсів велике значення для туристів мають ландшафт, клімат, рослинний і тваринний світ, водні ресурси, рельєф (Рис. 1.1) .

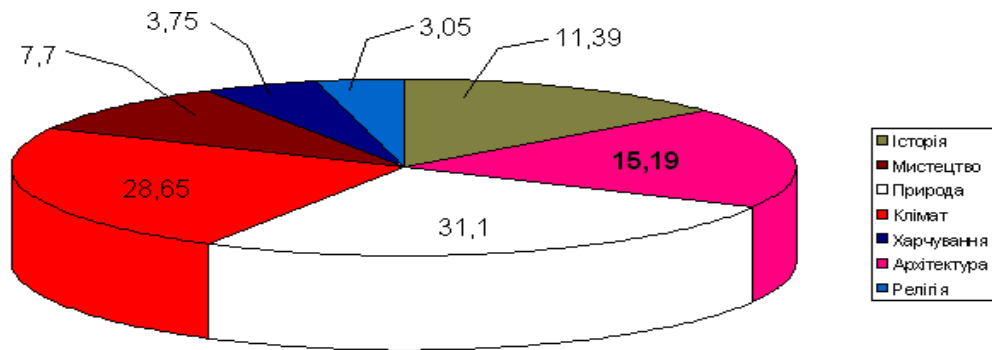


Рис. 1.1. Чинники привабливості рекреаційно-туристичних ресурсів, % [44]

Чинниками, які характеризують придатність географічного положення країни чи району (регіону) для розвитку туризму, є: [34]

- положення країни чи району (регіону) відносно основних постачальників туристів;
- знаходження країни, району (регіону) на важливих транзитних шляхах;
- віддаленість чи близькість до «гарячих точок» планети;
- положення відносно країн, районів (регіонів) — конкурентів щодо прийому туристів.

Економічні чинники і розвиток туризму мають найтісніший зв'язок оскільки від економічного розвитку країни залежать доходи населення, рівень розвитку матеріально-технічної бази туризму і його інфраструктури.

До зовнішніх чинників належать також фінансово-економічні умови: поліпшення (погіршення) економічної й фінансової ситуації обумовлює збільшення (зниження) персонального доходу. Зростання доходів населення, в свою чергу, дозволяє витратити більше грошей на відпочинок, подорожі, дозвілля. ержави з розвинутою економікою, як правило, лідирують за кількістю туристських поїздок.

Міжнародному розвитку туризму сприяють активна зовнішньоекономічна діяльність держави, процеси глобалізації й інтеграції, що відбуваються в усіх галузях світової економіки.

Однак такі явища в економіці, як жорсткість митних формальностей, фінансова нестабільність (інфляція), економічні страйки, перебої в енерго- і водопостачанні можуть значно стримувати діяльність підприємств туристичної індустрії.

До числа економічних чинників також відносяться: падіння валового внутрішнього доходу, інфляція, відсоткові банківські ставки, коливання обмінних курсів валют. Помічено, що зростання відносної собівартості поїздки на 5% приводить до зменшення попиту на туристський продукт до 10%.

Демографічні чинники. Збільшення чисельності населення впливає на збільшення кількості туристів. Важливим демографічним чинником є зміна вікової структури населення. Збільшення в багатьох країнах середньої тривалості життя приводить до того, що все більше людей мають вільний час і засоби, що дозволяють їм робити закордонні подорожі. До демографічних чинників, крім загального зростання народонаселення, варто віднести й урбанізацію, тобто збільшення частки міського населення за рахунок скорочення чисельності сільських жителів. Звідси висновок: оскільки міське населення активніше подорожує, то цей процес веде до зростання темпів розвитку міжнародного туризму.

Соціальні чинники. До них відноситься зростання добробуту населення розвинутих країн, що активно беруть участь в туристичному обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток і скорочення тривалості робочого тижня. Крім того, на розвиток туризму мають вплив і такі соціальні чинники, як рівень освіти, відношення людей до духовних цінностей замість матеріальних і т. ін.

Культурні чинники. Це насамперед зростання культурного рівня населення багатьох країн і в зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення із закордонними культурними цінностями.

Політико-правові чинники – політичні обставини в світі і в окремих країнах, політика відкриття / закриття кордонів, пом'якшення адміністративного контролю у сфері туризму, уніфікація податкової і грошової політики. Зниженню темпів розвитку туризму вплинули події в країнах Ірану, Іраку, Афганістану, США, Персидської затоки та ін. Екстремізм, тероризм негативно впливають на розвиток туризму.

Науково-технічні чинники. Науково-технічний прогрес зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази міжнародного туризму, іншими словами – туріндустрії, що створює необхідні умови для масового туризму. Йдеться про готельні ланцюги й інші колективні засоби розміщення, транспортні засоби для масових пасажирських перевезень. Особливо варто виділити впровадження в туріндустрію комп'ютерної техніки, без чого зараз неможлива організація масового туризму.

Науково-технічні чинники дозволяють вчасно побачити можливості, які розвиток науки й техніки відкривають для виробництва нових видів послуг, їхнього збуту й удосконалення обслуговування клієнтів. Розвиток науки й техніки сприяє технологічним змінам, удосконаленню матеріально-технічної бази, модернізації транспортної інфраструктури.

Екологічні чинники – це чинники, пов'язані із станом довкілля, погіршення цього стану негативно впливає на туризм.

Внутрішні чинники – це ключові явища і тенденції, що впливають безпосередньо у сфері туризму [68]. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, роздрібною торгівлі і т.д.

До внутрішніх чинників належать:

- процеси попиту, пропозиції й поширення (перетворення попиту на турпродукти в постійний попит), збільшення індивідуального туризму;
- зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішнерегіональних туристських сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікул і т.д.;

- зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальних інтеграцій, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім і малим бізнесом; вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних союзів; глобалізація туристського бізнесу і т.д.);
- зростання ролі ЗМІ й зв'язків із громадськістю (паблік рілейшнз) у просуванні, рекламі й реалізації турпродуктів;
- зростання ролі фахівців у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно кваліфікованої структури і т.д.);
- зростання представників туристського бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні турпослуги).

Окрім цих чинників, значний розвиток туризму в кінці ХХ та на початку ХХІ століття пояснюється рядом інших причин. Найголовнішою з них слід визнати посилення процесу індустріалізації – зміцнення економічних зв'язків між країнами і континентами на основі поглибленого територіального розподілу праці і безпосередньо пов'язаного з ним розширення науково-технічних і культурних зв'язків. Важливу роль відіграють досягнення науково-технічної революції, особливо в галузі транспорту і нових інформаційних технологій. Розвитку туризму сприяє збільшення грошових доходів населення ряду країн, підвищення рівня освіти та культури, а також зростаюча втома від життя у великих містах. Чимале значення мають і здійснювані в багатьох країнах спеціальні програми, направлені на активізацію туристичного руху: скасування обмеження на ввезення валюти, будівництво готелів та доріг, широка реклама об'єктів туризму, ціна на туристичні послуги та ін.

Особливе місце серед чинників, що мають вплив на розвиток туризму, займає сезонність, яка виступає як найважливіша специфічна проблема [15].

Сезонність – це властивість туристських потоків концентруватися в певних місцях протягом невеликого періоду часу [70].

З економічної точки зору вона пов'язана з коливаннями попиту, що повторюється. У країнах Північної півкулі з помірним кліматом основними («високими») сезонами є літній (липень-серпень) і зимовий (січень-березень). Крім того, виділяються міжсезоння (квітень-червень, вересень) і «мертвий сезон» (жовтень-грудень), при яких туристські потоки загасають і попит знижується до мінімуму.

Кліматичні чинники пов'язані з тим, що в більшості регіонів світу погодні умови для подорожей, відпочинку, лікування, занять спортом розрізняються за місяцями року.

Соціальні чинники обумовлені тим, що велика частина шкільних канікул припадає на літні місяці. Тому батьки прагнуть приурочити свою відпустку до цього часу і відпочивати разом з дітьми. Високий рівень попиту на туристські поїздки влітку пов'язаний і з поширеною в європейських країнах практикою, зупинки підприємств на профілактичний ремонт у липні-серпні (місяці якнайменшої продуктивності праці).

Згладжування сезонності в туризмі дає великий економічний ефект, дозволяючи збільшити терміни експлуатації матеріально-технічної бази, підвищити ступінь використання праці персоналу протягом року, збільшити надходження від туризму.

Водночас існують чинники, які стримують розвиток світового туризму або негативно впливають на нього, причому в Україні їх значно більше, ніж в країнах, які є основними постачальниками туристичного продукту. До стримуючих чинників, що впливають на розвиток туризму негативно, відносяться: [32] кризи, мілітаризація економіки, зростання зовнішньої заборгованості, політична нестабільність, зростання цін на предмети споживання, безробіття, фінансова нестабільність, зменшення обсягів споживання, несприятливе екологічне становище, банкрутство туристських підприємств, невиконання турфірмами своїх зобов'язань та ін.

Як свідчать результати соціологічного опитування, проведеного Німецьким Інститутом Вивчення Вільного Часу в державах Європейського Союзу, найбільше подорожуючих хвилюють наступні проблеми: [53]

1. Війна, неспокій, політична нестабільність. Саме цей чинник найбільше стримує туристів від здійснення закордонних поїздок до тієї чи іншої країни.

Однак практика показує, що вплив цього чинника набагато вагоміший і стосується він не лише держави, в якій спостерігається політичний неспокій, але й країн, сусідніх із нею. Найяскравішим прикладом, що характеризує цю ситуацію, може бути Близький Схід. На відносно невеликій території тут сконцентровані досить привабливі місця для відпочинку.

Однак динаміка розвитку туризму в згаданому регіоні підлягає різким коливанням. Так, через військові дії в Лівії та Єгипті спостерігається різкий спад потоку туристів та доходу від нього в цілому по регіону. Усі намагання урядів держав даного регіону збільшити кількість подорожуючих до своїх країн перекреслюються одним повідомленням про зростання напруженості в регіоні. Від цього потерпають не тільки державні бюджети, що недораховуються значних валютних надходжень, але й окремі підприємства, яким зменшення потоку туристів завдає великі збитки.

2. Екологічні проблеми - це техногенні чинники, пов'язані з аварією на ЧАЕС, які призвели до того, що зміни в екології, України стали наслідком зменшення туристсько-рекреаційних ресурсів. Негативний ефект екологічного чинника посилюється також його довгостроковим характером, адже зміна свідомості суспільства відбувається набагато повільніше, ніж ліквідація наслідків екологічної катастрофи.

3. Хвороби та епідемії. Вплив цього чинника особливо істотний для африканського континенту. На сьогоднішній день обсяги туризму в цьому регіоні не перевищують 2% від світового рівня, при цьому його основна частина припадає на країни Північної та Південної Африки. Туризм в центральній її частині практично не розвинутий, хоча, для цього є непогані

можливості, зокрема для розвитку екологічного та екзотичного видів туризму. Чинниками, які гальмують розвиток туризму в Центральній Африці, є невивченість цього регіону і численні хвороби та епідемії, які тут постійно спалахують.

Одним із засобів боротьби з ними може стати обов'язкова вакцинація всіх туристів, які прямують до цього регіону, що, до речі, вже проводиться в більшості розвинутих країн при організації подорожей в райони зі складною епідеміологічною ситуацією. Однак виникнення нових джерел епідемій, виявлення нових вірусів та невивченість попередніх ще довго будуть відвертати туристів від ідеї відвідування цього регіону.

4. Природні катаклізми та катастрофи. Природні катастрофи можуть відбуватись практично в будь-якому регіоні, а передбачити і, тим більше, попередити їх фактично неможливо. Руйнівна дія природних катастроф спрямована, перш за все, на туристичну і транспортну інфраструктуру. І хоча від прояву форс-мажорних обставин такого роду ніхто не застрахований, їх виникнення може призвести до відкладання туристом поїздки в цей регіон на невизначений час або навіть до її відміни. В цьому випадку, як і при екологічних катастрофах, великого значення набуває психологічний аспект, що стримує туриста від поїздки до регіонів, які потерпіли від стихійного лиха, навіть після ліквідації наслідків природних катастроф. Ці чинники є найбільш характерними для регіонів з підвищеною сейсмічною активністю.

Світовий туризм та його ринки стикаються з постійними змінами у демографії, зміною життєвих цінностей та швидким розвитком технологій. Освіта, спосіб життя та набутий досвід формують вимоги споживача в туристичній індустрії [53].

Формування національної туристичної індустрії є наслідком складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, які спричиняють потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги.

Висновки до розділу 1

Виникнення туризму як товару вимагало розвитку відповідної матеріально-технічної бази, наявності кваліфікованих кадрів по обслуговуванню туристів, цілеспрямованого і якісного управління туристичними господарськими суб'єктами. В сучасних умовах туризм являє собою одну з найбільш розвинених галузей світового господарства, форм зовнішньоекономічної діяльності.

Туризм для країни – це насамперед генератор додаткових прибутків населення, органів місцевого самоврядування та регіонів; це ефективний швидкий інструмент соціально-економічного розвитку, який не потребує занадто обтяжливих витрат. Досі немає чіткої загальноприйнятої класифікації туризму. Це пояснюється насамперед тим, що неможливо виокремити чисті форми і види сучасного туризму. Класифікувати туризм можна за найрізноманітнішими ознаками, до найважливіших із яких належать: мета подорожі, сезонні характеристики, засоби пересування, термін і тривалість подорожі, територіальні характеристики, індивідуальні вимоги клієнтів, фінансові можливості клієнтів.

Міжнародний туризм є одним із видів туризму і охоплює поїздки осіб, що з туристичною метою подорожують за межі країни постійного проживання. При цьому в'їзний і виїзний туризм відрізняються напрямками туристичного потоку. Одного і того ж туриста можна вважати таким, що в'їжджає, і таким, що виїжджає, одночасно залежно від того, відносно якої країни він переміщується.

Останніми роками спостерігаються зміни на користь масового туризму, що є наслідком впливу таких чинників: [74]

- скорочення робочого часу і збільшення вільного часу;
- розширення використання транспорту для туристичних поїздок (авіаційного, автомобільного та ін.) та зниження цін на авіаперевезення;
- розвиток засобів комунікації та інформаційних технологій;

- зростання зацікавленості туроператорів масовим туризмом як бізнесом, що не потребує значних витрат, але дає високі прибутки;
- збільшення кількості робочих місць у туризмі;
- збільшення кількості туристів за рахунок низьких цін туристичних пакетів.
- розширення використання транспорту для туристичних поїздок (авіаційного, автомобільного та ін.);
- розвиток засобів комунікації та інформаційних технологій;
- збільшення числа найманих робітників та службовців у розвинутих країнах і підвищення їх матеріального і культурного рівня;
- ослаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей;
- туристичний бізнес захоплює підприємців по багатьох причинах (невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності і мінімальний період окупності витрат).

Таким чином, як і будь-яка інша сфера господарської діяльності, індустрія туризму є дуже складною системою, ступінь розвитку якої залежить від ступеня розвитку економіки країни в цілому.

Сьогодні необхідно врахувати основні тенденції розвитку туризму на сучасному етапі, які у світовому туризмі характеризуються:

- тяжінням до незайманої природи, що асоціюється з поняттям краси, і у зв'язку з цим розвитком екологічного туризму;
- поширенням індивідуальних туристських подорожей;
- розвитком елітарного туризму.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1 Оцінка розвитку туризму в провідних туристичних країнах світу

Туризм є однією із найбільш динамічних галузей світової економіки, яка реагує на будь-які коливання ринкової кон'юнктури. Вплив світової фінансової кризи, політична нестабільність в африканському континенті, стихійні явища в Японії знаходять своє відображення в обсягах і динаміці відвідування туристами окремих країн, а тому позначаються на рівні доходів економік цих країн.

Незважаючи на те, що сьогодні в організації міжнародного туризму існують та діють загальні принципи його формування, функціонування і розвитку, кожна країна, яка приділяє серйозну увагу цій галузі економіки, застосовує свої моделі туризму. Це обумовлено різними причинами, в основі яких лежать історичні, географічні, кліматичні, економічні і соціальні особливості кожної окремої країни чи регіону. Іншими словами, кожна країна, яка розвиває туристичну індустрію, намагається повністю використати національні ресурси з метою отримання значних валютних надходжень.

У цих умовах туризм, який є важливим чинником відродження економіки країн, їх стійкого розвитку та створення робочих місць вимагає посиленої підтримки з боку держави та національних і міжнародних туристичних організацій.

1. Згідно класифікації ВТО всі країни, задіяні в сфері міжнародного туризму представлені п'ятьма регіонами [68]:

– Африка, що включає п'ять субрегіонів (Північна, Західна, Східна та Південна Африка);

– Америка, що включає 4 субрегіони (Північна Америка, Карибські острови, Центральна Америка та Південна Америка);

- Азія і Тихий океан, що включає 4 субрегіони (Північно-Східна Азія, Південно-Західна Азія, Південна Азія та Океанія);
- Європа, що включає 5 субрегіонів (Північна Європа, Західна Європа, Центральна та Східна Європа, Південна Європа та Східна Середземноморська Європа);
- Середній Схід.

Таблиця 2. 1.

Динаміка в'їзного туризму за період з 2001 р. до 2009 р. за субрегіонами
[68]

Роки	Міжнародні туристичні прибуття, млн...осіб					
	Регіони					Світ
	Європа	Америка	Азія та Тихоокеанський регіон	Середній Схід	Африка	
2001	295,2	29,1	115,7	24,5	29,1	586,6
2002	407,0	30,0	124,9	28,5	30,0	707,1
2003	407,1	31,6	113,3	29,5	31,6	694,6
2004	424,4	34,5	144,2	36,3	39,0	765,1
2005	441,5	37,3	155,4	39,0	41,0	806,7
2006	460,8	40,9	167,8	41,0	40,9	847,0
2007	481,0	44,2	184,9	46,4	44,2	900
2008	481,1	45,7	154,1	55,6	45,7	919,6
2009	457,0	48,0	182,5	52,5	48,0	880,3

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 [47]. Кількість міжнародних туристичних прибуттів в динаміці з урахування вищенаведених рекомендацій і статистичних даних ВТО [51] наведені в таблиці 2.1. та зображені на діаграмі (рис.2.1.).

З таблиці 2.1. видно, що з 2001 року міжнародний туризм набуває значного розвитку, з кожним роком підвищуючи темпи свого зростання. Така позитивна тенденція спостерігалась до 2008 року. Так, 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.

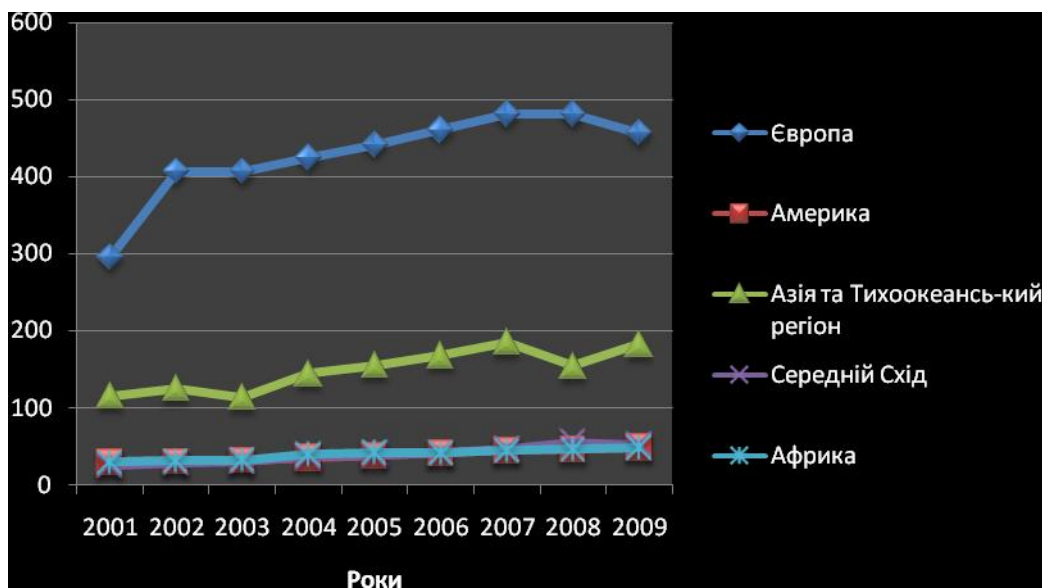


Рис. 2.1. Міжнародні туристичні прибуття в динаміці за субрегіонами [68]

Порівнюючи темпи зростання обсягів в'їзного туризму, можна зазначити, що найбільше зростання 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.

За перші вісім місяців 2010 року згідно з даними останнього випуску Барометра міжнародного туризму ЮНВТО кількість міжнародних туристичних прибуттів перевищила показники передкризового 2008 року і досягла 642 млн. чол. – це майже на 40 млн. чол. більше, ніж протягом того ж періоду 2009-го (+7%) і на 1 млн. чол. більше, ніж за аналогічний період 2008 року [51].

Позитивні результати у міжнародних туристичних прибуттях за 8 місяців 2010 р. показали всі регіони світу [14], зокрема:

Азійсько-Тихоокеанський регіон продемонстрував здатність швидко відновлюватися. Країни цього регіону були вражені економічною кризою на досить ранньому етапі, але стали першими, де проявилися ознаки відновлення – у серпні 2010 р. Спостерігалось 14% зростання кількості міжнародних туристичних прибуттів. Це у порівнянні з передкризовим 2008 роком склало збільшення показника міжнародних туристичних прибуттів на 10 млн. чол., у більшості туристичних напрямків були зареєстровані темпи зростання вище 20%.

На Близькому Сході було відзначено високі темпи зростання міжнародних туристичних прибуттів (+16%) порівняно з аналогічним періодом 2009 року.

Африка була єдиним регіоном з позитивними темпами зростання міжнародних туристичних прибуттів у 2009 (+9%) і змогла зберегти набрані темпи у 2010 році завдяки всесвітній рекламній кампанії у зв'язку з проведенням ФІФА чемпіонату світу з футболу у Південно-Африканській республіці.

В Американському регіоні високі темпи зростання міжнародних туристичних прибуттів (+8%) були зареєстровані у Північній і Центральній Америці (+9% кожна). Показник Південної Америки (+7%) відповідає середньому світовому, у той час як країни Карибського басейну мають нижчі темпи зростання міжнародних туристичних прибуттів (+3%).

У Європі процес зростання міжнародних туристичних прибуттів (+3%) відбувається повільніше внаслідок різних темпів відновлення економік країн. Однак більшість туристичних напрямків повідомили про позитивні результати розвитку за період з травня по серпень 2010 року, особливо в Західній Європі (+4%), Центральній і Східній Європі (+4%), Південній та Середземноморській Європі (+2%). Північна Європа є єдиним субрегіоном світу, де все ще зберігаються негативні результати розвитку міжнародного туризму (-3%), які впливають на середні показники всього регіону [48].

Для комплексного аналізу ми додатково проведемо дослідження міжнародних туристичних грошових надходжень. Динаміка грошових надходжень від міжнародних туристичних подорожей за період 2001–2009 рр. у розрізі регіонів зображена в табл. 2.2.

Таблиця 2.2.

Динаміка міжнародних туристичних грошових надходжень за період з 2001 р. до 2009 р. за субрегіонами [68]

Роки	Міжнародні туристичні грошові надходження, млрд. дол.					
	Регіони					
	Європа	Америка	Азія та Тихоокеанський регіон	Середній Схід	Африка	Світ
2001	227,5	119,8	92,9	18,1	11,5	469,8
2002	241,9	113,5	101,4	19,4	12,0	488,2
2003	283,4	114,2	98,4	22,5	16,1	534,6
2004	328,5	132,0	129,5	25,5	19,2	634,7
2005	348,3	144,6	140,8	27,6	21,5	682,8
2006	377,3	154,1	156,5	29,9	24,7	742,5
2007	434,1	171,3	183,1	33,6	28,2	850,3
2008	-	-	-	-	-	844,0
2009	-	-	-	-	-	887,4

У всіх туристичних регіонах світу зафіксовано зростання надходжень від туристичної діяльності, причому найвищий приріст був характерним для країн Азії та Тихоокеанського регіону і Африки.

Як бачимо з рисунка 2.2., більше половини всіх надходжень, припадає на Європу (434,1 млрд. дол. США або 50,6 % від усіх грошових надходжень). Американський регіон у 2007 році поступився другим місцем (171 млрд. дол. США або 20 %) країнам Азії та Тихоокеанському регіонам, які отримали дохід у 183,1 млрд. дол. США, або 22,1 %. Наступні позиції — незмінно впродовж останніх років, займають країни Близького Сходу (33,6 млрд. дол. США, або 4 %) та Африка (28,2 млрд. дол. США, або 3,3 %) (рис. 1.5.)

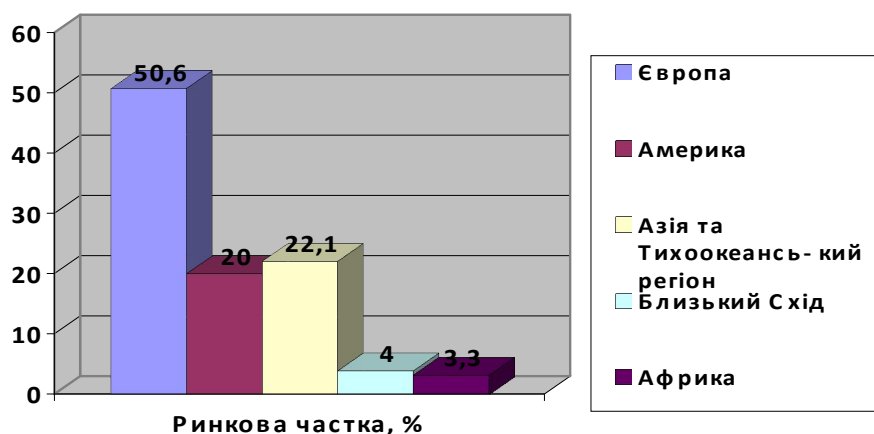


Рис. 2.2. Розподіл доходів від міжнародного туризму, 2007 рік [51]

Рівень доходів від міжнародного туризму продовжує відставати від рівня прибутків у багатьох туристичних напрямках, як це зазвичай відбувається в періоди відновлення. Така ж тенденція спостерігається в області витрат туристів з основних країн виїзного туризму. (табл..2.3.)

Таблиця 2.3

Динаміка міжнародних туристичних витрат країн за період з 2003 р. до 2008 р. [46]

Роки	Міжнародні туристичні витрати країн, млрд.дол.							
	Країни							
	Китай	Росія	Велика Британія	Німеччина	США	Франція	Італія	Японія
2003	15,2	12,9	47,9	64,7	57,4	23,4	20,6	28,8
2004	19,1	15,7	59,6	71,0	69,2	28,6	20,5	38,2
2005	21,8	17,4	59,6	74,4	69,0	30,5	22,4	27,3
2006	24,3	18,2	63,1	73,9	72,1	31,2	23,1	26,9
2007	29,8	22,3	72,3	83,1	76,2	36,7	27,3	26,5
2008	36,0	26,7	76,2	84,3	82,8	36,4	28,8	24,9

Серед найкращих десяти країн за рівнем міжнародних туристичних витрат позитивний приріст був зареєстрований на традиційних ринках виїзного

туризму, а саме: Німеччини (+1.5%), США (+2.5%), Франції (+2%), Італії (+3%) і Японії (+8%). За останні роки, країни, в яких спостерігається економічне зростання, стимулюють розвиток ринку і забезпечують істотне збільшення міжнародних туристичних витрат, в першу чергу, до них відносяться Китай (+22%), Росія (+26%) і Бразилія (+54%) [46].

Світова економічна криза 2008–2009 рр. мала негативні наслідки для туристичної індустрії. За даними ЮНВТО у 2009 році кількість міжнародних туристичних прибуттів з діловою, рекреаційною та іншою метою у світі скоротилась до 882 млн. чол. або на 4% порівняно з 2008 роком [45]. Розвиток міжнародного туризму у серпні 2010-го забезпечив 6–7% зайнятості населення у світовому масштабі, близько 5% ВВП й 1 трильйон доларів США річних експортних доходів і вказав на процес відновлення розвитку галузі [83].

З огляду на реалії сьогодення, зокрема глобальну фінансову кризу й політичну нестабільність в світі, за статистичним даними 2009 року й оперативними даними 2010 року спостерігається незначне зменшення обсягів в'їзного і виїзного туристичних потоків, але таке становище властиве майже всім розвиненим туристичним державам. 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.

На фоні загострення політичної ситуації в африканських державах, в посткризовий період міжнародний туризм відновлюється значно швидше, ніж очікувалось за прогнозами експертів. Наприкінці 2010 року міжнародні туристичні прибуття зросли на 6,7% в усіх регіонах світу і сягнули позначки 935 млн. чол., що на 22 млн. чол. перевищує показник передкризового пікового рівня. Лідируючі позиції за темпами відновлення туристичної активності відводяться швидко розвиваючим економікам (+8%) на відміну від високо

розвинутих економік (+2-5%), що пояснюється сучасними глобалізаційними тенденціями та зростаючим впливом на світові економічні процеси китайської економіки.

На основі даних табл. 2.1 – 2.3 ми бачимо, що 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 й США. Спорт, культура, виставки, унікальні природно-рекреаційні ресурси приваблюють відвідувачів і дозволяють країнам, що приймають туристів, достойно позиціонувати себе на світовому ринку туристичної індустрії.

За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, передбачається, що при щорічному зростанні на 8% кількість туристичних прибуттів в Китай досягне до 2020 року 137,1 млн. осіб, і до 2020 року стане першим за популярністю туристичним напрямком.

Другими за популярністю стануть США (102,4 млн.), далі -Франція (93,3 млн.), Іспанія (71,0 млн.), Гонконг (59,3млн.).

Щоденні витрати туристів, за винятком коштів на авіап перевезення, збільшаться до 5 млрд. доларів у день.

За прогнозами ВТО, очікується бурхливий розвиток виїзного туризму. Найбільшими країнами-постачальниками туристичних потоків стануть Німеччина, Японія, США, Китай, Великобританія.

Економічна відсталість нових політичних структур у Східній Європі є реальним бар'єром для залучення населення цих країн у міжнародний туризм. Обсяг туризму між країнами Західної і Східної Європи буде зростати, в основному, в напрямку зі Сходу на Захід.

І все ж таки разом з економічним піднесенням країн Східної Європи, розбудовою туристичної інфраструктури, розвитком транспортних систем міжнародний туризм для країн, що розвиваються, стане джерелом не тільки надходження іноземної валюти, але і створення нових робочих місць.

Таким чином, тенденції розвитку міжнародного туризму носять позитивний характер. Зростаючий інтерес туристів до іншої культури, велика кількість реклами, доступність інформації сприяють збільшенню можливостей спілкування між народами, що дозволяє пересічним громадянам краще розуміти один одного.

Проте, як і раніше, уряди багатьох країн світу не усвідомлюють значення ролі туризму у подоланні сучасних глобальних викликів.

У цих умовах туризм, який є важливим чинником відродження економіки країн, їх стійкого розвитку та створення робочих місць вимагає посиленої підтримки з боку держави та національних і міжнародних туристичних організацій.

До чинників, які сприяють покращенню ситуації на туристичному ринку, можна віднести: [14]

- зростання впевненості бізнесу і споживачів;
- низький рівень процентних ставок і темпів інфляції, очікується їх помірне зростання на короткотермінову перспективу;
- можливості відновлення направляючих ринків, які сильно постраждали у 2009 році;
- наявність духу співробітництва і партнерства, яке викликане кризою і його збереження зацікавленими сторонами;
- гнучке реагування сектора туризму на швидкі зміни попиту і нестабільну кон'юнктуру ринку;
- можливість подолання основних структурних недоліків у сфері туризму і здійснення стратегій, які сприяють його стійкому розвитку в результаті криз.

2.2 Особливості організації міжнародного туризму в Україні

Український туризм у повній мірі почав розвиватися на початку 90-х. Створення Державного комітету з туризму стало першою сторінкою в історії вітчизняної сфери надання туристичних послуг. Україна є дійсним членом

Всесвітньої туристичної організації (ВТО) з 1997 року, а з 1999-го – Виконавчої ради ВТО – керівного органу, що формує світову туристичну політику, контролює бюджетні питання.

В період становлення ринкових відносин в Україні туризм як одна з найбільш перспективних та динамічних галузей світового господарства отримав усі умови для інтенсивного розвитку. Об'єктивним підґрунтям став її величезний туристичний потенціал, що містить у собі неповторний комплекс історико-культурних та архітектурних пам'яток, об'єктів, рекреаційного призначення, природно-кліматичних ресурсів.

Під туристичними ресурсами розуміють сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту. Як правило, наявність туристичних ресурсів визначає формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні. Україна володіє багатими природно-кліматичними, культурно-історичними та національно-етнографічними ресурсами, які створюють передумови для розвитку багатьох видів туризму.

Туристичні ресурси можна розподілити на три групи [60]:

1. Рекреаційні (природні) ресурси - унікальні явища природи, печери, водоспади, скелі, заповідники, гори, ріки, моря, лікувальні води, кліматичні та бальнеологічні можливості;

2. Об'єкти, які представляють історичне та культурне минуле країни, - музеї, пам'ятники і пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю видатних представників науки, техніки, культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти;

3. Об'єкти, які демонструють сучасні здобутки країни в промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці і культурі, медицині та спорті.

Більшість регіонів України мають туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дає можливість виходу на туристичний ринок з привабливими туристичними пропозиціями.

В Україні значну частину природного потенціалу складають: рекреаційні ландшафти (лісові, приморські, гірські), оздоровчі ресурси (мінеральні води та лікувальні грязі), природно-заповідні об'єкти (національні природні та регіональні ландшафтні парки, біосферні заповідники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо), території історико-культурного призначення (пам'ятки архітектури та містобудування, історико-архітектурні заповідники та ін.)

Це унікальні ресурси для перспективного розвитку туризму, зон рекреації і курортів та найбільш збережена частина природного довкілля. Площа освоєних та потенційних рекреаційних територій в Україні становить 12,8% території країни і розподіляється відповідно до природних особливостей семи рекреаційних регіонів: Карпатський, Придністровський, Дніпровський, Донецько-Приазовський, Поліський, Причорноморський, Кримський.

Найбільшу питому вагу територій і об'єктів природно-заповідного фонду мають:[81]

- від 8 до 13 % – Тернопільська, Херсонська, Закарпатська, Івано-Франківська, Хмельницька області;

- 5-7 % - Сумська, Рівненська, Чернівецька області;- 3-5 % – Чернігівська, Львівська області, Республіка Крим;

- до 3 % – Донецька, Миколаївська, Полтавська області;- до 2 % - Волинська, Житомирська, Запорізька, Одеська, Черкаська області;

- до 1 % – Вінницька, Дніпропетровська, Київська, Кіровоградська, Луганська, Харківська області.

Особливе місце в системі рекреаційного використання території України посідає Кримський півострів. Середньорічна тривалість сприятливого для рекреації періоду становить тут 175-190 днів. Тут же функціонують найстаріші в Україні грязьові курорти – Євпаторія, Саки та інші.

Практично у всіх областях України виявлено мінеральні лікувальні води різного складу. Найбільша кількість джерел зосереджена в Карпатському регіоні, зокрема в Закарпатській, Львівській областях. Багато джерел у

Луганській, Дніпропетровській, Полтавській, Хмельницькій, Черкаській, Київській, Донецькій та інших областях. Досить значні в Україні запаси лікувальних грязей, зосереджених головним чином у південних та північно-західних областях.

На базі грязьових покладів працюють курорти Бердянський, Куяльницький, Хаджибейський та ін., а на курортах Миргород, Моршин, Немирів, Черче поширені торфові грязі.

Не менш важливе місце у розвитку туризму в Україні займає друга група туристичних ресурсів - культурні об'єкти, пам'ятки історії, архітектури, археології, етнографічні особливості території, що є важливим засобом задоволення потреб пізнавально-культурної рекреації. Загальна кількість архітектурно-історичних пам'яток в Україні становить близько 48690 об'єктів. [49] Найцінніші культурно-історичні ресурси – у Київській, Львівській, Тернопільській, Полтавській, Чернігівській областях, Республіці Крим.

Специфічною складовою частиною рекреаційних ресурсів є однорідні (гомогенні) рекреаційні ресурси - соціальні і природні об'єкти, явища, події, походження яких тісно пов'язане як з територією України (де вони розташовані або відбувалися), так і з територією тієї зарубіжної країни, в межах якої даний об'єкт, явище, подія первісно виникли. В Україні виявлена значна кількість таких об'єктів, деякі з них мають світове та європейське значення та унікальний історико-інформаційний, духовно-естетичний, інтернаціональний потенціал.

Отже, на нашу думку, маючи такий ресурсний потенціал, туризм України повинен сприяти зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історико-культурної спадщини, піднесенню духовного потенціалу суспільства.

Найголовнішим в ефективному використанні рекреаційних ресурсів є наявність туристичної інфраструктури. Це готелі, мотелі, будинки відпочинку, пансіонати, санаторії, заклади харчування, транспортні засоби, заклади для розваг, атракції та ін. Коротко характеризуючи матеріальну базу туризму, можна відзначити, що на початок 2011 року в Україні налічувалось 1731

підприємство готельного господарства. [35] Найбільше готелів налічується в таких регіонах України: м. Київ (7,3 % від загальної кількості по Україні), Одеська область (7,3 %), Автономна Республіка Крим (6,8 %) Дніпропетровська (6,4 %), Харківська (5,8 %) і Донецька (5,6 %) області.

Рекреаційні можливості України характеризуються також наявністю 20 тис. санаторно-курортних та оздоровчих закладів різної відомчої підпорядкованості та форм власності. [64]

Але тільки наявності інфраструктури, призначеної для туризму, недостатньо. Її необхідно розглядати в широкому значенні: основні елементи інфраструктури повинні виконувати не тільки виключно рекреаційну функцію, а й служити провідним чинником поліпшення всього соціально-економічного життя країни.

Це має бути інфраструктура загального користування, що відповідає світовим стандартам і зорієнтована на всіх мешканців України та її гостей. З погляду організації інфраструктурного забезпечення рекреаційного процесу, одне з ключових місць належить транспортній системі. Питання охоплює проблему транзитних перевезень, організацію залізничного сполучення, розвиток автомагістралей, повітряного, морського, річкового транспорту.

Україна має розвинуту мережу автомобільних доріг і залізниць, аеропортів, річкових і морських портів. Авіаційний, автомобільний, залізничний, річковий і морський транспорт здатні забезпечити перевезення туристів з резервом транспортних потужностей на деяких видах транспорту. Транспортні шляхи України повинні відповідати міжнародним вимогам та надавати можливість здійснювати перевезення швидко, безпечно, надійно, комфортно. Саме вони є першою ланкою туристичного потоку іноземних громадян в Україну. Взаємодія двох галузей - транспорту і туризму - допоможе кожній з них у короткі терміни вирішити більшість питань, зокрема розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі транспортних коридорів із залученням приватного капіталу (національного і закордонного).

В Україні туристичний бізнес розвивається з переважною орієнтацією на виїзд. Переважну більшість діючих у нас туристичних фірм вважають за краще займатися напрямом своїх співвітчизників за рубіж, і лише невелика їх частина працює на залучення гостей в Україну - тобто все робиться так, що капітал від тур. бізнесу попливе за рубіж. Яка ж картина міжнародного ринку тур. послуг зараз, як він в перспективі змінюється? В умовах, що створилися, ці питання представляються актуальними.

У виїзному туризмі України, обсяги якого збільшились за 2010 рік на 8,7%, прослідковуються певні закономірності та тенденції. (рис.2.3.)

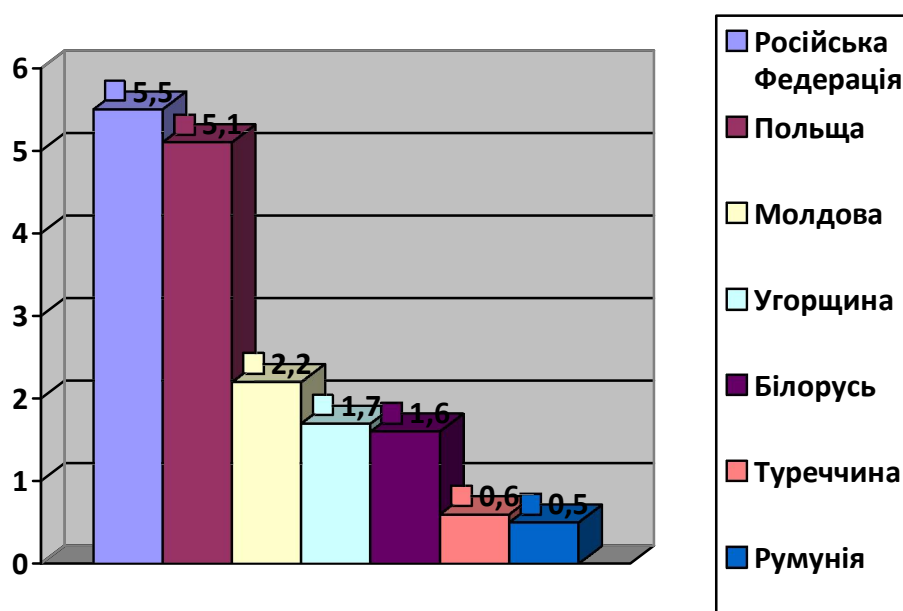


Рис. 2.3. Виїзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали, у 2011 році [33]

Найпотужніші потоки виїзду українських громадян, як і раніше, зареєстровані в напрямках до сусідніх держав. Це є очевидною закономірністю, яка проявляється як у туристичних поїздках, так і в одноденних відвіданнях, левову частку яких складають транзитні поїздки.

За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму (World Travel & Tourism Council) загальний вклад туристичної галузі в економіку України в

2010 році склав 80,8 млрд. гривень, що забезпечує їй третій результат в Центральній і Східній Європі [88].

За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму, іноземні туристичні потоки в Україну у 2011р. становлять 25,5 млн. чол., а враховуючи прогнози до 2021р., цей показник сягне позначки 39,1 млн. осіб.

За даними Адміністрації Держприкордонслужби України в 2009-2010 роках зареєстровано зменшення в'їзних туристичних потоків за всіма мотиваціями. Так, в першому кварталі 2010 року Україну відвідали 3,5 млн. в'їзних (іноземних) туристів, що на 5% менше, ніж в першому кварталі 2008 року.

Проте, за 2011 рік Україну відвідало 21,2 млн. іноземців. [78] Серед тих, хто в'їхав до України, 19 млн. осіб прибули у приватних справах, 1,08 млн. – з метою відпочинку, 0,7 млн. чол. - за службовим обов'язком або в інтересах бізнесу, 0,4 млн. чол.. - з приводу культурного, спортивного обміну і т.д. (Рис. 2.4.)

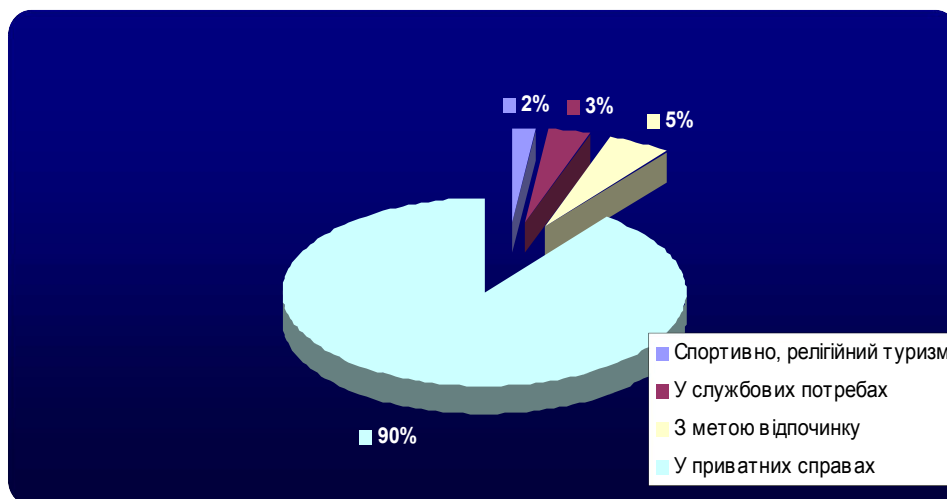


Рис. 2.4. Структура іноземних туристичних потоків в Україну у 2011 році за метою поїздок [78]

Найбільш відвідуваними іноземними туристами є такі регіони України: Автономна Республіка Крим (35,6 %), Київ (27,2 %), Севастополь (11,5 %), Одеська (21,5 %) та Львівська (6,6 %) області. [72]

Виїзний туристичний потік з України збільшився на 3% і склав 3,3 млн. осіб. Враховуючи, що середня вартість туристичної подорожі в інші країни в 2,5 рази вища ніж подорож в Україну, вивіз валюти з України перевищив її ввіз, тобто має місце «чистий імпорт» туристичних послуг і, в цілому, негативний вплив на економіку України.

На долю внутрішнього туризму в Україні за даними 2009 року припадає 48% - 8 млн. осіб, тобто лише близько 18% населення, тоді як 20 років тому внутрішнім соціальним туризмом було охоплено 80% населення України.

Та структура українського туризму, яка існує вже протягом багатьох років потребує якщо не докорінної зміни, то хоча б відповідної адаптації до сучасного становища як в країні, так і у світі. На сьогодні вже не існує сумнівів щодо необхідності переходу України на інноваційну модель економічного розвитку, оскільки практика доводить, що саме інноваційні зрушення на сучасному етапі розвитку країни здатні не тільки забезпечити високі показники економічного росту, але й вирішити певні екологічні, соціальні проблеми, забезпечити конкурентоспроможність національної економіки, підвищити економічний потенціал України.

Виділяють позитивні і негативні чинники впливу на розвиток туристичної галузі України (табл. 2.4.).

Таблиця 2.4.

Чинники впливу на розвиток туристичної галузі України [52]

Позитивні чинники	Негативні чинники
1. Незначне зменшення обсягів в'їзного і виїзного туристичних потоків у світі	1) Відсутність єдиного механізму державного регулювання туристичним сектором економіки
2. Загальний вклад туристичної галузі в економіку України в 2010 році склав 80,8 млрд. грн..	2) Невідповідність нормативно-правового та організаційно-фінансового забезпечення сучасним тенденціям розвитку туризму
3. Виділено 1 млн. 800 тис. грн. на підтримку внутрішнього туризму з держбюджету країни на 2011р.	3) Невеликі обсяги інвестицій у розвиток матеріальної бази та низький рівень обслуговування

Як бачимо, 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 [25]

Як свідчить зарубіжний досвід, важливу роль у регулюванні діяльності підприємств туристичного сектору в регіонах відіграє створення регіональної управлінської організаційної структури [52]. Основними напрямками механізму регіонального управління розвитком туризму повинно стати: удосконалення механізмів регулювання господарської діяльності з урахуванням досвіду країн із розвиненою туристичною галуззю; створення цільових програм розвитку туризму на рівні регіонів; формування стратегії розвитку туризму та розробка конкретних заходів щодо досягнення поставленої стратегічної мети.

Окремі кроки щодо підвищення ефективності діяльності підприємств туристичної індустрії робляться на Прикарпатті, зокрема у січні 2011 року схвалено регіональну цільову Програму розвитку туризму в Івано-Франківській області на 2011-2015 рр. Виконання Програми дасть змогу утримувати позитивний імідж Івано-Франківщини як розвинутого туристичного регіону в Україні та Східній Європі, сприяти створенню конкурентоздатних туристичних продуктів [66].

06 серпня 2008 року ухвалена Стратегія розвитку туризму в Україні, яка розглядається, перш за все, як інтенсивний шлях розвитку туризму в Україні за рахунок постійного оновлення пропозиції продукту на основі моніторингу ринку в умовах зростаючої міжнародної конкуренції. І на цьому шляху Україна вже має певні результати. Так, ідея віднайти 7 чудес України із переліку перлин вітчизняної історії, культури, архітектури (2007рік) та 7 природних чудес України (2008рік) супроводжується розробкою нових екскурсійно-пізнавальних маршрутів «7 чудес України» та включенням їх в обсяг туристичної пропозиції. Екстенсивний шлях розвитку туризму в Україні оснований на задоволенні мінливого туристського попиту шляхом залучення до обігу нових ресурсів, нових територій, розбудови туристичної інфраструктури.

2.3. Інноваційні форми організації туристичної діяльності та їх вплив на розвиток економічної інфраструктури країни.

У сучасному світі ринок диктує закони, згідно з якими всі його учасники повинні мати рівні права та нести однакову відповідальність. Відсутність фінансової відповідальності перед туристами та державою, тіньові махінації, обман клієнтів – все це шкодить інтересам галузі та іміджу України.

Україна має досить високий потенціал, необхідно лише створити умови, які зробили б нашу державу більш привабливою для іноземних туристів.

В Україні практично не створенні умови для ефективного здійснення інноваційної діяльності. Перешкоди фінансового, політичного, правового, організаційного характеру постають на шляху масової реалізації інновацій.

Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає інновації як новостворені (застосовані) і (або) вдосконаленні конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери; а інноваційну діяльність – як діяльність, що спрямована на вирішення і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [1].

На сьогодні туризм для України є важливим чинником соціально-економічного розвитку як у середині держави, так і в зовнішньоекономічній діяльності.

Проте, ситуація, що склалась в туристичному господарстві України практично неконкурентоспроможна на світовому ринку: слабка матеріально-технічна база, яка потребує реконструкції або нового будівництва привабливих для туристів об'єктів, низький рівень сервісу, відсутність необхідної індустрії розваг, поганий стан пам'яток історії та культури, екологічні проблеми і т.п.

Пожвавлення розвитку туризму України та подолання негативних тенденцій можливе шляхом впровадження нововведень. Активізація

використання інноваційного чинника призведе до створення конкурентоспроможної туристичної індустрії країни.

Інноваційний процес можна розглядати з різних позицій та з різним рівнем деталізації: як паралельно-послідовне виконання науково-дослідної, науково-технічної, інноваційної, виробничої і маркетингової діяльності; у вигляді етапів життєвого циклу інновацій від виникнення ідеї до її розробки і впровадження; як процес фінансування та інвестування розробки, впровадження і розповсюдження нового виду продукту чи послуги [41]. Тобто інноваційний процес передбачає створення і впровадження різного роду новацій: технологій, товарів і послуг, виробничих, організаційних, фінансових рішень. Важливим в розумінні інноваційного процесу є те, що він включає в себе реалізацію інвестицій, у ході яких поєднуються наука, техніка, економіка, підприємництво та управління.

Великий вплив на інноваційні процеси в туризмі здійснюють різноманітні чинники, такі як:

- 4) нові напрямки розвитку науки і техніки, поява нових технологій;
- 5) економічна і політична ситуація в країнах світу;
- 6) нововведення міжнародних організацій, правила економічних взаємовідносин, нові форми співпраці, рішення, прийняті міжнародними та регіональними туристичними організаціями, нові знання про туристичні ресурси в різних куточках світу;
- 7) державні закони та правові акти, які визначають економічні і політичні принципи функціонування туристичних підприємств, розробка державних концепцій розвитку туризму, прийняття нових нормативно – правових актів по соціально – економічним питанням;
- 8) зміна ситуації на ринку туристичних послуг: поява нових туристичних маршрутів, невідповідність запропонованих послуг потребам туристів, зміна структури попиту, поява нових вимог до якості туристичного продукту зі сторони споживача;

9) впровадження інновацій в діяльність виробничих підприємств, які тісно пов'язані з туристичним бізнесом (транспортні компанії, готелі, оздоровчі заклади, засоби зв'язку та ін);

Інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних та телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно – управлінської діяльності.

Основною проблемою модернізації туристичного та рекреаційного потенціалів регіонів України є їх неефективна реалізація. Система управління туристичною та рекреаційною діяльністю в регіонах України ще не відповідає сучасним вимогам. Органами управління туристичною та рекреаційною діяльністю в регіонах України практично не використовуються сучасні управлінські технології (геоінформаційні та експертні системи, бази та банки даних), що не дозволяє організувати ефективний облік об'єктів управління, організувати кадастри природних лікувальних та туристичних ресурсів тощо.

Серед проблем, що стримують модернізацію туристичного та рекреаційного потенціалів регіонів України, варто також відзначити відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном. Важливим шляхом вирішення цієї проблеми є створення єдиної мережі туристично-інформаційних центрів. [59] Цей напрям діяльності є актуальним під час підготовки до Євро-2012, оскільки іноземці звикли користуватись швидкими і доступними засобами отримання інформації про туристичні можливості країни в якій перебувають.

Як організаційна структура, туристично-інформаційний центр забезпечує надання інформаційних, координаційних та навчальних послуг. Основними задачами туристично-інформаційних центрів є надання інформаційних послуг щодо розташування об'єктів туристичної інфраструктури, туристичних продуктів, маршрутів; випуск друкованої туристичної інформаційно-рекламної продукції; проведення маркетингових досліджень; налагодження співпраці з

місцевою владою, громадськими організаціями, підприємницькими структурами. Туристично-інформаційні центри – це одночасно і навчальні осередки, оскільки вони організують проведення семінарів, тренінгів, презентацій для потенційних учасників ринку туристичних послуг [11]

В Україні такі окремі центри вже діють в Одеській області, в Івано-Франківську, у м. Мукачево Закарпатської та м. Жовкля Львівської областей, у Керчі, Ужгороді, Рівному, Чернігові та ін. Але створення саме загальнонаціональної мережі туристично-інформаційних центрів в Україні – перспективний і необхідний напрям реалізації державної інноваційної політики в галузі туризму.

Особливої уваги заслуговує пошук нових інноваційних форм організації туристичної діяльності, територіальної організації діяльності туристичних підприємств, які б забезпечили зростання конкурентоспроможності фірм і регіонів.

Такими інноваційними формами організації господарської діяльності є туристичні кластери, соціально-економічні зони туристичного рекреаційного типу, регіональні рекреаційні корпорації.

До туристичних кластерів відносяться групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [63] .

Основною метою діяльності туристичних кластерів є розвиток конкурентних переваг регіону шляхом активізації всіх видів туризму, яка передбачає вирішення наступних пріоритетних задач:

- ✓ створення реального реєстру об'єктів туристичної інфраструктури (наявної/потрібної), щоб інвестори знали, куди вкладати гроші;
- ✓ реклама, створення туристичного іміджу регіону;
- ✓ створення інформаційної бази регіону з визначенням можливих туристичних маршрутів, місць відпочинку, транспортної системи тощо шляхом

формування інтернет-сторінки, друкованих видань та інформаційних туристичних офісів, бюро, довідок;

- ✓ підвищення рівня кваліфікації та інтелектуального потенціалу працівників туристичної сфери;

- ✓ розвиток індустрії розваг з врахуванням місцевих особливостей;

- ✓ проведення заходів по збереженню і реконструкції пам'ятників архітектури, що мають важливе історичне значення;

- ✓ отримання більшого фінансування для розвитку всіх видів туризму з місцевих та державного бюджетів, міжнародних фондів.

Туристичні кластери вже ефективно діють на Хмельниччині, Івано-Франківщині, Полтавщині, Криму та інших регіонах України.

Потенційними є туристичні кластери «Південне туристичне кільце», «Севастополь-кластур». У разі успішної реалізації кластерної моделі потенційними можуть стати кластери у Києві, Львові, Чернігівській, Закарпатській областях. Стратегічними туристичними кластерами, що мають відігравати істотну роль в економічному розвитку відповідних територій, є туристичний кластер історичних малих міст Західної України, кластер агро-екотуризму «Оберіг» (Хмельницька область), а також ряд інших, які мають бути створені у сфері сільського зеленого туризму по всій території України. До групи стабілізуючих відноситься туристичний кластер у Миргороді, який спрямований на забезпечення диверсифікації в регіоні економічної діяльності.

Альтернативою кластерних утворень може бути регіональна рекреаційна корпорація. Основна мета її створення – координація діяльності всіх зацікавлених у розвитку рекреації суб'єктів шляхом об'єднання їх зусиль, ресурсів, ідей на базі наявних природних рекреаційних ресурсів із залученням органів місцевого самоврядування.

Організація туристичного господарства у формі регіональної рекреаційної корпорації має такі переваги: об'єднання фінансових і матеріальних ресурсів; підтримка органів місцевої влади; встановлення пільгових режимів оподаткування; можливості проведення наукових досліджень; здобуття

конкурентних переваг завдяки об'єднанню зусиль для комплексного використання природних рекреаційних ресурсів та інші.

Активізації туристичного бізнесу, залученню іноземних інвестицій, інноваційному розвитку туризму сприяє створення особливих територіально-господарських утворень у формі спеціальних економічних зон туристично-рекреаційного типу. Створення таких зон в Україні є одним із пріоритетів в забезпеченні динамічного розвитку економіки країни, переведення її на інноваційну модель розвитку. Механізм СЕЗ має ряд переваг: податкові пільги, зниження адміністративних бар'єрів, бюджетні вкладення в інфраструктуру та інші. Так в Україні в 2000 році була створена СЕЗ туристично-рекреаційного типу «Курортполіс Трускавець». Відповідно до Закону України «Про спеціальну економічну зону туристсько-рекреаційного типу «Курортполіс Трускавець» завданнями цієї економічної зони є: забезпечення росту інвестиційної та інноваційної діяльності; підвищення якості та обсягів санаторно-курортного лікування; розвиток туризму і прискорення реформування курорту; концентрація матеріальних та фінансових ресурсів; вирішення екологічних проблем. [2]

Проте результати її діяльності неоднозначні. Тому необхідно удосконалювати механізми функціонування СЕЗ в Україні з використанням позитивного зарубіжного досвіду [30].

Неодноразово обґрунтовувалась науковцями доцільність формування в Україні курортполісів, рекреаційних парків та рекрополісів.

Одним із шляхів розвитку готельного господарства України має стати широке залучення міжнародного досвіду у створенні як власної національної готельної мережі, так і відкриття внутрішнього ринку для транснаціональних готельних корпорацій. Такий крок привабить іноземного туриста, який зрозуміє, що зможе отримати на території країни відповідні послуги на належному рівні.

Транснаціональні корпорації перейшли від конкурентної боротьби до політики співпраці та реалізації спільних проектів. Ця тенденція знаходить вияв

у створенні глобальних союзів корпорацій. Головна мета таких коаліцій полягає в об'єднанні фінансових, науково-технічних і людських ресурсів різних фірм для досягнення переваг у конкурентній боротьбі чи для реалізації спільних програм і проектів із допомогою співпраці. Буде помилкою говорити про повне припинення конкурентної боротьби між виробниками чи продавцями туристичного продукту. Глобальні союзи укладаються між американськими, європейськими, американо-європейськими, японськими транснаціональними корпораціями для підвищення власної фінансової незалежності та конкурентоздатності. Дії таких союзів спрямовані проти небезпечних суперників із високорозвинутих та нових індустріальних країн.

Укладання глобальних союзів – поширена практика в різних секторах індустрії туризму. Яскравим прикладом діяльності подібних союзів є глобальні комп'ютерні системи бронювання широкого спектру туристичних товарів і послуг – від авіаційних перельотів, переїздів залізницею і придбання пакет-турів, до оренди автомобілів, попереднього замовлення місця в готелі чи квитків на футбольний матч або концерт у країні-дистинації. Серед таких систем найбільш відомими є «Амадеус» та «Галілео», які присутні і на українському ринку транспортних і туристичних послуг.

Одним із важливих завдань для української індустрії туризму має стати як створення власної подібної комп'ютерної системи, так і активніша інтеграція до існуючих світових мереж бронювання.

Сучасні досягнення в галузі інформаційних технологій, телекомунікацій, створення і обробки баз даних забезпечують нові можливості для туристичного бізнесу. Тому важлива сфера інновацій в туризмі має відношення до використання інформаційних і комунікаційних технологій.

До найбільш вагомих інноваційних технологій в туризмі відноситься використання Інтернету для просування і реалізації туристичного продукту. Інтернет дозволяє туристичним організаціям без великих витрат отримати доступ до споживачів з метою передачі конкретної інформації про свій продукт. Він допомагає надійно розповсюджувати детальну інформацію про

діяльність туристичного підприємства, швидко і ефективно приймати заявки клієнтів і проводити бронювання необхідних послуг, спрощувати взаємодію з партнерами на ринку.

Інтернет дає можливість оперативного розміщення та пошуку інформації про «гарячі» тури, місця в готелях, квитки та можливість їх бронювання; можливість своєчасно отримувати інформацію про нові тури, знижки, політичну та економічну стабільність у різних країнах, новини законодавства по туризму в цих країнах; економити кошти при використанні електронної пошти при співпраці з іноземними партнерами, туроператорами, готелями, транспортними компаніями.

Через Інтернет прискорюються процеси просування на ринок нових товарів і послуг без значних витрат на рекламу. Він забезпечує зворотній зв'язок з потенційними клієнтами і тим самим дозволяє оперативно перевіряти ідею нової продукції або послуги, зменшуючи витрати на прямі маркетингові дослідження. [29]

В українському туристичному бізнесі Інтернет відіграє поки що незначну роль. Сьогодні більшість українських туристичних компаній використовують Інтернет для реклами своїх можливостей по організації туристичного обслуговування. Проведені дослідження свідчать, що лише близько 17 % вітчизняних туристичних фірм мають власний сайт, у інших він або взагалі відсутній, або містить застарілу інформацію й не оновлювався з моменту створення. На сайтах в основному розміщується реклама підприємства і турів, дані про його діяльність та умови бронювання турів. [21]

Використання онлайн-операцій на українському туристичному ринку ще досить обмежено. Хоча це дозволило б туристичній фірмі охопити значно більшу територію і зекономити час при роботі з клієнтами. Перехід українського туристичного бізнесу на онлайн-технології має ряд труднощів. Це пов'язано з відсутністю чіткого законодавства в цій сфері, низьким рівнем розвитку ринку, недостатнім досвідом споживачів туристичних послуг та іншими.

Але, згідно з дослідженнями, розробка і впровадження нових онлайн-технологій призведе в подальшому до збільшення кількості бронювання туристичних послуг в Інтернеті та зростання обсягів продажу через веб-сайти туроператорів.

Передові туристичні фірми світу також успішно використовують комп'ютерну техніку і спеціалізоване програмне забезпечення ведення діловодства, бухгалтерського обліку і технологічних операцій з клієнтами та партнерами. Наприклад, спеціалізовані програмні комплекси Voyage Office Pro, СамоТур та Galileo дозволяють відчутно скоротити час виконання операцій, а також собівартість туристичного продукту.

Приоритетним напрямком інноваційного розвитку туристичної галузі є розв'язання проблем освіти і науки. Об'єднання туристичної сфери і науки буде сприяти більш інтенсивному розвитку інноваційної діяльності. Для цього необхідно залучати навчальні заклади, що мають потужний науковий потенціал до наукових розробок в сфері інновацій в туризмі, забезпечувати їх практичне втілення [24].

З боку держави можливо надання субсидій та грантів для здійснення науково-дослідних робіт в сфері туризму і суміжних галузях. Держава повинна впроваджувати приватним підприємствам і особам сприятливі умови для науково-технічних розробок. Так, для приватного бізнесу, що вкладає кошти в наукові дослідження і розвиток туристичної інфраструктури регіонів, надавати податкові пільги, державні кредити і гарантії тощо.

Ще однією проблемою, що стримує інноваційні процеси в туризмі є недостатня підготовка кадрів для туристичної галузі, нерозуміння ними необхідності інноваційного розвитку. Тому, для впровадження інноваційного розвитку в туристичній галузі, необхідно підвищувати інноваційний потенціал кадрів, формувати в них інноваційний тип мислення.

Висновки до розділу 2

Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму мають позитивний характер. Проаналізовані дані свідчать про те, що туристична галузь економіки активно розвивається: зростає кількість туристичних прибуттів у світі загалом і у всіх туристичних макрорегіонах зокрема, створюються нові робочі місця у сфері туризму, і їх кількість постійно зростає, збільшуються прибутки від туризму.

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.

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.

В період становлення ринкових відносин в Україні туризм як одна з найбільш перспективних та динамічних галузей світового господарства отримав усі умови для інтенсивного розвитку. Україна володіє багатими природно кліматичними, культурно-історичними та національно-етнографічними ресурсами, які створюють передумови для розвитку багатьох видів туризму.

В Україні туристичний бізнес розвивається з переважною орієнтацією на виїзд. Найпотужніші потоки виїзду українських громадян, як і раніше, зареєстровані в напрямках до сусідніх держав. Це є очевидною закономірністю, яка проявляється як у туристичних поїздках, так і в одноденних відвіданнях, левову частку яких складають транзитні поїздки.

Україна має досить високий потенціал, необхідно лише створити умови і перш за все цивілізовані «правила гри», які зробили б нашу державу більш привабливою для іноземних туристів. Та структура українського туризму, яка існує вже протягом багатьох років потребує якщо не докорінної зміни, то хоча б відповідної адаптації до сучасного становища як в країні, так і у світі.

Проте, в Україні практично не створенні умови для ефективного здійснення інноваційної діяльності. Особливої уваги заслуговує пошук нових інноваційних форм організації туристичної діяльності, територіальної організації діяльності туристичних підприємств, які б забезпечили зростання конкурентоспроможності фірм і регіонів.

Такими інноваційними формами організації господарської діяльності є туристичні кластери, соціально-економічні зони туристичного рекреаційного типу, регіональні рекреаційні корпорації.

Одним із важливих завдань для української індустрії туризму має стати як створення власної подібної комп'ютерної системи, так і активніша інтеграція до існуючих світових мереж бронювання.

Сучасні досягнення в галузі інформаційних технологій, телекомунікацій, створення і обробки баз даних забезпечують нові можливості для туристичного бізнесу. Тому важлива сфера інновацій в туризмі має відношення до використання інформаційних і комунікаційних технологій.

РОЗДІЛ 3.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ, ЙОГО ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ

3.1 Стратегія розвитку туристичної галузі України в контексті світових тенденцій

Міжнародний досвід, урахування особливостей національної економіки та ментальності українців допомогли науковцям, законодавцям та фахівцям туристичної галузі наблизитися до цивілізованого рівня ведення туристичного бізнесу.

Міжнародний туризм, як соціально-економічне явище, визначається світовими економічними організаціями як найбільш важлива та динамічна частина світової економіки, Участь у міжнародних виставках є надзвичайно важливим завданням будь-якої країни. Проте, особливу увагу тут приділяють участі як ринку туристичних послуг, тобто прагнуть розвивати в'їзний туризм. Це вид діяльності, який передбачає створення інфраструктурних елементів (готелі, ресторани, автошляхи тощо), заснованих на них туристичних послуг (розміщення туристів, харчування, транспортне обслуговування тощо), та у підсумку туристичних продуктів (комплексів туристичних послуг).

Сьогодні Україна швидко проникає у сферу міжнародного туризму і прагне заволодіти якомога більшою часткою доходів у туристичному бізнесі. Приклад розвинутих країн демонструє можливість отримання значних доходів від участі у міжнародних туристичних відносинах. Проте участь в них України потребує глибокої наукової оцінки, передусім, розгляду доцільності такої участі та її можливості.

Оцінку внутрішніх можливостей участі України у міжнародних туристичних відносинах необхідно розглядати через призму природних та людських чинників [57]. Щодо природних чинників, то згідно з переліком

культурної спадщини ЮНЕСКО в Україні зосереджена значна кількість всесвітньо визнаних культурних та історичних об'єктів (комплекс «Софія Київська», Києво-Печерська Лавра, м. Львів та ін.). Не викликає сумнівів багатий природний та культурний потенціал України, який оцінено не лише міжнародними організаціями, але визнано і охороняється постановами та указами органів державної влади .

Внутрішні можливості суб'єктивного характеру (людський чинник) залежать, передусім, від політики уряду щодо цього питання, оскільки бурхливий розвиток туристичного підприємництва не викликає сумніву.

Внаслідок проведеного дослідження виявлено, що процес участі України у міжнародному в'їзному туризмі залежить лише від внутрішніх суб'єктивних (людських) чинників, а саме від державного регулювання. Сюди можна віднести такі заходи та рішення:

- належне ліцензування, сертифікація та стандартизація учасників економічних відносин ринку туристичних послуг;
- розробка державних програм підтримки розвитку туризму, що передбачатимуть агітаційну та рекламну роботу у мас-медіа, на міжнародних туристичних форумах та виставках, у мережі Інтернет щодо створення позитивного іміджу регіону та якісного інформаційного середовища. Приклади таких програм демонструють сьогодні країни південної та центральної Європи і показники їх доходів від туризму підтверджують ефективність таких програм.

Світова практика показує, що в сфері туризму держава виділяє кошти передусім на фінансування рекламно-інформаційної діяльності: проведення виставок, ярмарків, видання буклетів, журналів та газет, розвиток послуг туристичних електронних мереж.

В Україні також, передусім, збільшилися видатки на розвиток інформаційно-рекламної сфери, що дало змогу суб'єктам туристичної галузі брати участь у виставковій діяльності, гідно представляти Україну за кордоном, випускати різноманітну продукцію, яка рекламує можливості та переваги того чи іншого регіону.

Ще у 2003 році започатковано рекламно-інформаційну акцію «Україна запрошує», мета якої – привернути увагу до регіонів нашої країни, їх туристичних можливостей та потенціалу, залучення преси та спеціалізованих видань до промоції.

Активізується також виставкова діяльність. Українські туристичні компанії беруть участь у престижних міжнародних виставках та біржах на кшталт «ITB» (Берлін), «WTM» (Лондон), Міжнародному туристичному ярмарку (Познань), ICEM (Санкт-Петербург) та в інших. [60] За сприяння Державної туристичної адміністрації в Україні проводяться виставки: «UITT – Україна – подорожі та туризм», «Турєвроцентр – Закарпаття», «Турекспо», «Крим. Курорти. Туризм», «Чорноморська Одисея. Туризм. Відпочинок. Здоров'я» та інші. Україна поступово набуває міжнародного досвіду у менеджменті виставкового туристичного бізнесу.

27 листопада 2009 пройшла IV Міжнародна конференція MICE Ukraine 2009: «Діловий туризм – Україна». [77] Конференція надала можливість проаналізувати накопичений досвід у сфері організації ділових заходів, зрозуміти специфіку індустрії, ознайомитися з сучасними тенденціями й перспективами розвитку галузі, а також знайти свою цільову аудиторію, познайомитися з важливими професійними організаторами ділових зустрічей, конференцій і семінарів, налагодити важливі взаємовигідні партнерські відносини.

Український туристичний ринок займає друге місце з привабливості у Східній Європі [76]. Щорічно понад 17 мільйонів українських туристів подорожують за кордоном, і за ними все надійніше закріплюється репутація таких, що багато витрачають. Українські туристи, які вже бачили принади сусідніх країн, незважаючи на світову економічну кризу, прагнуть подорожувати далі й відкривати для себе світ. Оператори туристичного ринку України сьогодні готові працювати в нових умовах – про це переконливо свідчить і кількість експонентів «UITT 2009», і якість ділових заходів, які будуть проходити в рамках ювілейної виставки. Головне завдання тур агентств

на найближчі кілька років - навчитися пропонувати своїм споживачам туристичний продукт, у якому вартість буде відповідати якості послуг. Тому експоненти «UITT 2009» керуються принципом – запропонувати туристові те, що йому необхідно.

Крім дорогих турів в екзотичні країни учасники Ювілейної виставки «UITT 2009: Україна - подорожі та туризм» презентуватимуть відвідувачам не менш цікаві туристичні маршрути рідною Україною, тим самим нарощуючи популярізацію внутрішнього туризму. Так, у виставці 2009 року взяли участь понад 100 вітчизняних туристичних операторів, портфолію яких включає короткі й тривалі подорожі до Карпат, Криму, відпочинок на узбережжі озер та рік, відвідування відомих історичних та культурних пам'ятників.

Участь у туристичних виставках є досить специфічною стороною туристичного бізнесу й одним з важливих засобів просування на ринок турпродукту. У міжнародному туристичному бізнесі за міжнародними виставками закріпилася назва Trade Shows - професійні огляди. Виставка дає можливість привернути увагу професіоналів і споживачів як до національного туристського продукту в цілому, так і до окремої туристичної фірми з її комерційними пропозиціями. Серед міжнародних виставок по туризму найбільшою популярністю користуються WTM у Лондоні, ITB у Берліні й FITUR у Мадриді. За останні роки придбала популярність і МІТТ (Міжнародна виставка по туризму й подорожам) у Москві.

Спостереження показують, що українські підприємці турбізнесу ще не мають достатньо досвіду в проведенні цього важливого заходу. Нерідко участь у міжнародній виставці не приносить очікуваних результатів, і керівники турфірм роблять передчасні висновки про невисоку ефективність і навіть збитковість даного заходу.

Україна бере участь у перспективних програмах кооперації у сфері туризму, залучається до впровадження новітніх туристичних технологій, передових методів підготовки та підвищення кваліфікації кадрів відповідно до світових стандартів, використовує глобальну інформаційну мережу тощо.

Багатовекторність економічної політики України, європейський вибір, співпраця зі Світовим банком та Міжнародним валютним фондом сприяють розвитку конгресового туризму, проведенню в Україні економічних форумів, наукових конференцій та симпозіумів тощо. Поступово туристичні можливості використовуються політиками, бізнесменами, вченими, спортсменами, артистами, просто рядовими громадянами з усіх країн світу, які приїждять в Україну з метою вивчення та обміну передовим досвідом в авіабудуванні, металургії, медицині, участі в спортивних змаганнях, проведенні концертних заходів та ін. В Україні вже стало регулярним проведення міжнародних і національних туристичних виставок, салонів, бірж, ярмарків, фестивалів, конкурсів, які з кожним роком залучають все більше і більше іноземних гостей.

Для сприяння розвитку туристичної галузі в Україні, державними органами влади розроблено Концепцію Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011-2022 роках. Метою Програми є розвиток спортивної та туристичної інфраструктури, створення умов для отримання права на проведення в Україні зимових Олімпійських та Параолімпійських ігор 2022 року [56]. Як свідчить зарубіжний досвід, важливу роль у регулюванні діяльності підприємств туристичного сектору в регіонах відіграє створення регіональної управлінської організаційної структури [52]. Основними напрямками механізму регіонального управління розвитком туризму повинно стати: удосконалення механізмів регулювання господарської діяльності з урахуванням досвіду країн із розвиненою туристичною галуззю; створення цільових програм розвитку туризму на рівні регіонів; формування стратегії розвитку туризму та розробка конкретних заходів щодо досягнення поставленої стратегічної мети.

Окремі кроки щодо підвищення ефективності діяльності підприємств туристичної індустрії робляться на Прикарпатті, зокрема у січні 2011 року схвалено регіональну цільову Програму розвитку туризму в Івано-Франківській області на 2011-2015 рр. Виконання Програми дасть змогу утримувати позитивний імідж Івано-Франківщини як розвинутого туристичного регіону в

Україні та Східній Європі, сприяти створенню конкурентоздатних туристичних продуктів [66].

Слід також відзначити, що для виконання розпорядження Кабінету Міністрів України від 03.02.10 № 121-р «Про схвалення концепції Державної цільової програми стійкого розвитку сільських територій на період до 2020 року» розробляється проект Державної цільової програми стійкого розвитку сільських територій на період до 2020 року. Один із пріоритетів цієї програми - розвиток сільського аграрного туризму [26].

Представники всеукраїнської федерації роботодавців у сфері туризму України спільно із фахівцями обласних організацій розробили проект Закону України «Про спеціальний режим інвестиційної діяльності у сфері туризму, готельного господарства і курортів» з метою створити законодавчі засади для реалізації комплексу заходів з розвитку сфери туризму, готельного господарства і курортів, що визначені у Державних цільових програмах.

Наступним кроком у розвитку сфери туризму в Україні є прийняття Закону України «Про заходи щодо державної підтримки розвитку туристичної індустрії в Україні при підготовці проведення Чемпіонату Європи з футболу 2012 року». Відповідна нормативно-правова база дозволить активізувати процеси створення необхідної інфраструктури для розвитку вітчизняної туристичної індустрії. Одним із основних напрямів удосконалення системи управління та регулювання розвитком туристичної галузі в Україні є спільний проект Асоціації лідерів турбізнесу України (АЛТУ) і державного підприємства «Національний туристичний офіс», що проходить за підтримки Міністерства культури і туризму України, - «Український Туристичний Форум» (УТФ), який організовується двічі на рік (весною і восени) [55].

На сьогоднішній день у туристичному секторі української економіки склалася неоднозначна ситуація. З однієї сторони, загальний вклад туристичної галузі в економіку України в 2010 році склав 80,8 млрд. грн., а з іншої – спостерігається зменшення обсягів в'їзного і виїзного туристичних потоків.

Зокрема, для розвитку туристичної сфери на державному рівні здійснено наступні заходи:

- 1) ухвалено нову редакцію статті 207 «Порядок оподаткування туристичних послуг»;
- 2) утворено Громадську раду при Державній службі туризму і курортів;
- 3) розроблено Концепцію Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011-2022 рр.

Незважаючи на позитивні тенденції розвитку туризму в Україні існує ряд проблем, які необхідно розв'язати шляхом впровадження інноваційних форм і методів управління та регулювання туристичною галуззю на державному та регіональному рівні.

Незважаючи на те, що Україна має потужний туристично-рекреаційний потенціал, існує ряд чинників, які перешкоджають його розвитку:

- відсутність єдиного механізму державного регулювання туристичним сектором економіки;
- невідповідність нормативно-правового та організаційно-фінансового забезпечення сучасним тенденціям розвитку туризму;
- недостатність методичної та організаційної підтримки туристичної галузі;
- невеликі обсяги інвестицій у розвиток матеріальної бази;
- 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. У відповідності до вищезазначеного, можна виділити позитивні та негативні чинники впливу на розвиток туристичної галузі України.

Як бачимо, 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 [25]. Актуальними залишаються питання створення нормативно-правової бази державного регулювання у сфері туризму, податкової політики, приватизації й 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 розвиненою туристичною індустрією [25].

Державна служба туризму і курортів приділяє велику увагу розвитку співробітництва з Європейським Союзом (ЄС) з огляду на можливості просування національного туристичного продукту на європейському ринку, залучення до інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності, посилення євроінтеграційних процесів у нашій державі. Адже за своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати одним з провідних європейських туристичних центрів.

Членство в ЄС відкриває великі можливості використання організаційно-фінансових механізмів цього органу для підвищення економічної ефективності національної туристичної галузі. Зважаючи на це, через Спеціальне представництво України при ЄС туристичним відомством України подано заявку щодо включення України у перспективні програми співробітництва у сфері туризму, зокрема фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС. Це якісно вплинуло б на розбудову туристичної галузі України, сприяло б соціально-економічному та культурному розвитку нашої держави. [79]

Ці заходи мають підвищити привабливість української туристичної пропозиції для іноземних туристичних фірм, а також туристів, сприяти

збільшенню туристичних потоків до України, оптимізації міжнародного туристичного співробітництва.

Враховуючи масштабність євроінтеграційної діяльності в галузі туризму, доцільно передбачити збільшення чисельності відповідних працівників, у тому числі тих, які вільно володіють іноземними мовами, та формування відповідних структурних підрозділів з питань євроінтеграції центральних і місцевих органів виконавчої влади в галузі туризму, а також забезпечення структурних підрозділів з питань євроінтеграції необхідною оргтехнікою та засобами зв'язку, враховуючи доступ до мережі Інтернет, та створення відповідних бібліотек [79].

Необхідно проводити в Україні міжнародні спеціалізовані семінари, конференції з залученням вітчизняних та іноземних організацій для вивчення передового досвіду організації туристичної діяльності, освоєння туристичних ринків, визначення перспектив розвитку новітніх технологій надання туристичних послуг, у т.ч. маркетингових, формування туристичної стратегії та стандартів обслуговування, а також брати участь у відповідних заходах за кордоном.

Українські туристи, які вже бачили принади сусідніх країн, незважаючи на світову економічну кризу, прагнуть подорожувати далі й відкривати для себе світ. Оператори туристичного ринку України сьогодні готові працювати в нових. Головне завдання туристичних агентств на найближчі кілька років - навчитися пропонувати своїм споживачам туристичний продукт, у якому вартість буде відповідати якості послуг. Крім дорогих турів в екзотичні країни туристичні агентства повинні пропонувати відвідувачам не менш цікаві туристичні маршрути рідною Україною, тим самим нарощуючи популяризацію внутрішнього туризму.

Враховуючи досвід провідних туристичних країн світу, можна зробити висновок, що для України на даному етапі розвитку необхідно вдосконалювати нормативно-правову базу регулювання міжнародної туристичної діяльності в напрямку створення дієвих механізмів державної фінансової, інфраструктурної,

кадрової, адміністративної та інформаційної підтримки, забезпечення безпечного розвитку міжнародного туризму в усіх відношеннях – економічному, соціокультурному, екологічному. Необхідно впровадити чіткі механізми державного фінансування туристичної галузі на регулярній основі, створити ефективну систему державного гарантування інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, страхування комерційних ризиків у міжнародному туризмі, заохочення довготермінових капіталовкладень.

3.2 Механізми залучення інвестицій для сприяння туристичної політики в Україні

Туристична індустрія має унікальну структуру. Вона характеризується наявністю цілого ряду окремих елементів, включаючи різні галузі обслуговування: невеликі ресторани, мотелі і готелі, будинки відпочинку, пральні, магазини, що продають вироби місцевих ремісників і предметами мистецтва і т. п.

Необхідним засобом функціонування будь-якої галузі господарства є фінансове забезпечення. На думку проф. Г. Кірейцева, «фінансове забезпечення полягає у наданні певної суми фінансових ресурсів на розв'язання окремих завдань фінансової політики» [36].

Таким чином, можна визнати, що завданням фінансового забезпечення туристичної галузі є створення сприятливого середовища щодо виділення, розподілу та залучення фінансових ресурсів для розвитку туризму.

Фінансове забезпечення туристичної галузі має ряд особливостей і специфічних рис, пов'язаних перш за все з механізмом її функціонування. В основному ця галузь потребує фінансування у суміжні сфери діяльності (готельне та ресторанне господарство, різні види транспорту та його інфраструктуру, заклади розваг, народні промисли та ін.), а із іншого боку, соціальний ефект полягає в тому, що модернізована інфраструктура використовується не лише туристами, але й місцевим населенням.

Загалом потенційні джерела інвестування можна поділити на 4 групи:

[59]

- 1) власні засоби;
- 2) кредитні засоби;
- 3) цільове бюджетне фінансування;
- 4) інші джерела (закордонні фонди, добродійні кошти тощо).

Туризм є специфічною сферою господарської діяльності, що полягає у нематеріальному характері туристичних послуг, неспроможності їх до зберігання, суб'єктивізму оцінки і т.д. Крім того, зазвичай туризм (або окремі його напрями) має сезонний характер. Тому, зважаючи на зазначені особливості, варто враховувати й специфічність інвестиційної діяльності в туризмі:

✓ існування у сфері туризму форм і методів інвестування, які не піддаються приведенню до комерційних показників вигоди;

✓ складність чіткого кількісного визначення можливого ефекту від покращення привабливості туристичного об'єкта після вкладення в нього інвестицій;

✓ наявність «мультиплікаційного ефекту» від туристичної діяльності, що передбачає збільшення сумарного ефекту від вкладення інвестицій на регіональному (державному) рівні;

✓ залучення різноманітних підприємств і видів діяльності у сферу туризму, що передбачає необхідність диференційованого підходу до розміщення, залучення та управління інвестиційною діяльністю;

✓ особливості туристичних об'єктів, які полягають в тому, що в переважній більшості вони створені природою чи попередніми поколіннями і потребують бережливого ставлення.

Основним і найнадійнішим джерелом фінансування на теперішній час залишаються власні кошти [61].

При відсутності механізму залучення їх в охорону туристичних ресурсів економічний ріст країни та її регіонів зокрема є неефективним.

Підвищення фінансової самостійності туристичних підприємств, що визначає формування дохідної частини місцевого бюджету, можливе на основі зниження податкового навантаження на суб'єктів господарювання, широкого запровадження прискореної амортизації активної частини основних фондів, реорганізації системи оплати праці та інших заходів.

Серед власних джерел фінансових ресурсів туристичного підприємства та регіону значний резерв становлять амортизаційні відрахування підприємств. В економічно розвинених країнах вони є важливим джерелом фінансування охорони туристичних ресурсів.

При розвинутих ринкових відносинах важливим джерелом інвестування процесів використання туристичних ресурсів регіону є лізинг. Він являє собою довготермінову оренду машин, обладнання, транспортних засобів, виробничих споруд тощо на підставі договору між орендодавцем і орендарем. По суті, лізинг дає можливість орендареві швидко переходити на нову технологічну базу, зосередити усі зусилля на ефективному використанні нової техніки без значних одноразових витрат.

Таким чином, переваги використання лізингу створюють можливості розвитку туристичної інфраструктури, що саме по собі є напрямом охорони туристичних ресурсів, впровадження нових видів туристичної діяльності в регіоні та створення відповідної фінансової бази. Адже саме за допомогою модифікацій умов лізингових угод можна використати різноманітні варіанти залучення інвестиційних ресурсів.

Значним резервом фінансових ресурсів регіону є заощадження фізичних осіб. Проте необхідно враховувати надзвичайно низький рівень довіри населення до держави та комерційних структур через можливість їх банкрутства чи реорганізації, низькі ставки за депозитами, відсутність реального страхового фонду депозитів фізичних осіб. Подолання цієї недовіри потребує послідовних і зважених заходів Національного банку України щодо вирішення даних проблем.

Звичайно, що власний капітал є найнадійнішим джерелом фінансування. Але, як показує досвід, капіталомісткі проекти реалізуються, в основному, на базі запозичених коштів (або залучені плюс власні) [36].

Найкращим кредитним капіталом для інвестицій є безпроцентний кредит (позика). Дана форма фінансування може бути реалізована тільки за рахунок кредитних засобів засновників (акціонерів) згідно з рішенням вищого органу управління – загальних зборів. Така ж форма може бути досягнута через облігаційну позику, якщо законом для даної організаційно-правової форми передбачений випуск облігацій.

Однією з форм залучення інвестора є переуступка йому пакета акцій (частки) підприємства туристичної індустрії, що відповідає розміру його інвестиційного внеску, закритому акціонерному товариству або товариству з обмеженою відповідальністю або продаж пакету акцій на пільгових умовах відкритому акціонерному товариству.

Найбільш жорсткими умовами фінансування інвестиційного проекту є банківський кредит, в тому числі іпотечний кредит під заставу майна, землі, обладнання і т. д. У ряді випадків доцільно скористуватися формою лізингу.

Існує також можливість використання податкового інвестиційного кредиту у вигляді відстрочки по оплаті податків, обов'язкових платежів і зборів. У кожному конкретному випадку умови жорсткого кредитування слід використовувати тільки тоді, коли вичерпані всі можливості отримання більш «м'яких» форм фінансування, що описані вище [12].

На нинішньому етапі розвитку світового господарства однією з найактуальніших проблем є залучення та ефективне використання іноземних інвестицій. Успішне вирішення цього завдання залежить від вдалої державної політики у сфері регулювання іноземного інвестування.

Цілий ряд інвестиційних програм фінансується різними закордонними фондами та банками: Європейським банком реконструкції та розвитку, фондом підтримки малого та середнього підприємництва, деякими доброчинними фондами. В рамках цих інвестицій проводиться, в основному, підготовка та

підвищення кваліфікації кадрів, проведення спеціалізованих конференцій, симпозіумів, семінарів та ін. Проте цільове фінансування капіталоемних проектів за рахунок даних джерел практично не використовується.

Іноземні інвестори працюють задля окупності та отримання прибутку. Цілі іноземного інвестора можуть не збігатися з національними інтересами. На практиці, як правило, не вдається уникнути зіткнення національних інтересів приймаючої сторони та інтересів іноземних інвесторів. Поруч із цим, як показує практика, іноземні інвестори можуть вступати в змову з діючою на місцевому ринку олігополією (або ще гірше – монополією), що спричиняє згубний вплив на національні туристичні підприємства, які працюють для вітчизняного ринку, а також можуть справляти стримуючий вплив на національне підприємництво, поглинаючи фінансові накопичення у місцевій та іноземній валюті.

Раніше в країнах централізовано планових економік уряди контролювали, планували і спрямовували розвиток туризму. Туризм необхідний для того, щоб заробити тверду валюту для торгівлі і розвитку економіки; крім того, він служить національним інтересам. Розвиток туризму залежить від суспільних інвестицій, які, в свою чергу, залежать від приватних інвестицій і ринкових механізмів, які у змозі відповідати бажанням і потребам клієнтів, що змінюються.

На сьогоднішній час державна підтримка в Україні практично не передбачає цільових інвестицій в її розвиток. Більш розповсюдженою формою інвестицій є підтримка його на місцевому або регіональному рівнях за рахунок місцевих бюджетів або спеціального податку та за рахунок зацікавлених фірм.

Обсяги бюджетного фінансування туристичної галузі України протягом останніх 5 років (2007-2011 р.р.) не носять системного характеру і концентрується за одноманітними напрямками [31].

Отже, країна й окремі її регіони потребують залучення інвестицій. Регулюючу роль у цьому процесі повинна відігравати держава.

Інвестиційна діяльність у сфері туризму передусім потребує обґрунтованої державної стратегії, що являє собою комплекс взаємопов'язаних заходів у грошово-кредитній, фінансовій, бюджетно-податковій, зовнішньоекономічній, економіко-правовій та інших сферах. В даному випадку варто зазначити, що залучення інвестицій часто стримується не відсутністю фінансових джерел, а відсутністю окремих програм, матеріалів і документів, які б підтверджували інвестиційну привабливість тих або інших туристських об'єктів (наприклад, відсутність загальноукраїнського кадастру туристичних об'єктів, вартісної оцінки окремих туристичних ресурсів і т.д.).

Враховуючи проведення в Україні і Польщі у 2012 році фінальної частини чемпіонату Європи з футболу («Євро 2012») дещо активізувалась діяльність щодо залучення інвестицій, особливо у готельне господарство, транспортну інфраструктуру (будівництво та реконструкція аеропортів, шляхів сполучення). При цьому велика увага звертається на залучення інвестицій до міст і регіонів, задіяних у цьому процесі.

Узагальнивши аналітичні дослідження, можна виділити наступні пріоритетні напрями залучення інвестицій у туристичну сферу країни в рамках підготовки до Євро-2012:

- будівництво, оновлення та модернізація туристичної інфраструктури;
- дослідження, відновлення, реставрація та різноманітна організаційна діяльність щодо пам'яток історії, культури та природних об'єктів;
- стимулювання діяльності щодо збереження та використання народних ремесел, традицій, звичаїв;
- стимулювання випуску якісної сувенірної продукції з національною символікою, путівників, карт, довідників;
- покращення підготовки та перепідготовки працівників сфери туризму і стимулювання вивчення іноземних мов;
- інформаційна, рекламна діяльність щодо покращення іміджу країни, її туристичної та інвестиційної привабливості;

- стимулювання здійснення інноваційної діяльності, впровадження нових технологій, маршрутів, видів туризму.

За даними Кабінету Міністрів України за 9 місяців 2010 року обсяги інвестицій у готельне господарство склали всього 497,4 млн.грн., що становить 0,5% загального обсягу інвестицій за цей період [39].

Початкові інвестиції в туризм притягають все більше вкладень в майбутньому у допоміжні і підтримуючі галузі господарства. Сюди входять великі інвестиції в головні готелі, ресторани, торгові центри, порти, аеропорти, транспортні засоби і т. п. їхні інвестиції скуповуються тільки через декілька років. Туроператори і певною мірою турагенти вимагають великої кількості оборотних засобів для оплати послуг готелів, транспортних компаній тощо, перед туристичним сезоном. Капітал тут, як правило, затримується на короткий проміжок часу і часто використовується для спекуляцій на валютному ринку. [50].

Оскільки у створенні продукту туристичної індустрії беруть участь різні її сектори, то компанії одного сектора зацікавлені у фінансуванні інших структур. Наприклад, туроператори можуть фінансувати розвиток готельних комплексів на курортах, куди вони відправляють своїх клієнтів. Авіакомпанії можуть гарантувати фінансову безпеку туроператорів, які широко використовують їх послуги.

Залучення інвестицій у готельне господарство є важливим напрямом державної інвестиційної діяльності. Варто також зазначити, що інвестиційні кошти на розвиток готельного господарства в основному вкладаються в містах, що мають відношення до проведення «Євро 2012», хоча інші регіони теж потребують ресурсів для розвитку туристичної інфраструктури. Тому необхідною умовою залучення інвестицій є потужна інформаційна та організаційна діяльність у цьому напрямі для пошуку інвесторів.

На сьогодні великі світові готельні оператори нарощують свою присутність в Україні. Залучаючи їх, можна сподіватися, що завдяки ноу-хау та

досвіду роботи, наші готелі будуть мати високий рівень завантаженості та, як наслідок, швидше окупляться.

Туризм у світовому господарстві все більше і більше будується на партнерстві державного та приватного секторів або спільної розробки планування, фінансування і втілення проекту в життя. Повноваження держави необхідні для того, щоб очистити, розвинути і знизити ціни на землю, а також робити інвестиції в інфраструктуру. Необхідно надавати субсидії або податкові пільги для приватних інвестицій в готелі, центри для з'їздів і конференцій, транзит і паркування.

Туристична індустрія від авіаліній до готелів - джерело надходжень коштів в бюджет: доходи від палива, оренди «диванних» податків, податків на продаж йдуть на підтримку капітального будівництва інфраструктури, що має відношення до туризму, і на інші суспільні потреби.

Важливість залучення інвестицій у сферу туризму полягає в тому, що туризм у господарській системі додає імпульс у розвиток супутніх галузей, оскільки близько 40 галузей задіяні до цієї сфери. Експертами визнано, що з точки зору інвестиційної привабливості серед складових сфери туризму найперспективнішим є розвиток готельної інфраструктури.

Отже, до переваг від інвестицій у туристичну індустрію для кожної країни, регіону можна віднести:

- ✓ збільшення готівкового потоку в регіон, в тому числі надходження іноземної валюти;
- ✓ ріст валового національного продукту (ВНП);
- ✓ створення нових робочих місць;
- ✓ реформування структури відпочинку, яка може бути використана як туристами, так і місцевими жителями;
- ✓ залучення капіталу, в тому числі й іноземного;
- ✓ збільшення податкових надходжень приймаючого регіону.

В Україні останнім часом спостерігається поступове збільшення інвестицій у суміжні із туризмом сфери діяльності, але їх обсяги залишаються недостатніми для ефективної і повноцінної діяльності туризму.

Держава повинна стимулювати, страхувати і спрямовувати в потрібне русло потоки недержавних інвестицій в усіх туристичних регіонах країни. А з часом потрібно перейти від безповоротного бюджетного фінансування до кредитування на поворотній і платній основі. Але при цьому необхідно зберігати безповоротне фінансування для туристичних об'єктів, що мають стратегічне значення в для держави.

Відомо, що в розвинутих країнах інвестуються пріоритетні напрями діяльності. В Україні туристична галузь являється пріоритетною. У нас є висококваліфіковані наукові кадри, але держава не може у повній мірі фінансувати науково-дослідні розробки, тому для розвитку наукових розробок треба залучати приватні компанії, в тому числі й закордонні, і використовувати відносну перевагу дешевої робочої сили та наявності висококваліфікованого науково-технічного персоналу [10].

Для представлення інвестиційних можливостей туризму України протягом останніх трьох років Державна служба туризму та курортів брала участь у ряді PR-акцій, міжнародних туристичних салонах. Серед них: Познанський міжнародний туристичний ярмарок, Міжнародна біржа “World Travel Market” в Лондоні, Міжнародна туристична біржа «ITB» в Берліні, Міжнародний туристичний ярмарок в Мілані та ін. Хоча варто зазначити, що недостатньо вибудована загальна концепція участі в цих заходах та не здійснюється аналіз та оцінка їх реальних результатів. Це могло б стати основою розробки стратегії формування позитивного туристичного іміджу України.

Крім того, варто зазначити, що світова фінансова криза негативно вплинула на інвестиційну привабливість сфери туризму. Так, наприклад, за даними консалтингової компанії «MP Consulting», що займається проблемами інвестування, у складеному рейтингу ризиковості інвестицій різних сфер діяльності за 1 квартал 2009 року туризм посів 9 місце [69]. Аналітики

зазначають, що основним чинником негативного впливу на туризм виявилось зниження реальної купівельної спроможності населення. Таким чином, інвестиції в сферу туризму стали більш ризикованими.

Варто зазначити, що обсяги інвестиційних вкладень у зміцнення матеріально-технічної бази туризму зростають недостатньо і, безумовно, не відповідають потребам галузі. Крім того, стримують інвестиційну діяльність технічна та технологічна відсталість більшості готельних підприємств у регіонах країни, що надають неконкурентні послуги, а також неефективна амортизаційна політика, що обмежує права підприємств щодо формування та використання власних амортизаційних коштів.

Також можна виділити такі основні проблеми інвестиційної діяльності готельної галузі:

- недостатність власного капіталу;
- непрозорі та тривалі в часі процедури землевідведення та узгоджень великої кількості документації;
- відсутність довіри зарубіжних інвесторів та недостатність досвіду вітчизняних управлінців у подібних проектах;
- негативна роль світової кризи в скороченні темпів присутності світових готельних операторів в Україні.

Стратегічними цілями інвестиційної політики в галузі туризму повинні бути:

- створення законодавчої бази регіонів в області забезпечення гарантій на іноземні інвестиції в туристичний бізнес;
- формування сприятливого іміджу регіонів в області надання рекреаційно-туристичних послуг;
- створення сприятливого інвестиційного клімату;
- стимулювання приливу капітальних вкладень у реконструкцію і будівництво сучасних туристичних комплексів, санаторіїв, готелей, відповідних до міжнародних вимог і стандартів;

– - розробка нових турів, які повинні урахувати етнокультурні, геополітичні, екологічні чинники туристських районів.

Іноземні інвестиції, які надходять в Україну, йдуть переважно в промисловість та агропромисловий комплекс, проте як готельний та рекреаційно-туристський бізнес також потребують інвестиційних ресурсів, і зокрема прямих іноземних інвестицій, що дасть можливість підвищити прибутковість цієї галузі та збільшити надходження до бюджету.

3.3 Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі України

За своєю сутністю туризм - явище багатофункціональне. Він активно впливає на життя людей, організацію їх праці та відпочинку, а відтак - на економічний і соціальний розвиток суспільства. Роль туризму в сучасному світі визначається передусім тим, що він є частиною соціальної сфери, виконуючи функції соціального характеру: [74]

- 1) туризм являє собою вид відпочинку, сприяє відновленню сил і працездатності людини і відповідно психофізіологічних ресурсів суспільства;
- 2) туризм сприяє раціональному використанню вільного часу людини;
- 3) важливу роль туризм виконує у сфері зайнятості й підвищення життєвого рівня місцевого населення;
- 4) туризм можна вважати екологічно безпечною сферою діяльності людини;
- 5) туризм збагачує соціально-економічну інфраструктуру і міжрегіональну співпрацю країн, держав і народів.

Отже, основною рушійною силою розвитку туризму залишаються економічні вигоди, які він надає [71]. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури - готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що

сплачується ними в бюджет). Крім цього, як зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Він сприяє диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів [71].

Особливе місце відводиться туризму у створенні робочих місць і розв'язанні проблеми зайнятості. Кількість робочих місць щоденно збільшується, не вимагаючи при цьому великих витрат. Туризм охоплює багато секторів економіки і цим ускладнює визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері постійно зростає.

Важливе значення має вклад міжнародного туризму в платіжний баланс країни, який виражається у вигляді різниці між витратами іноземних туристів у країні і витратами резидентів цієї ж країни за кордоном.

Туризм впливає на економіку в таких аспектах: [43]

1) є джерелом доходу для місцевого населення туристських центрів; стимулює розвиток галузей, пов'язаних з випуском предметів народного вжитку, бо приплив туристів підвищує попит на багато видів товарів, завдяки чому виробництво розвивається;

2) сприяє розвитку пізнання і розважального бізнесу, бо зі сторони місцевої влади приділяється велика увага “ресурсам гостинності”, збереженню культурної спадщини (пам'ятників, музеїв, архітектурних ансамблей), побудові різноманітних атракціонів для розваг;

- 3) дає прибуток і сприяє розвитку транспортних підприємств і організацій;
- 4) стимулює розвиток підприємств зв'язку, бо підтримуючи контакти з місцем постійного проживання, туристи використовують пошту, телеграф, телефон;
- 5) обумовлюють зростання попиту на вироби місцевої промисловості, сувеніри, які є рекламою для туристського центру;
- 6) сприяють припливу до країни іноземної валюти.

Політична функція туризму проявляється в тому, що він став формою «народної дипломатії». Засобами туризму здійснюється активне спілкування зі світом. Суспільство стає відкритішим, вільніше інтегрується у світову співдружність. Туризм - це активна форма людського спілкування, що допомагає взаємопізнанню націй, розвитку взаєморозуміння та встановленню культурно-економічних зв'язків між народами. Міжнародні туристичні зв'язки є однією із форм міжнародних відносин, що активно впливає на політику держав світу.

Але не менш важливі є соціальні функції туризму. Ми можемо розглядати туризм і як популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання рідного краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою і традиціями певної країни.

Туризм впливає на суспільне життя країни, яка приймає туристів. Інтерес туристів до історії та культури країни викликає в її громадян зосередити увагу на власних історичних традиціях, досягненнях національної культури, почуття гордості за свою країну. Туризм сприяє культурному обміну між різними народами, релігіями та культурами.

Науково-технічний прогрес і автоматизація виробництва сприяють збільшенню вільного часу працюючих, проблема його раціонального використання також належить до числа соціальних. Вирішити цю проблему можна за допомогою туризму, бо громадяни можуть провести своє дозвілля на екскурсіях, у походах, подорожах.

Проте не слід забувати і негативну сторону розвитку туризму. У наші дні масовий туризм породжує цілий ряд проблем.

Туризм не може розвиватися без взаємодії з навколишнім середовищем, але, керуючи цим розвитком, можна зменшити негативний вплив і збільшити позитивний.

Позитивний вплив включає охорону і реставрацію пам'ятників природи, історії, культури, створення національних парків і заповідників, збереження лісів, захист рослинного і тваринного світу.

Негативний вплив, на жаль, більший, зокрема, це вплив на якість води в річках, озерах, морях та на якість повітря, зростання викидів шкідливих речовин транспортними засобами, самовільне розміщення тимчасових баз відпочинку, забруднення відходами навколишнього середовища, самовільне розпалювання вогнищ, понівечення історичних пам'ятників вандалами. Деякі види туристського відпочинку, такі як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають негативного впливу живій природі і призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення фауни та флори певних територій та інше. Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, у свою чергу, збільшує навантаження на навколишнє середовище.

Туризм призводить до забруднення довкілля, вилучення цінних земель під об'єкти інфраструктури, витоптування рослинності, ґрунтової ерозії, скорочення чисельності флори і фауни.

Спілкування з іноземними гостями інколи згубно впливає на місцеву культуру та систему цінностей. Наплив туристів може призвести до втрати культурної самобутності та зруйнувати традиційний спосіб життя місцевого населення. Місцеві жителі часто зіштовхуються з негативною стороною туризму, оскільки туристи роблять те, чого вдома, серед родичів та друзів, ніколи б собі не дозволили. Аморальна поведінка туристів породжує чималі проблеми.

Для України міжнародний туризм є досить молодою галуззю, що знаходиться на етапі становлення, але має всі необхідні умови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму. Насамперед, знаходячись у самому центрі Європи, на перехресті важливих міжнародних транспортних коридорів, вона має сприятливі природно-кліматичні умови, багаті історико-культурні можливості, людські та матеріальні ресурси.

В українській туристичній індустрії практично не працюють європейські стандарти якості й асортиментів надання послуг, функціонування інституцій, підготовки кадрів, законодавства щодо туризму [20]. Саме через це якість туристичних послуг часто є досить невисокою, хоча ціни й перевищують середньоєвропейські.

Існують чинники, що гальмують розвиток даної сфери послуг, серед яких можна виділити: недостатність розвитку інфраструктури, відсутність кваліфікованого персоналу, екологічні та кримінальні ризики, низький рівень побутового комфорту, високі ціни на послуги. Крім того, стримуючим чинником розвитку туристичної галузі, її матеріально-технічної бази є проблеми, пов'язані з податковим законодавством України. Це, перш за все, стосується сплати податку на додану вартість, земельного податку, готельного та курортного зборів.

Не відпрацьовано механізм заохочувального оподаткування інформаційно-рекламної діяльності, стимулювання інвестицій у туристичну галузь. Визначення туризму як пріоритетного напрямку розвитку регіону не підкріплено сприятливими умовами, які б створювалися з боку органів влади.

Активний ріст туристичного підприємництва залежить від реалізації прийнятих державних програм розвитку туризму; наявності законодавчої бази, яка стимулює та підтримує механізми фінансування і інвестування в галузь туризму; розвиток економічної діяльності підприємств курортно-рекреаційного господарства; активізації інвестиційної політики в галузь туризму.

Для успішного розвитку туризму необхідно забезпечити його раціональне планування і ефективне управління. Перевагами розвитку туризму мають стати

нові робочі місця, додаткові прибутки і інвестиційні надходження, модернізація комунальних підприємств, нові технології і ноу-хау.

Фундаментом для становлення індустрії туризму є формування законодавчої та нормативної бази у сфері туризму з урахуванням норм міжнародного права.

Серед основних напрямів розвитку відповідної нормативно-правової бази є розробка проектів правових актів з питань забезпечення державного регулювання міжнародної торгівлі туристичними послугами з урахуванням членства України у ВТО, створення економічних і правових механізмів щодо пріоритетної підтримки в'їзного та внутрішнього туризму, законодавче оформлення і практичне дотримання державних гарантій та системи безпеки для іноземних і вітчизняних туристів, правове врегулювання питань стимулювання інвестицій у туристичну сферу (включаючи мережу Міжнародного Туристичного Комплексу), підготовку проектів і укладання нових міжурядових угод, а також угод між спеціалізованими національними та іноземними органами управління про співробітництво в сфері туризму.

Розвиток туристичної інфраструктури в мережі Міжнародного Туристичного Комплексу повинна ґрунтуватися на дослідженнях тенденцій щодо розвитку світового ринку туризму і туристичних потоків, а також кон'юнктури і цін на ньому, комплексному аналізі стану українського ринку туристичних послуг і прогнозах щодо реальних інвестицій для розвитку туристичної інфраструктури [20].

Для вирішення проблеми фінансового забезпечення доцільним є запровадження у зоні Міжнародного Туристичного Комплексу спеціального режиму інвестування, який сприятиме стимулюванню реалізації інвестиційних проектів, забезпеченню заінтересованості іноземних інвесторів і збільшенню масштабів їх участі, залученню як вітчизняного, так і іноземного банківських капіталів, забезпеченню державних гарантій щодо зниження ризику інвестиційних проектів, підвищенню ефективності інвестицій, посиленню ролі

кредитування, перетворенню його на переважну форму інвестиційних процесів щодо розвитку туризму на Міжнародного Туристичного Комплексу [28].

Туристична галузь діє у відриві від природного середовища, тим самим гальмує її перетворення у ефективну галузь економіки.

Якщо кожен санаторій, який використовує в своїй діяльності земельну ділянку, природні ресурси буде спроможний захистити природне середовище, саме тоді відбудеться перетворення туристичної сфери в один з пріоритетних напрямів регіонального розвитку.

Наступним кроком, повинна виступати реклама туристичної сфери, завдяки якій зросте інтерес до туристичних комплексів України з боку українських та іноземних громадян, що призведе до необхідного інвестування в розвиток туризму України.

Проте для залучення туристів одних інвестицій замало. Необхідно розширити сферу послуг, особливо суспільну безпеку, контроль за дорожнім рухом і скупченням людей, швидку допомогу, санітарні служби і прибирання вулиць.

Слід також займатися внутрішнім розвитком туризму, що розрахований на власних жителів і бізнес: роздрібних торговців, туристичні агентства, ресторани, фінансові інститути, державний і приватний транзит, розміщення, міліцію і посадових осіб. Необхідно інвестувати найм на роботу і тренінг, ліцензування і спостереження за бізнесом, що має відношення до туризму. Так, сінгапурські таксисти відомі своєю професійною підготовкою, яка включає екзамен з англійської мови, програми безпеки і вміння орієнтуватися. Проте деякі надають перевагу невеликим інвестиціям в інфраструктуру туризму, незважаючи навіть на те, що таксі в аеропорту і транзит - це перше, з чим зіштовхуються туристи в новому місці призначення.

Великим недоліком є достатньо низький рівень кваліфікації спеціалістів туристичної галузі. Рішення зазначеної проблеми пов'язана з необхідністю підвищення якості навчання в даній галузі. Необхідною умовою підвищення

якості підготовки менеджерів з туризму є узгодженість навчальних програм, раціональність дисциплін, закріплення теорії на практиці, створення центрів перепідготовки на підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери.

Рекреаційно-туристський та готельний бізнес потребують інвестиційних ресурсів, і зокрема прямих іноземних інвестицій, що дасть можливість підвищити прибутковість цієї галузі та збільшити надходження до бюджету.

Неможливий розвиток туризму без системи зв'язку і комунікацій, функціонування різноманітних служб сервісу, розвитку громадського харчування і побутового обслуговування, організації культурно-розважального обслуговування. Актуальною для України є також проблема водопостачання та каналізації населених пунктів і, в першу чергу, рекреаційних центрів.

Проблема інфраструктурного облаштування території України може бути вирішена завдяки інвестуванню в її розбудову великих коштів, в тому числі з боку центральної та місцевих влад, її розв'язання можливе лише в контексті практичних дій по економічному піднесенню країни.

Створення високоефективної туристичної індустрії в регіонах сприятиме економічному та соціальному розвитку регіонів, збереженню навколишнього середовища, залученню інвестицій, створенню нових робочих місць.

Таким чином саме комплексний підхід дозволить аналізувати туристичну індустрію, забезпечить можливість уникнути помилок, сприятиме формуванню розвитку туризму, посилить його вплив на економічний розвиток регіонів та України в цілому [22].

Отже, туризм являє собою одну з найбільш розвинених галузей світового господарства та форм зовнішньоекономічної діяльності. Україна знаходиться у самому центрі Європи, на перехресті важливих міжнародних транспортних коридорів, має сприятливі природно-кліматичні умови, багаті історико-культурні пам'ятки. Україна має все необхідне для того, щоб стати туристичною державою. Така кількість відпочинкових зон властива далеко не кожній країні. Але цей потенціал використовується все ще не на повну силу.

Туристична діяльність в Україні сприяє розвитку тих територій, де є рекреаційні ресурси і немає перспектив для промисловості, створюючи нові робочі місця, підвищуючи рівень доходів населення, водночас забезпечуючи збереження пам'ятників історії, архітектури, культури.

Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України, яка без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту.

Туризм в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку й оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави [15].

Саме від того, яким шляхом піде зараз розвиток галузі, залежить все її майбутнє зокрема та майбутнє економіки, а, отже, і життя України в цілому.

Прискорити розвиток туризму в Україні дозволять:

1. Розробка сітки цікавих туристичних маршрутів міжнародного значення на території нашої країни з урахуванням потреб та інтересів приїжджаючих гостей, потенціалу туристичних ресурсів з подальшим представленням комерційних пропозицій іноземним туристичним фірмам для їх використання;

2. Забезпечення випуску високоякісної рекламної – інформаційної продукції на іноземних мовах, яка висвітлить туристичні можливості, історію, культуру України для розповсюдження серед іноземних туристів та закордонної спільноти.

3. Проведення маркетингового дослідження відносно можливості відкриття туристичними та спортивними організаціями центрів спортивного туризму для іноземців на базі наявної інфраструктури водного, пішого, гірничого, мисливського та інших видів туризму.

4. Державна підтримка транскордонного співробітництва.

5. Формування сервісних, інформаційних регіональних центрів сприяння експорту туристичних послуг.

6. Підтримка еко-туризму, охорона довкілля, розуміння взаємозв'язку довкілля, економіки, суспільства.

Туристична діяльність в Україні має певні особливості, пов'язані з характером праці в туристичній індустрії, видом послуг, структурою продукту, співвідношенням попиту і пропозиції, формами продажу і т.д.

Сьогодні індустрія туризму як сукупність підприємств сфери обслуговування та інших організацій, діяльність яких спрямована на задоволення попиту на туристичні товари та послуги, працює в умовах жорсткої конкуренції, відвойовуючи як національний, так і міжнародний ринки.

Висновки до розділу 3

Туризм як форма задоволення потреб людей у відпочинку справляє великий вплив на життя світової спільноти, є об'єктивною потребою сучасної цивілізації. Надходження від міжнародного туризму нині є однією з найзначніших складових так званого невидимого експорту. Він не тільки збільшує валютні надходження в країну, а й забезпечує зайнятість населення, допомагає раціонально використовувати ресурси. Розвиток туристських зв'язків є важливим засобом нормалізації міжнародного становища, зміцнення дружби між народами і поглиблення взаєморозуміння.

До переваг туристичної діяльності можна віднести такі:

- скорочення робочого часу і збільшення вільного часу;
- розширення використання транспорту для туристичних поїздок (авіаційного, автомобільного та ін.);
- удосконалювання усіх видів транспорту зменшило витрати на поїздки;
- розвиток засобів комунікації та інформаційних технологій;
- збільшення числа найманих робітників та службовців у розвинутих країнах і підвищення їх матеріального і культурного рівня;

- ослаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей;

- істотні зрушення в структурі духовних цінностей;

Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України.

Для розвитку українського туризму необхідна чітка реалізація на практиці ідеї в цілому, а не однієї компанії окремо. Інвестування в окрему організацію не буде мати такого ефекту при загальному негативному стані відрости. Так само проблемою є те, що більшість компаній орієнтовані насамперед на виїзний туризм, а не на розвиток внутрішнього туризму безпосередньо в Україні.

Приватні інвестиції в рекреаційну сферу часто носять «дикий» характер і частіше шкодять загальному розвитку туристичного потенціалу (наприклад, захоплення й забудова прибережних зон, заповідних земель і т.д.).

Гальмує розвиток галузі й відстала індустрія внутрішнього туризму - готелі, ресторани, кафе, транспорт, курортно-рекреаційні установи.

Культурна інфраструктура - музеї, заповідники, театри, галереї - фактично не є частиною туристичної інфраструктури. Розвиток туристичної індустрії не скоординовано зі збереженням і актуалізацією культурно-історичної спадщини країни.

Для успішного розвитку туризму необхідно забезпечити його раціональне планування і ефективне управління. Перевагами розвитку туризму мають стати нові робочі місця, додаткові прибутки і інвестиційні надходження, модернізація комунальних підприємств, нові технології і ноу-хау.

Фундаментом для становлення індустрії туризму є формування законодавчої та нормативної бази у сфері туризму з урахуванням норм міжнародного права.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідження впливу міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України та отримані при цьому результати дають підставу зробити наступні висновки.

1. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму мають позитивний характер. Проаналізовані дані свідчать про те, що туристична галузь економіки активно розвивається: зростає кількість туристичних прибуттів у світі загалом і у всіх туристичних макрорегіонах зокрема, створюються нові робочі місця у сфері туризму, і їх кількість постійно зростає, збільшуються прибутки від туризму.

2. Вітчизняна туристична галузь відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті країни. Зростає її статус та зацікавленість держави в подальшому розвитку галузі, посилюється вплив туризму практично на всі сфери життя і діяльності людини.

3. Чинниками позитивного впливу, що визначають перспективний розвиток міжнародного туризму, є збільшення інвестицій в інфраструктуру, маркетинг і реклама, розвиток внутрішніх ринків, зростання міжрегіонального співробітництва й міжгалузевих партнерств.

4. Стратегічною метою розвитку міжнародного туризму в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля. Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, має бути синхронізованою із загальними темпами становлення ринкових механізмів і співвідносною з політикою структурних реформ в економіці. Вона повинна також враховувати накопичений досвід розвитку туризму у світі, що створює сприятливі умови доопрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази туризму.

5. Важливими чинниками, що впливатимуть у подальшому на розвиток ринку туризму, є демографічні зміни, матеріальний та соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість та багато інших чинників.

6. Поступове збільшення кількості працюючих, забезпечення більш високого доходу на кожного члена сім'ї, підвищення тривалості оплачуваної відпустки та гнучкість робочого часу поступово розширяють такі сегменти туристичного ринку, як поїздки з метою відпочинку і в період відпусток, відвідування тематичних парків і культурних заходів, здійснення ділових поїздок, короткочасних подорожей і маршрутів вихідного дня тощо.

7. У теперішній час найбільш гальмівним чинником у розвитку туризму на суспільному рівні є відсутність уваги та підтримки з боку політиків та громадської влади. Коли на туризм не зважають, його доходи не визначені, відсутнє ретельне планування та, як наслідок, відсутній і розвиток. Як тільки буде глибока зацікавленість на законодавчому рівні, поєднання зусиль для піднесення статусу індустрії туризму на більш високий рівень не тільки у вигляді декларацій, а й конкретних заходів щодо встановлення та підтримки економічних зв'язків, почне ефективно діяти маркетинг у сфері туризму, відтоді можна розраховувати на видимі результати.

8. Одне із ключових питань, яке необхідно вирішити в найближчий час, - питання оптимізації взаємодії туризму і культури як на рівні центральних органів влади, так і на місцях. Культурна спадщина, музеї, театри в більшості країн світу є винятково важливим чинником залучення туристів, генерації міжнародних і локальних туристичних потоків. І в результаті цього, свого клієнта отримують транспорт і громадське харчування, готелі, місцева промисловість та ін. Координація стратегічного розвитку культурної сфери і туризму на місцях повинна привести до більш тісної співпраці місцевої влади і реального бізнесу у вирішенні конкретних завдань по збереженню культурної спадщини, впровадження в практику діяльності музеїв, національних

заповідників передової менеджерської практики, орієнтації для роботи в ринкових вимірах і координації діяльності з суб'єктами туристичної індустрії.

9. Незважаючи на позитивні тенденції розвитку туризму в Україні існує ряд проблем, які необхідно розв'язати шляхом впровадження інноваційних форм і методів управління та регулювання туристичною галуззю на державному та регіональному рівні.

10. Для багатьох малих міст і сільських населених пунктів України туризм є найбільш перспективною галуззю, яка сприятиме їх соціально-економічному зростанню. Незважаючи на активізацію міської влади багатьох міст, недостатність досвіду, традицій та знань уповільнює розвиток туристичної галузі, тому вимагається її державна підтримка. Насамперед необхідні: розробка методичних документів, які допоможуть місцевій владі розвивати туризм, проведення науково-практичних семінарів із залученням зарубіжних спеціалістів з цих питань, розробка комплексної програми розвитку малих історичних міст України разом з представниками Спілки малих історичних міст України.

11. Одним з видів діяльності в напрямі просування місцевого туристичного продукту є створення туристичних інформаційних центрів у формі державних підприємств, підпорядкованих органам місцевого самоврядування, які працюють на принципах самоокупності за рахунок отримання доходів від надання інформаційно-реklamних послуг подорожуючим та консультативних послуг виробникам туристичного продукту.

12. Отримані в роботі результати дозволяють внести пропозиції щодо покращення умов для розвитку міжнародного туризму в Україні. Ми вважаємо, що в Україні недостатньо використовується її високий рекреаційно-туристичний потенціал і пропонуємо включити до державної комплексної програми розвитку туристичної інфраструктури положення, які дозволять розвивати наукові дослідження, присвячені практичним проблемам керування туристичною індустрією України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» 04.07.2002 № 40-IV
2. Закон України «Про спеціальну економічну зону туристсько-рекреаційного типу «Курортполіс Трускавець» від 18.03.1999 № 515-XIV
3. Закон України «Про туризм» №1282/4 від 18.11.2003. // Відомості Верховної Ради України. – 2003.-№29
4. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: Монографія / О.М. Азарян, Н.Л. Жукова. – Донецьк: Вид-во ДонМУ, 2002. – 241 с.
5. Алексєєв Ю. В. Державне регулювання туризму в Україні // Трансформаційні процеси розвитку туризму та готельного господарства України: Матеріали Всеукр. наук.-практ. студент. конф. – К.: КУТЕП, 2002. – С. 79-80
6. Алексєєв Ю. В. Регіональні аспекти регулювання туристичної галузі України // Державне управління в умовах інтеграції України в Європейський Союз: Матеріали наук.-практ. конф.: У 2 т. / За заг. ред. В.І.Лугового, В.М.Князєва. – К.: Вид-во НАДУ, 2002. – Т.2. – С. 233–234 с 29
7. Білоцерківець Н. Україна туристична //Українська культура. - 2006. - № 3-4. – С. 8-10, С .9–13.
8. Біркович В.І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України //Статистика України. – 2006. – № 3. – С. 83-86.
9. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні //Диференційне забезпечення керівництва. – 2005. – Вип. 12/7, 4782. – С. 1–35
10. Верланов Ю Фінансово-економічний механізм та інструменти політики розвитку туризму в Україні// Наукові праці ЧДУ імені Петра Могили. – 2005. – Випуск 25.
11. Гаврилюк А. Туристично-інформаційні центри як чинник державного регулювання туристичної галузі України /Гаврилюк А. //Вісник НАДУ. – 2009. – № 1. – С. 78-86.

12. Дубовікова О. Система фінансування курортно-рекреаційного комплексу//Економіка Криму. – 2009. – №28.
13. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] /Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
14. Заячківська Г. Розвиток міжнародного туризму після світової економічної кризи 2008–2009 рр / Г.Заячківська // Галицький економічний вісник. – 2011. – №1
15. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003
16. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму– К : Знання, 2010. – 502с
17. Кірейцева Г. Г. Гроші. Фінанси. Кредит: Навчально-методичний посібник - Житомир: ЖІТІ. 2001. – 312 с.
18. Коваленко Ю. А.- Дослідження сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні– К : Знання, 2008.
19. Мальська М. П, Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг – К : Знання, 2008. – 601с.
20. Мельник А.О., Сідлецька К.В. Зарубіжний досвід розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2008_4_2/94.pdf
21. Мельниченко С. Вплив інформаційних технологій на маркетинг туристичних підприємств /Мельниченко С. //Вісник КНТЕУ. – 2007. – № 5. – С. 68-74.
22. Муковський І. Т. Міжнародний туризм як форма інтеграційних процесів України. - Науковий вісник Київського гуманітарного інституту. Серія: економічні науки. - 2008. - №1. - С.14
23. Муковський І.Т. Міжнародний туризм як форма інтеграційних процесів України. Науковий вісник Київського гуманітарного інституту. Серія: економічні науки. - 2008. - №1. - С.14-1
24. Новіков В.С. Інновації в туризмі. – М.: «Академія», 2007. – 208 с/

25. 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
26. Пахля А. Розвиток сфери туризму визнаний державою одним із пріоритетних напрямків діяльності [Електронний ресурс] / А.Пахля // Debaty. Org. – 11 жовтня, 2010. – Режим доступу: http://debaty.org.ua/article/tourism_deb
27. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва/ Чинники розвитку туристичних послуг
28. Сушко Н.В. Тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/
29. Черниш О.І., Дімова О.І. Інноваційні впровадження як основні чинники пріоритетного розвитку сфери туризму та рекреації в Україні /О.І. Черниш, О.І. Дімова //Економічний простір. – 2009. – № 22/2. – С. 208-213.
30. Черчик Л.М. Перспективні форми господарської діяльності з освоєння та експлуатації рекреаційних ресурсів [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://ariu.berdyansk.nef>
31. Аналіз обсягів бюджетного фінансування туристичної галузі України [Електронний ресурс] Режим доступу: www.nbuu.gov.ua/e-journals/znpnudps/2011_1/pdf/11oagtif.pdf
32. Аналіз чинників розвитку туризму в регіоні [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum
33. Виїзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали, у 2011 році [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012>
34. Географічні чинники розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://elise.com.ua/ru/content>
35. Готелі та інші місця для тимчасового проживання. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

36. Гроші. Фінанси. Кредит: Навчально-методичний посібник/ за ред.. проф.. Г. Г. Кірейцева.-Житомир:ЖІТІ. 2001.-312 с.
37. Екотуризм. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Екотуризм>.
38. Історія розвитку, види та функції туризму [Електронний ресурс] Режим доступу:[http:// knowledge.allbest.ru](http://knowledge.allbest.ru)
39. Капітальні інвестиції за січень-вересень 2010 року. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://kmu.gov.ua/kontrol/uk/publish>
40. Класифікація туризму. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://elise.com.ua/content/13-klasifikatsiya-turizmu>
41. Конспект лекцій «Інноваційний менеджмент».[Електронний ресурс] Режим доступу: <http://library.if.ua/book/4/475.html>
42. Масовий та елітарний туризм [Електронний ресурс] Режим доступу: http://libfree.com/165078702_turizmmasoviy_elitarniy_turizm.html
43. Міжнародний туризм [Електронний ресурс] Режим доступу: http://ua-referat.com/Міжнародний_туризм
44. Міжнародний туризм: структура і роль у розвитку світової економічної системи Режим доступу: www.5ballov.ru
45. Міжнародний туристичний барометр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm
46. Міжнародні туристичні витрати. - Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.unwto.org>
47. Міжнародні туристичні грошові надходження. Режим доступу: <http://www.census.gov>
48. Міжнародні туристичні прибуття досягли пікового рівня. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/media/news>
49. Монографія [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://arr.chnu.edu.ua>
50. Напрями ефективного інвестування в туристичну галузь України[Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.info-works.com.ua>

51. Напрями розвитку туристичної галузі [Електронний ресурс] /–
Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2008_11
52. Напрями розвитку туристичної галузі на регіональному та місцевому рівнях [Електронний ресурс] / Ю. О. Непорожній, Р. В. Корнеєва // Економічний простір. Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/portal/>
53. Організація туристичної діяльності в Україні [Електронний ресурс]
Режим доступу: <http://library.if.ua/book/31/2006.html>
54. Основні поняття туризму. Режим доступу: <http://elise.com.ua/content>
55. Офіційний сайт Асоціації Лідерів Турбізнесу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.altu.com.ua/News/>
56. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>.
57. Оцінка можливостей участі України у міжнародному туризмі [Електронний ресурс] Режим доступу: tourlib.net/statti_ukr/artemenko.htm
58. Парадор [Електронний ресурс] Режим доступу:
<http://eprints.kname.edu.ua>
59. Перспективи розвитку туризму [Електронний ресурс] Режим доступу:
http://geci-new.geci.cn.ua/txt/konf/9_turizm.pdf
60. Поняття туристичних ресурсів [Електронний ресурс] Режим доступу:
<http://www.info-works.com.ua>
61. Потенційні ресурси і джерела інвестицій [Електронний ресурс] Режим доступу:
http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/.../id,10595/
62. Проблеми і перспективи розвитку туристичної індустрії [Електронний ресурс] Режим доступу:
www.nrcu.gov.ua/index.php?id=4&listid=5698
63. Проблеми інноваційного розвитку туристичної галузі України [Електронний ресурс] Режим доступу:
http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2010
64. Санаторно-курортні та оздоровчі заклади. Режим доступу:
<http://www.ukrstat.gov.ua>

65. Сорока С. П. Регуляторна політика держави у сфері туризму і її реалізація на регіональному рівні [Електронний ресурс] / С. П. Сорока. – Режим доступу: http://www.nbuuv.gov.ua/e-journals/eui/2010_1/10ssprrr.pdf
66. Сучасні форми та види організації туризму [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://freepapers.ru>
67. Схвалено регіональну програму розвитку туризму в Івано-Франківській області на 2011-2015 роки [Електронний ресурс] // Фіртка.if.ua. – лютий, 2011. – Режим доступу: <http://firtka.if.ua/?action=show&id=3174>
68. Тенденції розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.nbuuv.gov.ua>
69. ТОП-10 – Рейтинг ризикових інвестицій [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://mpp.co.ua/newsr/1Q2009.html>
70. Туризм – одне з важливих соціально-економічних явищ [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua>
71. Туризм та його світовий розвиток [Електронний ресурс] Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_1.htm
72. Туризм України. Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_2.htm
73. Туризм як багатогранне суспільне явище [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://test4.perspective.net.ua>
74. Туризм, як багатогранне суспільне явище: сутність, державне регулювання, види послуг [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://referat.antiarm.ru/ref-110452.shtml>
75. Туризм: Організація туристичної діяльності [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://library.if.ua/book/31/2006.html>
76. Туристична весна в Україні [Електронний ресурс] Режим доступу: http://hottur.org.ua/news_arhiv.php?id=51&lang=ua
77. Туристична Україна на міжнародних виставках [Електронний ресурс] Режим доступу: www.kiev-diplom.com/110-turistichna-ukrayina-na-mizhnarodnix-vistavkax.html

78. Туристичні потоки у 2011 році. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
79. Україна на світовому ринку туристичних послуг. Режим доступу: <http://www.info-works.com.ua>
80. Український туристичний портал. – лютий, 2011. –Режим доступу: <http://www.turkraina.info/news/>
81. Українські Карпати [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://karpaty-slav.com/karpaty.html>
82. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организаций / М.А. Жукова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 200 с.
83. ЮНВТО объявляет о проведении Первого Глобального форума по туризму в Андорре [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/media/news/ru/press>