

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Географічний факультет
Кафедра економічної та соціальної географії

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ЕКОНОМІЦІ КРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ)

Галузь знань: 10 Природничі науки

Спеціальність: 106 Географія

Освітня програма: Економічна та соціальна географія

Спеціалізація _____

Магістерська роботи
студентки II курсу
ОР Магістр
Порфір'єва Анна Петрівна

Науковий керівник
Кандидат географічних наук,
доцент кафедри економічної та соціальної географії
Глибовець Вікторія Леонідівна

Київ 2020

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	3
Розділ 1. Теоретико-методичні засади дослідження	5
1.1. Понятійно-термінологічний апарат теми	5
1.2. Чинники розвитку міжнародного туризму	7
1.3. Методи та методика дослідження впливу міжнародного туризму на економічний розвиток країни	17
1.4. Особливості розвитку міжнародного туризму в світі	22
Розділ 2. Зв'язок міжнародного туризму з економічним розвитком країни: зарубіжний досвід	29
2.1. Досвід європейських країн	29
2.2. Досвід країн сходу	31
2.3. Досвід США та Канади	32
2.4. Досвід країн Латинської та Пд. Америки	36
2.5. Досвід Австралії та Нової Зеландії	38
Розділ 3. Міжнародний туризм і економіка України	41
3.1. Міжнародний туризм як складова економіки України: сучасний стан	41
3.2. Проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні	43
3.3. Перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні	47
3.4. Промоція та брендинг України на міжнародному ринку туризм	52
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	61

ВСТУП

Актуальність цієї теми полягає в тому, що туризм дуже впливає на розвиток економіки кожної країни. Туристичний потенціал різних країн - дуже складне поняття, його складно інтерпретувати й однозначно оцінити. Цей факт багато в чому залежить від того, що основу туристичного потенціалу складають об'єкти культурної, природного та історичної спадщини кожної країни, різного походження і сутності. При цьому кілька зовнішніх чинників політичного, економічного, культурного, соціального та психологічного характеру істотно впливають на показники привабливості даної орієнтації.

Роль туризму в усьому світі неухильно зростає. Це пов'язано зі зростаючим впливом туризму на роль в житті людей, а також на економіку країн в цілому. Більшість послуг в сфері туризму продаються з найменшими втратами, туризм впливає на світову економіку - все це відмінні риси туризму.

Сьогодні туризм - це потужна світова індустрія. Через своє швидке зростання він вважається економічним явищем століття. Туризм відіграє важливу роль в ВВП, створення робочих місць та зайнятості в багатьох країнах. Туризм має великий вплив на ключові сектори економіки, такі як транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, або діє як свого роду каталізатор соціально-економічного розвитку.

Існує прямий зв'язок між тенденціями в індустрії туризму і загальними економічними, технічними та соціальними досягненнями. Підвищення рівня життя в розвинених індустріальних країнах світу призводить до збільшення тривалості відпусток і досить високому рівню пенсій, що також суттєво впливає на розвиток туризму.

Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується перевагою сфери послуг як в структурі внутрішнього виробництва більшості країн світу, так і в системі міжнародних економічних відносин. Сьогодні міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і цікавить провідних світових експертів. Як правило, міжнародна торгівля послугами

вважається невіддільною від міжнародної торгівлі товарами, а міжнародна торгівля розуміється як обмін товарами і послугами. Таким чином, розвиток світового ринку послуг йде швидкими темпами. Він розглядається як закінчена система з багатьма тісно пов'язаними компонентами. Розглядаючи категорію міжнародного туризму, можна сказати, що це одна з форм зовнішньоекономічних зв'язків.

Об'єктом дослідження є міжнародний туризм як сектор економіки країн світу. Предмет дослідження - територіальні відмінності впливу міжнародного туризму на економіку країн світу. Метою дослідження є економіко географічна оцінка впливу міжнародного туризму на економіку країн світу.

Для досягнення поставленої мети потрібно було вирішити наступні завдання:

- провести загальний аналіз сучасного стану і економічного значення міжнародного туризму;
- узагальнити і систематизувати нові методики оцінки впливу міжнародного туризму на національну економіку;
- систематизувати фактори, що впливають на розвиток міжнародного туризму;
- виявити і оцінити вплив міжнародного туризму на головні соціально-економічні макроекономічні показники на світовому і національному рівнях;
- дослідити сучасний стан туризму в Україні, виявити проблеми та перспективи розвитку.

Для вирішення поставлених завдань були використані наступні методи дослідження: історико-географічний, картографічний, математично-статистичний, порівняльно-аналітичний, методи угруповання і класифікації.

Робота складається з трьох розділів, змісту, вступу, висновків, списку використаної літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1. Теоретико-методичні засади дослідження

1.1. Понятійно-термінологічний апарат теми

Поняття «туризм» почало формуватися з масовим переміщенням значної кількості людей для повноцінного відпочинку. Відтепер ми можемо говорити про туризм як про соціальне явище, пов'язаному з тимчасовою добровільною зміною місця, навколишнього середовища і ритму життя, а також безпосереднім контактом з навколишнім середовищем (природного, культурного або соціального). Це соціальне явище настільки різноманітне, що дати точне і повне визначення практично неможливо.

У сучасному світі туризм - це багатогранне явище, що тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Однак жодна з них не може повністю і вичерпно схарактеризувати його як об'єкт власних досліджень і жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самостійно розв'язати комплекс його проблем.

Індустрія туризму функціонує як міжгалузевий комплекс завдяки зв'язкам, встановленим практично з усіма урядовими відомствами і службами. Зокрема, існують зв'язки з такими структурами, як юридична (що охоплює законодавчу і нормативну базу, митні і консульські служби), фінансова і економічна (податкова і страхова системи, фінансові відносини), кадрова (підготовка для туризму, дослідження тощо). Державна підтримка служить стимулювання потреби населення в туристичних послугах. Проявом ефективності державної туристичної політики є прибутковість туристичної галузі та її внесок в національну економіку.

Існує багато поглядів на туризм як на галузь господарства, так і на міжгалузевий комплекс або ринок, де туристичне підприємство з продукції різних галузей формує туристичний продукт [4].

Значення туризму в світі постійно зростає, що пов'язано з посиленням впливу туризму на економіку даної країни. В економіці країни міжнародний

туризм відіграє ряд важливих ролей. Міжнародний туризм є джерелом надходжень в іноземній валюті для країни і засобом створення робочих місць.

Розвиток міжнародного туризму веде до розвитку економічної інфраструктури країни і мирних процесів. Таким чином, міжнародний туризм варто розглядати у відповідності з економічними відносинами кожної країни. Найбільший розвиток міжнародний туризм отримав в західноєвропейських країнах. На частку цього регіону доводиться понад 70% світового туристичного ринку і близько 60% валютних надходжень. Приблизно 20% доводиться на Америку, менш 10% - на Азію, Африку і Австралію.

Індустрія туризму - це сукупність виробничих, транспортних і торгових компаній, які виробляють і продають туристичні послуги і товари для туристичного попиту.

З початком масового розвитку організованого туризму і переходом на нову базу, засновану на розвиненій індустрії туризму та сучасних транспортних засобах, спосіб організації міжнародного туризму змінився. По-перше, кількість роздрібних компаній, що надають туристичні послуги туристичним агентствам, значно зросла, і їм часто не вистачає правової та економічної незалежності. По-друге, модифікувався вид діяльності туристичних оптових фірм, які перевтілилися в туроператорів, що пропонують весь спектр послуг в варіанті інклюзив - турів. По-третє, виникли великі корпорації, створені на капіталі транспортних, торгових, страхових фірм і банків, виконуючих операції з надання туристичних послуг клієнтам.

В широкому розумінні туризм можна пояснити, як будь-яку зміну маршруту вашого переміщення у просторі, що виходить за межі щоденних звичних справ. Так, щоденні поїздки з дому на роботу і з роботи додому, до туризму не відносять, а часті виїзди на природу чи в ліс - вже 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 сенсі під туристичними маршрутами розуміються всі спеціально організовані маршрути пересування громадян, що здійснюються за їх рахунок (або за рахунок надіслали організацій), за винятком переміщень, пов'язаних з виконанням професійних обов'язків. У дійсності організацією туризму, у вузькому сенсі слова, займаються спеціальні організації (туристичні агентства, офіси, агентства та ін.), які зазвичай називають 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 [18].

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 [19].

1.2. Чинники розвитку міжнародного туризму

Оскільки туризм - це складна соціально-економічна система, він схильний до впливу безлічі факторів, роль яких у будь-який момент може бути різною як за силою, так і за тривалістю впливу на розвиток туризму. Тому їх облік об'єктивно необхідний для організації ефективної туристичної діяльності. На рис. 1.2.1. зображено чинники привабливості рекреаційно-туристичних ресурсів.

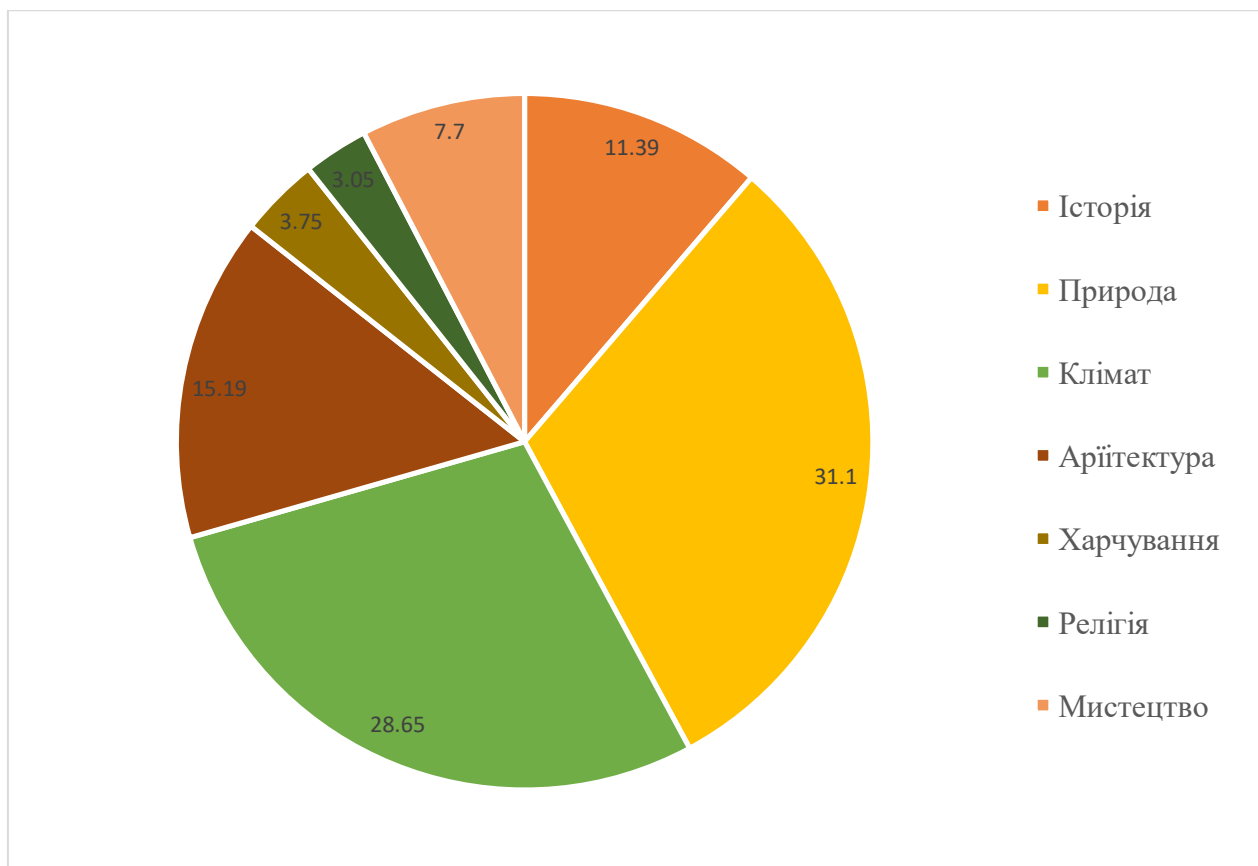


Рис. 1.2.1. Чинники привабливості рекреаційно-туристичних ресурсів, %.

На розвиток індустрії туризму впливає велика кількість чинників: постійних та мінливих. Основні чинники, що впливають на розвиток туризму, можна розподілити на дві групи: статичні і динамічні.

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 поділяються на:

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

Зовнішні фактори впливають на туризм через зміни, які відбуваються в житті суспільства і мають різні наслідки для різних елементів туристичної системи, 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, природно-географічні, культурно-історичні.

До природно-кліматичних факторів належать природні рекреаційні ресурси, тобто ресурси, що забезпечують відпочинок, 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.

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

- 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.

Культурно-історичні чинники, що лежать в основі туристичних ресурсів, мають вирішальне значення при виборі туристами того чи іншого регіону для відвідування. В цілому природно-географічні та культурно-історичні чинники створюють передумови для розвитку туризму і мають неминущу і незмінну цінність. Людина може тільки адаптувати їх під свої потреби і зробити більш доступними для туристичного використання.

Вплив економічних чинників на туризм в основному пов'язано з тим, що спостерігається тісний взаємозв'язок між тенденціями розвитку туризму і

економікою. Існує пряма залежність між економічним розвитком країни, розміром національного доходу і матеріальним добробутом її громадян. В результаті країни з розвинутою економікою, як правило, лідирують на світовому ринку за кількістю туристичних поїздок для своїх громадян.

Рівень і якість життя населення безпосередньо визначають туристичну активність населення країни. Найважливішими передумовами збільшення обсягу, активності і інтенсивності туристської діяльності є зростання реальних доходів населення і збільшення вільного часу. У міру підвищення рівня матеріального благополуччя збільшується попит на товари і послуги в туризмі. У розвинених країнах зростання суспільного багатства супроводжується скороченням частки витрат на харчування і предмети розкоші в структурі загальних споживчих витрат громадян. Одночасно зростає частка витрат на туризм і організацію вільного часу. Туристична активність знаходиться в прямій залежності від рівня особистого споживання в країнах постійного місця проживання мандрівника.

Не тільки доходи населення, а й рівень розвитку матеріально-технічної бази та туристичної інфраструктури залежать від економічного становища держави. До економічних факторів також відносяться інфляція, процентні ставки і коливання реальних обмінних курсів. Таким чином, зміни обмінних курсів істотно впливають на обсяг туристичних потоків між країнами з сильною і слабкою валютою. Помічено, що зростання відносної собівартості поїздки на 5% приводить до зменшення попиту на туристський продукт до 10%.

Глобалізація є одним з найважливіших факторів, що діють в міжнародному туризмі. Вона знаходить вияв у різних формах: просторовому розширенні світового туристського ринку шляхом освоєння нових туристських районів, прискореному розвитку міжконтинентальних туристичних обмінів, транснаціоналізації в туристському і готельному господарстві, збільшення числа поглинань і об'єднань туристичних підприємств, укладення угод про міжнародне співробітництво в сфері туризму в різних формах, поширенні

глобальних комп'ютерних систем бронювання туристичних продуктів, впровадженні єдиних міжнародних стандартів обслуговування туристів.

Серед соціальних чинників розвитку туризму, в першу чергу, збільшення тривалості вільного часу населення (скорочення робочого часу, збільшення тривалості щорічних відпусток), що поєднується зі збільшенням тривалості вільного часу. вільно. вільно. Рівень життя населення означає приплив потенційних нових туристів.

Збільшення тривалості вільного часу об'єктивно пов'язано із сучасною науково-технічною революцією, в умовах якої зростає значення розумової праці і зростає виробнича і побутова напруженість. Все це призводить до фізичного і психологічного стомлення людей, що вимагає додаткових заходів по відновленню працездатності. Туризм сприяє досягненню цієї мети.

Підвищення рівня освіти, культури та естетичних потреб населення також є одним з соціальних чинників розвитку туризму. Дослідження показують, що існує прямий зв'язок між рівнем освіти і готовністю подорожувати. Це пов'язано з тим, що люди з більш високим рівнем культури і освіти можуть більш раціонально розподіляти вільний час, використовувати його для знайомства з навколишнім середовищем через туризм, пізнання історії, побуту, побуту, фольклору та мистецтва інших країн і народів.

На розвиток туризму постійно впливають демографічні чинники, пов'язані з чисельністю населення, розподілом в різних країнах і регіонах, статеві-віковою структурою (розподіл населення працездатного віку, студентів та людей пенсійного віку), сімейний стан і склад сім'ї. Таким чином, зростання населення в світі в цілому і в деяких регіонах має прямий вплив на збільшення кількості туристів. Статистика показує, що потоки туристів з країн з більш високою щільністю населення більш інтенсивні, ніж з країн з більш низькою щільністю населення. Крім того, існує досить чітка тенденція туристичної мобільності в залежності від віку, статі і сімейного стану.

Політично-правові чинники істотно впливають на розвиток туризму: політична ситуація в світі і в кожній країні; політика відкритих кордонів;

ослаблення адміністративного контролю в сфері туризму; уніфікація фіскальної і грошово-кредитної політики. Туристична активність сильно залежить від політичної ситуації. Стабільна політична ситуація сприяє розвитку туризму і, навпаки, напружена ситуація призводить до низьких або навіть більш низьких темпів зростання. Деякі збройні конфлікти збігаються з економічними кризами. Перетинаючись, вони взаємно підсилюють свій негативний вплив на туризм.

Науково-технічні чинники пов'язані з технічним і технологічним прогресом, істотно впливають на розвиток туризму, відкривають можливості для виробництва нових видів послуг, їх маркетингу і поліпшення обслуговування клієнтів. Науково-технологічний розвиток сприяє вдосконаленню засобів масового виробництва туристичних послуг (готелі, транспорт, туристичні агентства). Таким чином, корінна технічна реконструкція транспорту дозволила створити комфортні умови для перевезення великої кількості мандрівників. Зручні, швидкі і відносно доступні транспортні засоби (насамперед авіація) для перевезення туристів на великі відстані в чому сприяли розвитку туризму [21].

Особливо слід відзначити впровадження інформаційних технологій в туризмі, без яких організація масових туристичних поїздок в даний час неможлива. Інформаційні технології дозволяють інтегрувати виробництво і поширення туристичних продуктів. Інтернет в туризмі не тільки надає інформацію і обмінюється нею, а й створює нову систему продажів, яка безпосередньо пов'язує кінцевих користувачів з постачальниками туристичних послуг і тепер є реальним конкурентом традиційних каналів поширення туристичних продуктів.

Науково-технічний прогрес не тільки відкриває великі можливості, але і представляє серйозну загрозу для туроператорів. Інновація загрожує заміною застарілих технологій і методів роботи з найсерйознішими наслідками, якщо технологічні фактори не будуть належним чином взяті до уваги.

Технологічний прогрес в засобах зв'язку, на транспорті та інших секторах економіки впливає на розвиток туризму, допомагає розширити процес пересування людей на далекі відстані і сприяє появі нових місць туристичного

призначення в найвіддаленіших і важкодоступних регіонах світу. Удосконалення засобів інформаційного забезпечення і комп'ютерного оформлення турів спрощує організацію поїздок і задоволення запитів подорожуючих осіб. Сучасні комп'ютерні системи бронювання забезпечують організаційну основу для розподілу інтегрованого туристського продукту.

Екологічні фактори мають прямий вплив на туризм, оскільки навколишнє середовище є основою і потенціалом туристичної діяльності. Непропорційний розвиток туризму може підірвати саму основу його існування: туризм споживає природні ресурси; в центрах масового туризму цей процес стає деструктивним (зміна природних умов, погіршення умов життя людей, рослинного і тваринного світу та ін.). Знищення природного середовища призводить до зниження пропозиції туризму (проблема туристичної монокультури) [6].

Райони з радіоактивним, хімічним і іншим забрудненням є обмежуючим фактором для розвитку туризму. У Білорусі, наприклад, після аварії на Чорнобильській АЕС в 1986 році склалася принципово нова екологічна ситуація, при якій значна частина туристично-рекреаційних ресурсів Республіки Білорусь найближчим часом навряд чи буде використовуватися в господарських цілях, або для туризму та відпочинку населення.

Взаємозв'язок між туризмом і навколишнім середовищем можна коротко описати таким чином:

- необхідною умовою існування і розвитку туризму є природне середовище (приблизний перелік проблем: якість середовища проживання людини; природні чинники туристського походження і їх вплив на туристичну пропозицію);
- туризм має негативний вплив на навколишнє середовище (забруднення води та повітря та ін.);
- але в свою чергу туризм звичайно має також позитивний вплив на навколишнє середовище (охорона і збереження пам'яток природи та культури; раціональне використання природних ресурсів; формування екологічної свідомості туристів і виробників туристичних послуг та ін.).

Внутрішні чинники, що впливають на туризм, є ключовими явищами і тенденціями, безпосередньо спостерігаються в його сфері. В першу чергу, це матеріально-технічні фактори, пов'язані з розвитком житлового будівництва, транспорту, громадського харчування, побутового обслуговування, відпочинку, роздрібною торгівлі та ін. Крім того, необхідно відзначити наступні фактори, які безпосередньо пов'язані з попитом і пропозицією туристичних послуг:

- підвищення обізнаності споживачів і зміна переваги споживачів, що призведе до переходу від стандартизованого масового туризму до диференційованого туризму з більш гнучкими і різноманітними формами обслуговування;
- зростаюча роль координації туристичної діяльності та монопольних процесів (партнерство великих компаній з середніми і малими компаніями, створення туристських спілок на основі вертикальної інтеграції; концентрація і глобалізація туризму та ін.);
- забезпечення туристичного сектору кваліфікованими кадрами (збільшити кількість співробітників; підвищити важливість їх професійної підготовки; поліпшити організацію праці і т. д.);
- сприяння розвитку приватного туризму (створення умов, що гарантують ефективне виконання туристичних послуг на основі професійного маркетингу, що, в свою чергу, вимагає навчання персоналу)
- підвищити важливість ЗМІ в рекламі і просуванні туристичних послуг.

Сезонність займає особливе місце серед факторів, що впливають на розвиток туризму, що є найважливішою специфічною проблемою. Сезонність - це властивість туристичних потоків, зосереджених в певних місцях на короткий період часу. З економічної точки зору це повторювані коливання попиту з чергуванням піків і спадів. У країнах Північної півкулі з помірним кліматом основні сезони «високі» - літо (липень-серпень) і зима (січень-березень). Крім того, виділяють міжсезоння (квітень-червень, вересень) і «мертвий сезон» (жовтень-грудень), протягом якого туристичний потік зменшується, а попит знижується до мінімуму.

Особливості сезонності туристичного попиту полягає в наступному:

- сезонність значно варіюється в залежності від типу туризму. Таким чином, освітній туризм характеризується меншими сезонними коливаннями, ніж рекреаційний туризм. Менша сезонна різниця попиту характерна також для медичного і ділового туризму;
- різні туристичні регіони демонструють специфічні форми сезонної нерівності попиту. Таким чином, можна говорити про особливості туристичного попиту в даному місці, регіоні або країні в глобальному масштабі. Так, за статистикою, в Європі на два літніх місяці доводиться до половини всіх туристичних поїздок. У країнах, де річні коливання температури та інших кліматичних елементів незначні, сезонність туризму менш виражена (наприклад, в Марокко туристичний сезон триває цілий рік);
- сезонність туризму в основному визначається факторами кліматичного, соціального і психологічного характеру.

Кліматичні фактори пов'язані з тим, що в більшості країн світу погодні умови для подорожей, відпочинку, лікування і занять спортом змінюються від місяця до місяця.

Соціальні чинники виникають через те, що більшість шкільних канікул припадає на літні місяці. Тому батьки намагаються спланувати свою відпустку саме на цей час і відпочивати разом з дітьми. Високий попит на туристичні поїздки влітку також пов'язаний з поширеною в європейських країнах практикою закриття підприємств з липня по серпень (місяці з найнижчою продуктивністю праці) для профілактичного обслуговування.

На сезонність попиту також впливають психологічні чинники (традиції, наслідування, мода). Злети і падіння в туристичній діяльності багато в чому пов'язані з консерватизмом більшості туристів - багаторічної вірою в те, що літо - найкращий час для відпочинку.

Сезонні коливання туристичного попиту негативно позначаються на економіці країни. Вони призводять до вимушеного відключення

матеріально-технічної бази і створюють соціальні проблеми. Той факт, що більшість туристичних агентств і їх співробітники працюють лише кілька місяців на рік, є причиною збільшення частки номінальних постійних витрат у вартості туристичних послуг. Це обмежує можливості гнучкої цінової політики, ускладнює діяльність туристичних компаній на ринку і знижує їх конкурентоспроможність. У Додатку А. схематично зображений вплив факторів на розвиток туризму.

Розвиток міжнародного туризму базується на наступних факторах:

- Економічне зростання і соціальний прогрес привели до збільшення не тільки ділових поїздок, але і поїздок з метою навчання;
- поліпшення всіх видів транспорту зробило поїздки дешевше і зробило їх доступними для багатьох верств населення;
- збільшення кількості співробітників в економічно розвинених країнах і підвищення їх матеріального і культурного рівня посилили їх прагнення до духовних і пізнавальних цінностей;
- інтенсифікація роботи і отримання працівниками більш тривалих відпусток допускають необхідність більш значного відпочинку;
- розвиток міждержавних відносин і культурних обмінів між країнами привело до розширення міжособистісних зв'язків як між регіонами, так і всередині них;
- розвиток сфери послуг стимулювало технічний прогрес в області телекомунікацій, підвищило інтерес до відвідування різних країн і регіонів;
- ослаблення обмежень на експорт валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей також стимулюють розвиток туризму.

Узагальнюючи вищесказане, можна відзначити, що позитивний розвиток міжнародного туризму підтримується наступними факторами: економічне зростання і соціальний прогрес привели до збільшення кількості ділових і освітніх поїздок; удосконалення всіх типів транспортних засобів здешевило

поїздки; збільшення кількості робочих і службовців в розвинених країнах і підвищення їх матеріального і культурного рівня; інтенсифікація роботи і збільшення кількості вихідних днів для працівників, розвиток міждержавних відносин і культурний обмін між країнами привели до розширення міжособистісних зв'язків між регіонами; розвиток сфери послуг стимулювало розвиток транспортного сектора і технічний прогрес в області телекомунікацій; ослаблення обмежень на експорт валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей [8].

1.3. Методи та методика дослідження впливу міжнародного туризму на економічний розвиток країни

Економічний простір соціально-культурної сфери і туризму охоплює більшу частину світової економіки. Багато розвинених країн вважають туризм і сферу послуг пріоритетним напрямком свого економічного розвитку, оскільки дана галузь дуже приваблива в інвестиційному плані. Далі вона сприяє розвитку інфраструктури регіону або країни, притоку валютних коштів. Приклад цільових програм з розвитку туризму в світі показує прямий ефект від їх реалізації: а саме будівництво готелів, ресторанів, гірськолижних комплексів, доріг і т.д. Але сама реалізація даних програм вимагає вкладень в інші галузі народного господарства: будівництво, обробна промисловість. Мультиплікативний ефект від реалізації даних програм передбачає залучення в цей вид різних суб'єктів підприємництва (рекламні агентства, підприємства торгівлі, громадського харчування, розважальні установи, транспортні фірми), що забезпечує приплив грошей в місцеві, регіональні і федеральні бюджети.

Основою для оцінки економічної вартості туризму є розрахунки за операціями в сфері туристичної діяльності та їх фінансування. Такий облік ускладнюється тим фактом, що операції не можуть бути врахованими безпосередньо в статистиці, так як вони вимагають відділення коштів, пов'язаних

з туризмом, від загального обороту коштів підприємств за окремими секторами економіки.

Існують два базові підходи до обліку фінансових потоків в туризмі через:

- визначення витрат туристів на їх подорожі (метод попиту);
- визначення доходів підприємств, обумовлених розвитком туризму (метод пропозиції).

Оцінка економічного значення туризму на основі туристських витрат (метод попиту). Інформацію про витрати на подорож можна отримати, як правило, тільки у самих туристів шляхом опитування. При цьому опитують не всіх туристів, а лише їх представницьку частину (репрезентативна група). На основі їх відповідей обчислюються загальні витрати туристів на подорож. Іншим варіантом може бути ведення щоденника витрат туристами репрезентативною групою під час їх подорожі.

Проблема полягає в тому, що люди здатні утримувати в пам'яті відомості обмежений час, тому в залежності від обраного опитувально-технічного підходу виходять різні результати. Проблема ускладнюється ще й тим, що під час подорожі туристи використовують різні платіжні засоби. При оплаті товарів і послуг готівкою, дорожніми чеками або кредитними картами при великій кількості виконаних трансакцій людям дуже складно отримати уявлення про власні витрати. Часто туристи взагалі бажають абстрагуватися від фінансових проблем.

Оцінка економічного значення туризму виходячи з доходів підприємств туристського обслуговування (метод пропозиції). Існуючі методики визначення доходів від туризму, так само як і туристських витрат, не дають надійної оцінки економічного вкладу туризму. Власники готелів, власники ресторанів або продавці підприємств роздрібною торгівлі з точністю до відсотка не можуть підрахувати, яка частка товарообігу їх закладів припадає на обслуговування туристів, особливо в нетуристичних населених пунктах і районах.

Для того щоб підвищити достовірність інформації, що збирається і при цьому забезпечити економію коштів на дорогих опитуваннях, ведуться пошуки

нових методів обліку доходів від туризму. Багато з існуючих методик обліку в туризмі прив'язані до діючих національних систем рахівництва, не є універсальними і використовуються лише в тих країнах, де вони були розроблені. Нижче подано короткий критичний огляд нових методик оцінки економічного значення туризму, які отримали поширення за кордоном.

Модель сезонної різниці (seasonal difference model). Протягом року враховуються доходи туристських підприємств (готелів, ресторанів та ін.) в будь-якому населеному пункті або регіоні. потім визначається місяць з найменшими доходами. Доходи в цьому місяці приймаються за середні доходи від продажів місцевим жителям. Різниця між їх величиною і доходами в інші місяці, відповідно до цього підходу, відповідає доходами від туризму.

Цей метод має певні недоліки. По-перше, припущення про те, що в місяці з найменшими доходами у туристських підприємств немає прибутку від продажів туристам, занадто спрощує дійсність. Навіть тоді, коли бізнес має яскраво виражений сезонний характер, падіння попиту в не туристичний сезон ще не означає відсутність туристів (екскурсантів). Запропоноване припущення призводить до заниження величини доходів від туризму.

Модель оцінки економічного значення туризму на основі залишків доходів (residual receipts model). В даному випадку мається на увазі, що доходи підприємств сфери обслуговування (готелів, ресторанів, магазинів) в населеному пункті більше витрат місцевого населення на покупку їх товарів і послуг. Ця різниця прирівнюється до доходів від обслуговування туристів. Щоб підрахувати дохід від туризму, потрібно помножити загальну суму доходів на відсоток, який відповідає частці витрат місцевих жителів на товари і послуги, і відняти доходи підприємств сфери обслуговування.

Методика експертної оцінки економічного значення туризму виходячи з пропозиції туристичних продуктів (supply-side judgmental model) дозволяє визначити внесок туризму, пов'язаного з багатьма секторами господарства, в окремо взяту галузь економіки або економіку регіону в цілому і вписати цей внесок в систему народно-господарського балансу. Методика передбачає

виконання ряду покрокових операцій. Спочатку окреслюється коло підприємств, які відповідають туристський попит. Потім підраховується частка, яку становить дохід цих підприємств у валовому внутрішньому продукті. Нарешті, за допомогою експертної оцінки визначається частка, яку доходи підприємства від обслуговування туристів складають в сукупному його доході.

Методика оцінки економічного значення туризму за допомогою норми витрат (*expenditure ratio model*) дозволяє на основі статистичних даних про витрати туристів на розміщення підрахувати загальні туристичні витрати в регіоні. В першу чергу, враховуються доходи підприємств, що надають послуги з розміщення. Наприклад, в більшості штатів США ці дані можна отримати, надіславши запит фінансові управління, які ведуть відповідну статистику, потім за допомогою опитування репрезентативної групи туристів з'ясується, які сумарні витрати були зроблені туристами за час їх перебування в туристичному центрі. З використанням цих даних розраховується співвідношення (коефіцієнт) витрат на розміщення і загальної суми витрат гостей. На заключному етапі доходи від засобів розміщення множаться на отриманий коефіцієнт для того, щоб оцінити загальні доходи від туризму в регіоні.

Метод визначення економічного значення туризму за допомогою норми витрат має недоліки. Один з них полягає в тому, що при множенні неточних вихідних величин похибка в підсумкових значеннях (сумарних доходах від туризму) зростає багаторазово. Крім того, цей метод не дозволяє визначити повні доходи сектора розміщення, оскільки обліку підлягають в повному обсязі кошти розміщення, наприклад, виключаються кошти індивідуального розміщення у друзів і родичів.

Методика платіжного балансу. Туристична індустрія, яка частково або повністю орієнтована на прийом іноземних туристів, відноситься до експортної галузі. Йдеться про особливу форму експорту, коли сам споживач переміщується в туристичний центр, до виробника туристичних продуктів, де і купує їх. Тому міжнародний (в'їзний) туризм, пов'язаний з припливом іноземної валюти в приймаючу туристів країну, часто називають невидимим експортом.

Самі по собі валютні надходження від міжнародного туризму нічого не говорять про те, як впливає міжнародний туризм на загальний платіжний баланс країни. Для цього доходи повинні бути співставлені з витратами за статтею «Туризм». Якщо ця різниця (сальдо) позитивна, міжнародний туризм активізує платіжний баланс країни. В іншому випадку міжнародний туризм робить його більш пасивним.

Внесок туризму в економіку країни, території, району посилюється завдяки феномену мультиплікатора. Мультиплікатор туризму - це відношення змін одного з ключових економічних показників, наприклад обсягів виробництва, зайнятості, доходу до зміни витрат туристів.

В першу чергу витрати йдуть на туристські підприємства, які обслуговують туристів. Потім ці гроші витрачають туристські фірми. Гроші туристів починають працювати на економіку району, регіону, країни тоді, коли туристська фірма купує місцеві товари і послуги. Місцеві працівники торгівлі, отримавши гроші, виплачують з них заробітну плату своїм працівникам, які в свою чергу витрачають їх на покупку товарів і оплату послуг і так далі - циркуляція повторюється. У кожному циклі витрачання деяка частина грошей осідає у місцевих жителів у вигляді доходів, насамперед заробітної плати. Певна частина цих грошей накопичується і припиняє свій оборот в економіці. Частина доходів, яка не накопичується, а витрачається на імпорт і не йде у вигляді податків в бюджет держави, також вибуває з економічного обороту. Таким чином, доходи скорочуються і в кожному циклі відбувається відтік капіталу з системи.

Крім того, на величину мультиплікатора впливає рівень розвитку економіки. Чим вище ступінь диверсифікації економіки і більше виробляється товарів по конкурентноздатним цінами, тим більше величина мультиплікатора. Деякі країни, що розвиваються, які, не маючи відповідної економічної бази, зробили ставку на туризм, як на перший погляд найбільш доступне джерело отримання доходів і валюти, змушені були «засмутитися», оскільки імпорт, необхідний для туризму, поглинув всі доходи.

Фахівці виділяють кілька підвидів мультиплікатора туризму: мультиплікатор продажів, мультиплікатор виробництва, мультиплікатор доходу, мультиплікатор зайнятості і мультиплікатор інвестицій.

Мультиплікатор продажу вимірює додаткові обороти бізнесу в результаті збільшення витрат туристів.

Мультиплікатор виробництва вимірює обсяг додаткового виробництва в економіці за рахунок збільшення витрат туристів.

Принципова відмінність між цими двома видами полягає в тому, що в мультиплікаторі виробництва не всі операції купівлі-продажу пов'язані з поточним виробництвом. Наприклад, деякі продажі відбуваються з складських запасів. В результаті збільшення витрат туристів в економіці утворюються додаткові доходи (заробітна плата, орендна плата, відсоток від позичок і прибутку), які вимірюються за допомогою мультиплікатора доходів.

Мультиплікатор зайнятості характеризує кількість робочих місць, створених за рахунок додаткових витрат туристів.

Мультиплікатор інвестицій визначається як вплив капіталовкладень на сумарний дохід. Збільшення інвестицій в галузь туризму вплине на всю економіку країни, так як послідовно зачіпаються багато галузей народного господарства країни.

Існуючі моделі розрахунків мультиплікатора міжнародного туризму мають недоліки: по-перше, відсутність надійної та достовірної бази даних для розрахунку мультиплікаторів; по-друге, багато видів мультиплікатора по своїй природі статичні і негнучкі, а також не враховують тривалість мультиплікативного впливу на економіку [15].

1.4. Особливості розвитку міжнародного туризму в світі

Тенденції розвитку міжнародного туризму залежать від впливу зовнішніх і внутрішніх факторів по відношенню до кожної конкретної країни, від сформованої на ринку послуг кон'юнктури попиту і, звичайно, від бажання

людей здійснювати подорожі і отримувати позитивні враження від різноманітних поїздок. Як зовнішні, так і внутрішні чинники можуть надавати і позитивне, і негативний вплив на розвиток туризму, на кількісне зміна туристського потоку, на особливості інвестиційної діяльності в області туризму і на прибутковість галузі по порівняно з іншими напрямками діяльності країн [9].

Сучасні фактори розвитку міжнародного туризму включають політичне (мирне) співіснування населення на більшій частині планети, підтримку державних органів в більшості країн, що розвивають міжнародний туризм, зростання соціального благополуччя і скорочення робочого часу, розвиток транспорту і підвищення рівня суспільної свідомості. Демографічні фактори представлені збільшенням тривалості життя, наприклад підвищенням рівня урбанізації. зростання міського населення. В даний час міжнародний туризм в постіндустріальному суспільстві фактично стає основою глобального способу життя. В таблиці 1.4.1. можна розглянути чинники привабливості туризму на прикладі країн.

Найбільш популярні країни регіону	Фактори 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.

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів. 6. Розвинута інфраструктура туризму. 7. Високий рівень обслуговування. 8. Комфортний клімат. 9. Велика тривалість туристичного сезону.
Азіатський регіон (Об'єднані Арабські Емірати тощо)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Високий рівень сервісу. 2. Мінімальні податки. 3. Екзотична природа і культура. 4. Політична стабільність.

Таблиця 1.4.1. Класифікація факторів привабливості для туристів на прикладі країн

Покладаючись на дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених сформульовані основні групи класифікаційних факторів, що впливають на розвиток міжнародного туризму, а саме:

- соціально-економічні фактори;
- фактори географічного положення;
- природні та рекреаційні фактори;
- історичні та культурні фактори;
- фактори здоров'я;
- політичні фактори;
- екологічні фактори.

Є й інші класифікації, такі як економічні, демографічні та інфраструктурні чинники. Безсумнівно, процес вивчення впливу факторів на розвиток міжнародного туризму, зміна динаміки туризму і прибутковості туристичної індустрії має велике значення для всіх країн, пов'язаних з туризмом [1].

В таблиці 1.4.2. представлена класифікація факторів розвитку міжнародного туризму.

№	Фактори, що мають позитивний вплив на розвиток туризму	Фактори, що мають негативний вплив на розвиток туризму
1	<ul style="list-style-type: none"> – Вигідне для розвитку туризму географічне положення країни. – Наявність морських чи океанічних пляжів. – Наявність національних парків. 	<ul style="list-style-type: none"> – Віддаленість від транспортних маршрутів. – Відсутність водойм, морських чи океанічних пляжів.
2	<ul style="list-style-type: none"> – Комфортні кліматичні умови, температурний режим. 	<ul style="list-style-type: none"> – Суворий клімат, мала кількість сонячних, теплих днів.
3	<ul style="list-style-type: none"> – Багатий природно-ресурсний потенціал. 	<ul style="list-style-type: none"> – Наявність одноманітних ландшафтів, відсутність різноманітних видів флори і фауни
4	<ul style="list-style-type: none"> – Наявність об'єктів культурно-історичних пам'яток. – Розвинена екскурсійна мережа маршрутів по території країни. 	<ul style="list-style-type: none"> – Відсутність об'єктів культурно-історичної спадщини. – Погано розвинена мережа екскурсійних маршрутів
5	<ul style="list-style-type: none"> – Наявність об'єктів розміщення різного рівня комфортності. – Велика різноманітність об'єктів курортного відпочинку. 	<ul style="list-style-type: none"> – Наявність готелів топ-класу тільки у великих містах. – Нестача засобів розміщення. – Відсутність або недостатній розвиток об'єктів курортного відпочинку.

	<ul style="list-style-type: none"> – Наявність готелів міжнародних мереж. 	
6	<ul style="list-style-type: none"> – Високий рівень безпеки туристів. – Політична стабільність країни. – Низький рівень терористичної загрози в країні. 	<ul style="list-style-type: none"> – Недостатній рівень безпеки. – Політична нестабільність. – Високий рівень загрози тероризму.
7	<ul style="list-style-type: none"> – Соціальні гарантії. – Високий рівень медичного обслуговування та сервісу загалом. 	<ul style="list-style-type: none"> – Низький рівень благополуччя населення. – Слабкий розвиток соціальних гарантій. – Низький розвиток сервісу медичного обслуговування.
8	<ul style="list-style-type: none"> – Високий технологічний рівень розвитку країни. – Розвиток мобільної мережі, інтернету. – Комфортні умови проживання та відпочинку. 	<ul style="list-style-type: none"> – Низький рівень технологічного розвитку. – Відсутність комфортних умов проживання. – Відсутність розвиненої системи мережі інтернет.
9	<ul style="list-style-type: none"> – Підвищення рівня платоспроможності населення. – Економічна стабільність, відсутність кризи. 	<ul style="list-style-type: none"> – Зниження рівня платоспроможності населення країни. – Низький рівень економічної стабільності, зростаюча фаза кризових явищ.

Таблиця 1.4.2. Класифікація факторів розвитку міжнародного туризму

Узагальнюючи вищесказане, можна зробити висновок, що розвиток міжнародного туризму визначається дією багатьох факторів. Також варто звернути увагу на такі фактори, як:

- збільшення доходів населення, що призводить до збільшення витрат на туризм;
- прогресуюча урбанізація і погіршення якості навколишнього середовища, що сприяє збільшенню попиту на туристичні послуги;
- збільшення кількості вільного часу, що сприяє розвитку туризму;
- розробка транспортних засобів, які підвищують доступність туристичних ресурсів в інших віддалених країнах і регіонах;
- швидкий розвиток і вдосконалення медіа та інформаційних технологій, що дозволяє розвивати рекламу та оперативно обслуговувати мільйони туристів.

Більшість країн світу задіяні в розвитку туристичних напрямів, туристичної інфраструктури, будівництві сучасних готелів, розвитку готельної мережі і, перш за все, з точки зору кількісних характеристик туристичного потоку і розміру доходу від туристичної діяльності займають певні позиції в рейтингу, які не є постійними, а постійно змінюються, що підтверджують дані Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) - найбільшої міжурядовою організацією, що є спеціалізованою установою ООН, яка нараховує в своєму складі 158 країн.

Сьогоднішні реалії такі, що туризм став одним з найпотужніших каталізаторів мобільності в сучасному суспільстві. Про це свідчать статистичні дані Всесвітньої туристичної організації. Так, якщо в 1950 році кількість міжнародних туристичних потоків по всіх країнах світу налічувалося на рівні 25 млн. чоловік, до 2011 року число туристів у всьому світі досягло 983 млн. чоловік, вже до 2019 року число міжнародних туристських потоків склало 1,4 млрд. поїздок. За прогнозами Всесвітньої туристської організації до 2030 року статистика перетне позначку в 1,8 млрд. поїздок. Динаміка та загальна чисельність потоків від міжнародного туризму показана на рис. 1.4.1.

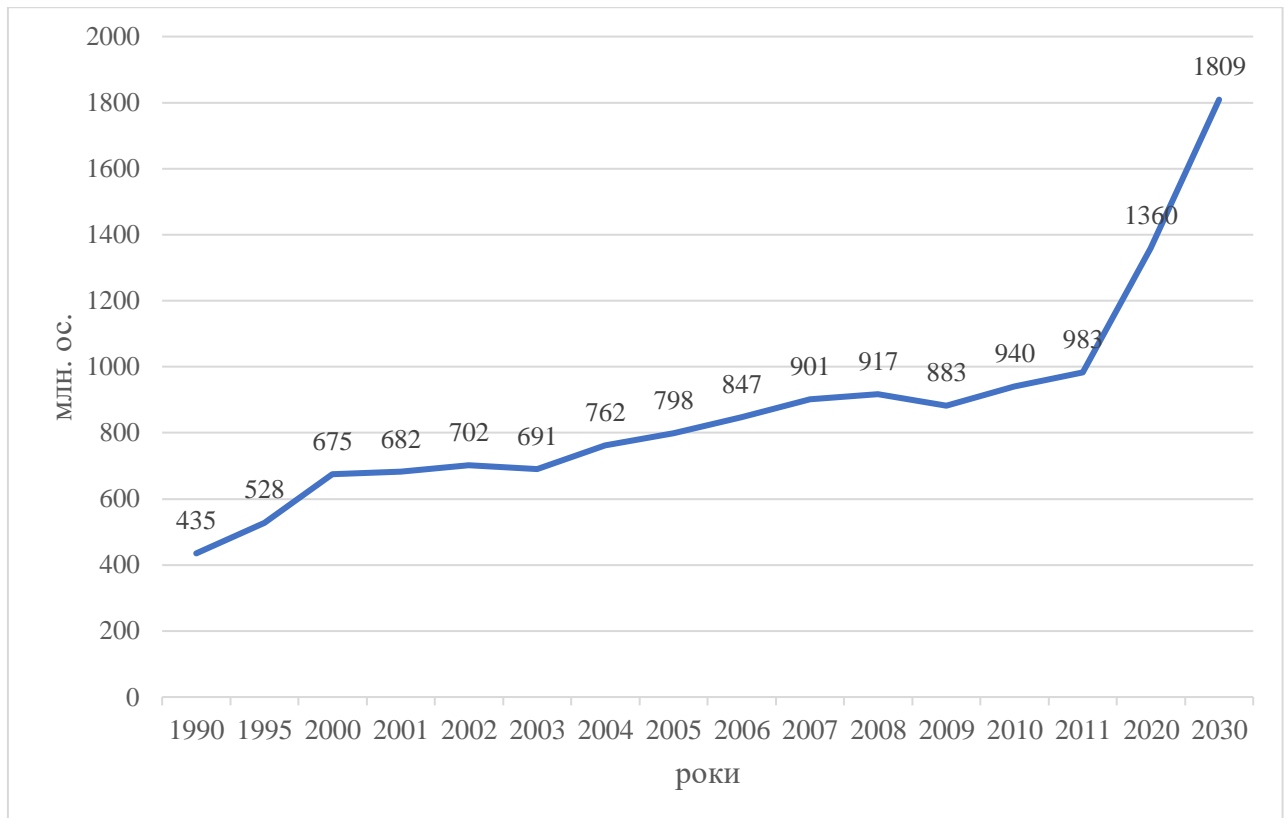


Рис. 1.4.1. Чисельність потоків міжнародного туризму

Узагальнюючи вищесказане, можна відзначити, що навіть в умовах глобальної економічної кризи і зниження попиту на покупку послуг туризм займає найважливіші позиції в економіці багатьох країн і регіонів світу. Розвиток туризму сприяє подальшому поглибленню процесу міжнародної інтеграції та спеціалізації. Серйозну увагу слід приділяти індустрії туризму, як важливій галузі економіки країни, що є взаємозалежною системою і яка впливає на економічні та соціальні процеси в суспільстві. В сучасних умовах глобальної економічної кризи стає все більш актуальною розробка нових методологічних підходів для розвитку і вдосконалення регіональної системи управління туризмом і підвищення інтересу до внутрішнього та в'їзного туризму.

РОЗДІЛ 2. Зв'язок міжнародного туризму з економічним розвитком країни: зарубіжний досвід

2.1. Досвід європейських країн

Індустрія туризму - одна з найбільш динамічних в сучасному світі. Традиційно європейський регіон був і залишається регіоном з найбільшою туристичною привабливістю. Цьому сприяють високі темпи економічного розвитку в більшості країн, доходи населення і їх соціальна структура (переважання середнього класу), які дозволяють задовольняти рекреаційні потреби за межами своєї країни. У густонаселених, промислових і урбанізованих європейських країнах, для яких характерний швидкий і неспокійний ритм життя, знову дуже висока потреба у високоякісному відпочинку, в тому числі за межами міських територій. Європейські країни зручно розташовані по відношенню один до одного - у них спільні кордони, які проходять в основному по легко переборним природним кордонів. Географічна близькість і щільна комунікаційна мережу роблять поїздки з країни в країну зручними і доступними.

Лідерство Європи в міжнародному туризмі визначається не тільки кількістю іноземних клієнтів і обсягом валютної виручки, але і ємністю матеріально-технічної бази іноземного туризму, тобто - говорити про можливість індустрії туризму в інших частинах світу, особливо в сфері пасажирських перевезень і розміщення, іноді випереджаючи готелі, Екскурсії та видовищні заклади. Обмін туристами між європейськими країнами відіграє вирішальну роль в міжнародному туризмі в Європі. На європейські країни припадає близько 90% всього іноземного туризму в Європі [7].

Незалежно від розміру і повноти туристичного потоку, він далеко не однорідний, і не всі географічні регіони однаково популярні. У нього є свої центри тяжіння, головний з яких - європейський континент, що має свої об'єктивні причини.

В Європу завжди було багато мандрівників, але в основному вони відправлялися з будь-якими потребами. Туристи як масове явище в сучасному

розумінні, звичайно, не були, проте індивідуальні прогулянки як різновид туристичних маршрутів існували у всі часи.

Країни ЄС більше інших привертають увагу міжнародних мандрівників. Їх кількість за півстоліття, з 1950 року, збільшилася з 25,3 млн чоловік до приблизно 460 млн в 2009, а дохід, отриманий за 2009 рік, оцінюється в 416 млрд доларів (296 млрд євро). За оцінками фахівців, до початку 2020 року ця цифра збільшилася в два рази.

Індустрія туризму країн ЄС являє собою міжгалузевий сектор національних економік, що поєднує діяльність багатьох контрагентів і посередників, прямо і побічно пов'язаних з наданням цих послуг. Без обліку суміжних з туризмом галузей народного господарства вона створює більш 4% загального ВВП країн ЄС, разом із суміжними секторами - забезпечує зайнятість 12% працездатного населення розширеного ЄС, що в натуральних величинах становить 24 млн робочих місць, а також сприяє розвитку інфраструктури для забезпечення їх діяльності.

Величезне значення туристського сектора для економіки виражається ще й у тому, що доходи від туризму покривають повністю або частково, а іноді і з надлишком зовнішньоторговельний дефіцит країни. Позитивне сальдо в значній мірі визначається тим, що виїзний туризм за кількістю які подорожують у багато разів менше в'їзного [10].

В структурі національної економіки європейських країн туристична індустрія відіграє ключову роль. Подібна ситуація склалася і в багатьох інших країнах ЄС. Держави прагнуть розвивати цей бізнес для залучення міжнародних туристів. Економічний ефект в цілому від індустрії туризму дуже високий, що природним чином позначається на зростанні загального рівня добробуту країн.

Європейський фонд регіонального розвитку фінансує інфраструктурні проекти, інвестує в створення робочих місць, проекти розвитку в конкретних секторах і надає фінансову допомогу малому бізнесу. Його діяльність охоплює безліч областей: транспорт, комунікаційні технології, дослідження та інновації,

соціальна інфраструктура, професійне навчання, структурні зміни в міській та сільській економіці тощо.

2.2. Досвід країн сходу

Туризм в азіатських країнах відповідно до стратегічного плану розвитку цієї галузі має значний потенціал для того, щоб стати одним з найважливіших соціально-економічних драйверів зростання і розвитку регіону. Країни сходу мають достатньо високий показник залучення в діяльність міжнародного туризму.

Діяльність країн сходу в області розвитку міжнародного туризму зовсім інша. З ініціативи спеціально створених туристичних асоціацій дані країни проводять численні маркетингові кампанії, спрямовані на просування країн Південно-Східної Азії як єдиного міжнародного туристичного напрямку. Зроблено єдиний інтернет-портал, були зроблені значні кроки по розробці єдиних стандартів туристичних послуг, прийнято указ про міжнародне визнання документів про освіту. Туризм - невід'ємна частина багатьох транскордонних проектів (трикутників економічного зростання) [25].

Поряд з розвитком транспорту, прикордонної інфраструктури та телекомунікацій реалізуються кілька туристичних проектів за підтримки міжнародних фінансових установ, зокрема Азіатського банку розвитку.

Багата і унікальна культура, різноманітна середовище і загальні стандарти обслуговування роблять Азіатсько-Тихоокеанський регіон привабливим місцем для іноземних туристів. Однак на перспективи розвитку туризму в регіоні впливає ряд факторів, включаючи глобалізацію, зміни в транспорті, інфраструктурі, зростання населення і розвиток регіонального транспорту. У той же час існує ряд факторів, які можуть перешкоджати розвитку туризму (наприклад, візові формальності і перетин кордонів), а також різні непередбачені потрясіння, такі як стихійні лиха, загрози здоров'ю та безпеці, які безпосередньо впливають на кількість відвідувачів.

Просторова структура прибуття туристів в Азіатсько-Тихоокеанський регіон сильно залежить від стану туристичного ринку в Китаї, на який припадає третина всіх прибуттів туристів в цьому регіоні, включаючи Гонконг. Політичні та економічні реформи в Китаї позитивно вплинули на розвиток внутрішнього туризму. Багаті туристичні ресурси Китаю зробили революцію в сфері туризму в Східній Азії і Тихоокеанському регіоні в цілому. Основні країни, що генерують туристичний потік в Китай: Малайзія, Індонезія, Республіка Корея, Монголія. Близько 60% туристичного потоку в Китай йде з сусідніх країн. Туристів особливо цікавлять поїздки, які дозволять їм помилуватися природою, дізнатися про життя сучасного Китаю і дізнатися про хід реформ. Крім того, туристи здійснюють морські прогулянки по Жовтої ріки, щоб дізнатися про традиційну китайську медицину.

Швидке зростання туристичного сектора має прямий вплив на зайнятість у сфері туризму і розвиток людських ресурсів. Зростає попит на фахівців в галузі туризму, профільних напрямків і пов'язаних з ними навчальних закладів. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні широко визнається необхідність розвитку і підготовки спеціалістів в різних областях туристичної індустрії [27].

2.3. Досвід США та Канади

Сполучені Штати Америки визнані світовим лідером у сфері туризму. Перший в світі по доходах від туризму і перший по транспортним витратам. Це третє за величиною міжнародних туристичних відвідувань в світі, але на міжнародний туризм припадає лише невелика частина туристичного руху в країні. Чому люди так активно їдуть до Сполучених Штатів і чому вони так прагнуть відвідати цю країну? Відповісти на це питання можна, проаналізувавши основні фактори, що характеризують унікальний туристичний потенціал США.

Сполучені Штати за своєю природою велика і різноманітна країна. Вона знаходиться відразу в 6 часових поясах. Не дивно, що на такій великій території було досить місця для різних типів клімату, природних територій та ландшафтів.

Навіть в сусідніх штатах спостерігається широкий діапазон температур: від лютих морозів в Міннесоті до тропічної спеки Флориди до абсолютних максимальних температур в Каліфорнійській Долині Смерті. Але є ще Аляска, Гаваї, Вірджинські острови і острів Гуам.

У Сполучених Штатах турист може кататися на лижах і відпочивати на тропічному пляжі, опинитися серед безкрайніх лісів або посеред настільки ж безкрайніх прерій, побувати в тундрі і пустелі, порибалити біля спокійного озера або зайнятися серфінгом в океанських хвилях. Він може бачити торнадо, виверження вулканів або гейзери, коралові рифи і льодовики, високі гори і запаморочливі каньйони, яскраві кольори бабиного літа і мертве сяйво солоних озер. І все це в одній країні.

Гранд-Каньйон Колорадо, Ніагарський водоспад і гейзери Йеллоустонського парку - відомі місця в усьому світі, які залучають мільйони туристів. Країна покрита мережею національних природних парків загальною площею 32 мільйони гектарів. І це без урахування державних природних парків. Не дивно, що в країні дуже розвинений екологічний туризм.

Американці надзвичайно поважають свою історію і тому цінують своє історичну та культурну спадщину у вигляді пам'ятників, історичних парків і навіть тематичних парків. У Національному реєстрі історичних місць США перераховані більше 50000 історичних скарбів по всій країні. Далеко не всі вони є туристичними напрямками, але багато яких з них популярні.

Звичайно, пам'ятки історико-культурної спадщини - це, перш за все, об'єкт внутрішнього туризму. Все навіть щось знають про американський гіпертрофованому патріотизм, тому не дивно, що символічні пам'ятники американської нації (Білий дім, Статуя Свободи, гора Рашмор) є центрами туристичного паломництва.

В очах світової спільноти (особливо для європейських туристів) культурний та історичний потенціал США не так очевидний через відносну стислості їх історії, а скоріше спадщина корінних народів Північної Америки, пам'ятники освоєння Дикого Заходу. а також історичні квартали Нью-Йорка,

Бостона, Нового Орлеана і інших міст країни як і раніше дуже привабливі для іноземних туристів [26].

Якщо історія не так приваблива для іноземних туристів в Сполучених Штатах, їм набагато цікавіше поїхати в країну, щоб дізнатися про досягнення сучасної американської культури, багато рис якої давно вже отримали світовий масштаб. Якщо для пересічного туриста Італія - це шедеври Стародавнього Риму і епохи Відродження, то США - це Голлівуд і Діснейленд, Нью-Йорк і Лас-Вегас. Поїздка в США не буде повною, поки в фотоальбомі не будуть представлені знамениті хмарочоси Нью-Йорка і Чикаго, міст Золоті Ворота в Сан-Франциско і пальми Беверлі-Хіллз. Американців і відвідувачів в рівній мірі привертають увагу музеї, фестивалі та тематичні парки, що відображають життя в Сполучених Штатах сьогодні. Це музей рок-н-ролу в Клівленді, штат Пенсильванія. Огайо і Нешвілл, Пенсильванія, фестивалі музики кантрі Теннессі і парк розваг кіностудії «Юніверсал» у Флориді.

Сполучені Штати - це суміш багатьох рас, національностей і конфесій. Однак, ставши американцями, вчорашні європейці або жителі Карибського басейну не забувають своє коріння. Етнічні райони, такі як Маленька Італія або Чайна-таун, настільки ж популярні у жителів Нью-Йорка, як і самі хмарочоси (припустимо, не кожен турист їде на Брайтон-Біч), а Маленька Гавана, мабуть, головна визначна пам'ятка Майамі.

Цікавлять туристів і етнічні фестивалі: німці в Пенсильванії, скандинави в Міннесоті і ін. В Нью-Йорку День Святого Патрика завжди галасливий, в Сан-Франциско - китайський Новий рік, а в Новому Орлеані тисячі туристів приїжджають на карнавал з французами Марді-Гра, що має французьке коріння.

Особливою популярністю користується індійська культура. Заповідники дикої природи (в основному в південно-західних штатах) постійно переповнені туристами, які прагнуть дізнатися більше про звичаї і спосіб життя корінних американців.

Врешті-решт, США - розвинена країна. Вона може запропонувати гостю гідний і комфортний відпочинок, який задовольнить всі його потреби.

Незважаючи на події 11 вересня, Сполучені Штати вважаються безпечним місцем для відпочинку. Тут розвинена вся необхідна туристична інфраструктура: готелі, ресторани, туристичні офіси, розвинена система внутрішнього авіатранспорту, можливість оренди автомобіля, мережа мотелів і кемпінгів для автомобільного туризму тощо. Більшість факторів, що заважають самостійному туризму: специфічна мова, політична нестабільність, обов'язкову присутність гіда, слабо розвинена мережа громадського транспорту або транспортної мережі та ін. Ринок туристичного пропозиції існує в умовах ринкової конкуренції. А так як монополії немає, то за туристичні послуги немає додаткової плати.

Як результат - розвинена інфраструктура дозволяє проводити масштабні спортивні заходи, концерти і фестивалі, які приваблюють мільйони туристів з усього світу.

Туристична інфраструктура США готова прийняти туристів будь-якого віку. Сюди можна поїхати відпочивати з дітьми, з літніми людьми. Велика увага приділяється людям з обмеженими можливостями, в деяких готелях навіть є номери, спеціально призначені для них. Туристи сексуальних-меншин також будуть відчувати себе комфортно в США, фестивалі сексуальних меншин проводяться в різних містах країни (Нью-Йорк, Сан-Франциско і ін.).

Економічний розвиток країни і роль США у світовій економіці припускають розвиток ділового туризму. Тут проходять багато міжнародні конференції, а штаб-квартира ООН знаходиться в Нью-Йорку.

Перш за все, Сполучені Штати - процвітаюча країна, і економічне благополуччя її громадян також означає великі витрати на туризм. Великий внутрішній споживчий ринок країни є «вічним двигуном» для розвитку туристичної галузі країни.

Частка Канади в прибутках і збитках світових туристів становить 2,5%, а частка доходів і витрат туристів становить 2,1%. Нижче ви знайдете статистичні дані та розрахунки з офіційних туристичних і статистичних порталів Всесвітньої туристської організації (ВТО), Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва (АТЕС), Канади і інших країн Азіатсько-Тихоокеанського

регіону. Слід зазначити, що Канаду слід розглядати як найближчий аналог Росії по ряду особливостей рекреаційно-географічного положення, а також рекреаційних ресурсів (північне розташування, вихід до трьох океанів, дисбаланси в розвитку країни).

В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні Канада довгий час була другим за величиною місцем для подорожей за кордон після США. Завдяки стрімкому розвитку в'їзного туризму Китай зайняв 5 місце в світі і 2 місце в регіоні. У найближчі роки Канада поступиться третім місцем Мексиці, що відкриє більше можливостей для в'їзного туризму. Решта Азіатсько-Тихоокеанського регіону, як і раніше сильно відстає від Канади з в'їзного туризму. Однак зверніть увагу, що індустрія туризму зростає набагато швидше, особливо в Таїланді, Гонконгу та Малайзії. Положення Канади за доходами від туризму в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні більш скромне [22].

Сполучені Штати є безперечним лідером по доходах від туризму, вдвічі перевершуючи Іспанію, займаючи друге місце в світі і в три рази випереджаючи Китай. Китай і Гонконг обігнали Канаду по доходах від туризму і, як очікується, обженуть Канаду в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні протягом наступного десятиліття. Основна причина низької частки доходів від туризму в Канаді - це короткий час у дорозі до країни. більшість інопланетян родом з прикордонних регіонів США.

2.4. Досвід країн Латинської та Пд. Америки

Незважаючи на зростаючий з кожним роком туристичний потік, і сьогодні залишаються актуальними питання, пов'язані з розвитком повітряного транспорту в країнах Південної Америки. Регіон займає скромне місце в міжнародному туризмі, незважаючи на швидке зростання іноземного туризму в Мексиці і країнах Карибського басейну. Більш висока частка доходів від туризму в цьому регіоні в основному пов'язана з тим, що поїздки до Латинської Америки зазвичай тривалі і туди їдуть заможні туристи.

Незначна роль регіону в міжнародному туризмі пояснюється, в першу чергу, такими причинами:

- віддаленість регіону від інших густонаселених регіонів, де формуються значні за розмірами туристські потоки (Європа, Азія);
- слабкий розвиток транспортних комунікацій і низький ступінь насиченості транспортними засобами;
- недостатній розвиток в більшості країн Латинської Америки туристської інфраструктури, особливо об'єктів розміщення туристів;
- низький економічний рівень більшості країн регіону і важке матеріальне становище їх населення;
- відсутність у багатьох латиноамериканських країнах політичної стабільності і наявність в деяких з них диктаторських режимів.

Велика частина доходів від закордонного туризму в Латинській Америці йде американським компаніям з розгалуженою мережею бізнес-послуг та туристичною інфраструктурою в регіоні. Важливими областями, які слід враховувати, є безпека, розвиток туристичної інфраструктури, особливо автомобільного транспорту, і широкоплатформовий доступ в Інтернет. Крім того, погана безпека і погано розвинена транспортна інфраструктура - дві основні перешкоди на шляху розвитку індустрії відпочинку в Латинській Америці [16].

За даними Всесвітнього економічного форуму, туризм приніс 3,2% в регіональний показник ВВП в 2019 році, в той час, як в глобальному масштабі його частка становила близько 9%. До 2020р. очікувався зріст долі вкладу туристичного сектору до 4,7%. Звісно, пандемія коронавірусної хвороби завдала втрат для сектору туризму, але до Латинської Америки вона дісталася пізніше інших країн, тим самим, давши більше часу для підготовки туристичного сектору до втрати надходжень.

Одним з найважливіших елементів економіки Південної Америки є туризм. Багата культура і надзвичайно різноманітна нація з архітектурними дивами, природними і мальовничими красотами, живими і барвистими містами і красивими пейзажами є ключовими причинами, за якими мільйони туристів

відвідують Південну Америку щороку. Не так давно завершилися Олімпійські ігри і чемпіонат світу з футболу в Бразилії також надали позитивний вплив на розвиток туризму в Південній Америці.

Сектори, які вносять свій внесок в туризм, а саме: готельний бізнес, харчова промисловість та індустрія розваг потребують правильного реформування, що дозволить збільшити прибутковість в бюджет країни. Більш того, не варто забувати, що туризм, крім прибутку, забезпечує існування безлічі робочих місць, що позитивно впливає на середній показник зайнятості в державі.

Зростання економічного добробуту в усьому світі, особливо в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, позитивно впливає на рівень туристичного потоку в Південну Америку. Відносна політична стабільність в регіоні, а також зростання безпеки для іноземних мандрівників сприяють збільшенню цього показника. За словами експертів зі сфери туризму, у південноамериканського регіону є величезний потенціал, який, при проведенні грамотної політики, допоможе йому вибитися в лідери серед популярних в світі туристичних напрямків.

2.5. Досвід Австралії та Нової Зеландії

Австралія та Океанія стають все більш привабливими напрямками міжнародного туризму. Зараз Австралія має високорозвинену економіку, яку можна порівняти за рівнем з економікою Західної Європи. Завдяки розвиненій обробній і гірничодобувній промисловості Австралія також є найбільшим в світі експортером яловичини і вовни. В останні роки туризм можна віднести до однієї з найбільш перспективних галузей економіки Австралії.

Розвитку туризму сприяє ідеальна атмосфера для відпочинку. Ніколи не буває ні холодно, ні жарко. Середня температура влітку + 26°C, а взимку + 18°C. Туристичні центри Австралії включають ділову столицю - місто Сідней, культурну столицю - місто Мельбурн і адміністративну столицю - місто Канберра. «Найвідоміший міжнародний курорт Австралії - Голд-Кост, 173 на східному узбережжі. Золотий берег складається з золотих пляжів, прохолодних

евкаліптових лісів і нескінченних дюн. Золотий берег простягнувся на 80 км уздовж східного узбережжя Австралії.

Співвідношення національного і міжнародного (в'їзного) туризму становить близько 4: 1. Однією з останніх тенденцій в розвитку внутрішнього туризму є тенденція досліджувати дикі області, не зворушені цивілізацією. Туристів, які прибувають на автомобілі, все більше привертають віддалені і маловивчені райони. Тому популярний ексклюзивний тур в Центральну Австралію, де можна побачити скелю Айрес Рок, складену з особливих геологічних порід червоного кольору. До охоронюваним територіям в Австралії відносяться Великий Бар'єрний риф, Національний парк Какаду, Шарк-Бей біля західного узбережжя Австралії, вологі тропіки на північному сході країни, західна Тасманійська пустеля, острів Фрейзера, центрально-східний тропічний ліс Австралії та ін [17].

Австралія - найбільш сухий з населених континентів, що служить будинком таким тендітним екосистемам, як Великий бар'єрний риф - гостріше всіх відчуває зміни клімату і особливо вразлива до підвищення температури нашої планети. Часті пожежі несуть великі збитки для туристичного сектору та економіки загалом. Минулорічна пожежна криза зашкодила зростанню ВВП в четвертому кварталі 2019 р., та першому кварталі 2020 р. враховуючи руйнівні наслідки для туризму, торгівлі, будівництва, сільськогосподарського виробництва, роздрібною торгівлі і громадського харчування

Туризм в Новій Зеландії - важливий сектор національної економіки, який в 2019 році зробив безпосередній внесок в 16,2 млрд новозеландських доларів (або 5,8%) ВВП країни. Незважаючи на географічну ізоляцію країни, на міжнародні поїздки доводилося 17,1% експортних надходжень Новій Зеландії (майже 12 мільярдів новозеландських доларів). В цілому, в 2019 році міжнародний і внутрішній туризм приніс економіці Нової Зеландії 34 млрд новозеландських доларів на рік.

Нова Зеландія позиціонує себе за кордоном як «чисту і зелену» арену для подорожей та нових вражень (це відображає головний рекламний слоган

новозеландського туризму «100% чиста Нова Зеландія») з типовими туристичними напрямками, такими як райони природні зони, такі як Мілфорд-Саунд, Абель Тасман, Національний парк Тонгаріро і Альпійський перевал; в той час як такі види діяльності, як стрибки з тарзанки або спостереження за китами, є прикладами типових туристичних визначних пам'яток, які часто пропонуються в першу чергу для індивідуальних мандрівників і невеликих груп. Безумовно, найбільша кількість туристів з Нової Зеландії (близько 45%) прибуває з Австралії через їх близькості і хороших традиційних зв'язків. Багато туристів під час свого перебування подорожують країною на значні відстані, зазвичай використовуючи автобусні маршрути або орендовані автомобілі.

Внутрішній туризм також важливий, хоча витрати і кількість поїздок знизилися або залишилися на колишньому рівні через швидкого зростання міжнародного туризму. Організації внутрішнього туризму витрати в розмірі 20,2 мільярда новозеландських доларів на рік перевищують витрати іноземних туристів (11,8 мільярда новозеландських доларів). У червні 2018 року уряд Нової Зеландії оголосив про введення «туристичного податку» в розмірі від 25 до 35 новозеландських доларів для іноземних відвідувачів, за винятком австралійців, багатьох жителів островів Тихого океану і маленьких дітей. Він планував ввести це оподаткування в 2019 році за допомогою недавно запропонованого процесу електронної реєстрації поїздок.

Розділ 3. Міжнародний туризм і економіка України

3.1. Міжнародний туризм як складова економіки України: сучасний стан

Сьогодні міжнародний туризм набуває все більшого значення і обговорюється провідними світовими експертами. В цілому міжнародна торгівля послугами вважається невіддільною від міжнародної торгівлі товарами, в той час як міжнародна торгівля розуміється як торгівля товарами та послугами. Отже, розвиток світового ринку послуг йде швидкими темпами. Він аналізується як цілісна система, в якій багато компонентів тісно пов'язані. Якщо розглядати категорію міжнародного туризму, то можна сказати, що це одна з форм зовнішньоекономічних зв'язків. Одним з важливих аспектів, що підвищують важливість міжнародного туризму для України, є постійне зростання попиту на туристичний продукт на ринку міжнародних послуг. Зростаючий попит на туристичні послуги і динамізм сучасної економіки призвели до виникнення і посилення гострої конкуренції на міжнародному туристичному ринку.

Одним з важливих аспектів, що підвищують важливість міжнародного туризму для України, є зростаючий попит на туристичний продукт на ринку міжнародних послуг. Зростаючий попит на туристичні послуги і динамізм сучасної економіки призвели до виникнення і посилення жорсткої конкуренції на міжнародному туристичному ринку [3].

Міжнародний туризм - важливе джерело доходу в іноземній валюті; він може позитивно позначитися на платіжному балансі, прискорити інвестиційні процеси, реорганізувати інфраструктуру країни і збільшити зайнятість.

Сучасний туризм, масовість туристського продукту, його стандартизація, різноманітність пропозицій, новітні методи продажів і реклами змушують Україну підтримувати скажені темпи розвитку і вдосконалення в цій сфері. Ще один аспект важливості розвитку туристичного сектора полягає в тому, що в багатьох країнах туризм є основним джерелом доходів державного бюджету. В Україні цей потенціал реалізований не повністю.

Туристичні агентства та готелі різко скоротили податкові відрахування до державного та місцевих бюджетів через карантин. Так, у березні-вересні 2020 року відрахування від туристичного бізнесу впали на 49% у порівнянні з минулим роком. В абсолютних числах падіння податкових надходжень становило загалом 210,6 млн.грн.

Ознаки та наслідки занепаду туристичної сфери:

- зменшення кількості туристів у порівнянні з показниками 2012-2013 рр .;
- значне скорочення питомої ваги туризму в ВВП країни;
- падіння доходів від туристичних послуг і послуг готелів, туристичного збору, валютних надходжень від експорту туристичних і готельних послуг, інвестицій в туристичну інфраструктуру, робочих місць.

Частка туризму в українському ВВП становить лише 2%, а в розвинених країнах - цей показник сягає 8%. До нас туристи їдуть в основному з Німеччини, США, Великобританії, Китаю і Японії.

Виходячи з вищесказаного, можна сказати, що туризм за час свого існування виріс з недоступного відпочинку в індустрію масового оздоровлення для представників усіх верств населення у всіх країнах світу. Міжнародний туризм став невід'ємною частиною економічного і соціального розвитку та одним з найбільш характерних проявів глобалізації.

Можна зазначити, що для України існують значні потенційні можливості міжнародного туризму, особливо в контексті додаткових валютних надходжень. Інвестиції в туристичну галузь країни - одна з найактуальніших цінностей, так як вони привернуть більше туристів з-за кордону і, відповідно, збільшать обсяг послуг, що надаються. В цілому в Україні туристична галузь має безліч недоліків в роботі, управлінні і нагляді, і кожна з проблем вимагає окремого, негайного і системного вирішення, так як це призведе до розвитку не тільки міжнародного туризму, а й також вітчизняного. У зв'язку з підвищенням попиту на внутрішні послуги з боку іноземних туристів, можливості місцевих постачальників послуг збільшаться, а їхня купівельна спроможність зросте [12].

Швидкий розвиток міжнародного туризму дозволило цій галузі зайняти гідне місце серед основних секторів світової економіки. Незважаючи на великий ресурсний потенціал туризму, внесок України достатньо малий. Основна проблема - низька якість туристичного продукту: туристична інфраструктура розвинена недостатньо, а туристичні послуги не відповідають міжнародним вимогам. недосконала державна політика в сфері туризму. Цілеспрямована і систематична робота з розвитку міжнародних туристичних відносин, а також щодо розвитку європейської інтеграції є ефективним механізмом для створення сприятливого середовища для розвитку туризму, для ефективного використання туристичних ресурсів, для просування національного туристичного продукту на світовому ринку і для розвитку національної економіки. і культура.

3.2. Проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні

Туризм грає виключно пріоритетну роль по розширенню внутрішнього ринку як основи стабільного економічного зростання, дає можливість для створення умов та виведення України на світовий рівень надання туристичних послуг, а також домогтися високої економічної ефективності в розвитку цієї галузі.

Подальший розвиток отримає розширення міжнародного співробітництва в сфері подорожей і туризму, розробка та реалізація міжнародних програм з розвитку туризму. Україна поступово завойовує собі місце на світовому туристичному ринку. У цих умовах стає все більш актуальним виявлення проблем подальшого розвитку туристичної галузі та забезпечення конкурентоспроможності українського туристичного сектора на міжнародному туристичному ринку [11].

Незважаючи на велику увагу, яку приділяють розвитку міжнародного туристичного ринку, практично немає досліджень, які могли б підтримати модель, точно описує ситуацію в туристичній галузі в Україні. Показники, які

сприяють і заважають розвитку туризму та туристичної індустрії в Україні, також повинні бути обґрунтовані.

Збільшення темпів розвитку і ефективності туристичних компаній, а також пріоритетна консолідація цього сектора в Україні супроводжуються низкою проблем, вирішення яких настійно вимагає підтримки і державного регулювання. Зокрема, до основних проблем відносяться:

- неефективна позиція держави у встановленні національного протекціонізму по відношенню до постачальників послуг перешкоджає розвитку туризму. Зокрема, не визнано експортними галузями сферу послуг (готелі, мотелі і т.д.), транспорт для туризму. Обладнання та комплектуючі до них обкладаються, збільшення вартості послуг перешкоджає експорту туристичних послуг іноземним туристам;
- нехтування міжнародним досвідом розвитку туризму;
- недосконалість регіонального регулювання туристичної галузі;
- недостатні інформаційно-рекламні заходи щодо України за кордоном;
- податковий тягар відлякує потенційних інвесторів в туристичний сектор;
- складні умови перетину державного кордону;
- недостатнє управління регіональним і місцевим туризмом [2].

Розвиток туристичної індустрії та інтерес споживачів в інших країнах неможливо забезпечити без потужної матеріально-технічної бази: готелів, продуктових магазинів, центрів відпочинку. В цілому, якщо проаналізувати обсяг таких закладів в Україні, його можна вважати достатнім. Що стосується методів вирішення основних проблем, то основні з них такі:

- стимулювання зовнішнього попиту на туристичні послуги в Україні за рахунок інвестицій в матеріально-технічну базу туристичної інфраструктури;
- створення оптимальної системи використання природних і туристичних ресурсів країни;

- внесок у поліпшення соціально-економічного становища держави, створення сприятливих умов для вітчизняних та іноземних інвесторів;
- допомога в підготовці фахівців у сфері міжнародного туризму;
- встановлення ефективного контролю за стандартизацією і сертифікацією готельних послуг;
- посилення державної підтримки інвестиційної діяльності;
- активне просування туристичних послуг в Україні.

Значний туристичний потенціал України, якщо його правильно використовувати, може гарантувати швидкий розвиток ринку туристичних послуг в країні і, як наслідок, отримати великий дохід в іноземній валюті, крім збільшення доходів населення, розвиток виробництва товарів народного споживання і підвищення рівня життя населення. Однак Україна використовує лише третину свого туристичного потенціалу. Тому проблема виявлення туристичних проблем і аналізу туристичних потоків в Україні має велике значення [23].

Туризм є основним джерелом державних доходів більш ніж в сорока країнах світу. Традиційно, як в цій, так і в багатьох інших сферах, Україна має величезний потенціал, але у неї немає достатніх, відповідних, гідних нормативних актів на різних рівнях. Україна має для цього абсолютно всі умови: і географічне розташування, і наявність величезної кількості культурних та при-родних заповідників, і відносно невелику, але розвинену туристичну інфраструктуру, яка на даний час налічує 4500 засобів розміщення, шість природних курортних територій України, що мають унікальні природні лікувальні ресурси, – це Хмільник, Миргород, Бердянськ, Скадовськ та ін., сім культурно-архітектурних та природних об'єктів, які включені до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Отже, з такими природними і культурними можливостями, зрозуміло, слід приділяти більше уваги сектору туризму з точки зору формування і реалізації відповідної державної політики.

Цьогорічною проблемою розвитку туризму стала пандемія COVID-19, яка вразила всі туристичні напрямки в світі, створивши найжорсткіші обмеження на

поїздки в історії. Сектор туризму найбільше постраждав від кризи, оскільки туризм включає в себе не тільки авіаквитки та проживання в готелях, а й громадське харчування, музеї, гідів, екскурсії, розваги, круїзи і навіть туристичні магазини, і все це робочі місця.

Сьогодні туристичний сектор є одним з найбільш постраждалих від спалаху COVID-19, яка впливає як на пропозицію, так і на попит. Це викличе подальші невдачі перед обличчям слабкою світової економіки, геополітичної, соціальної та торговельної напруженості, а також нерівномірною роботи на основних ринках виїзного туризму.

За даними опитування, проведеного компанією Research & Branding Group лише 1% українців цього літа відпочивали на морі за кордоном. Відпустку 2020 українці найчастіше проводили вдома (61%), на українських морських пляжах (13%) та на дачі. Спосіб проведення відпустки залежав від віку, регіону проживання і типу поселення. Так, особи передпенсійного та пенсійного віку частіше, ніж молодь, вважали за краще проводити відпустку в домашніх умовах.

Якщо говорити про вплив COVID-19, то 60% українців зазначили, що пандемія ніяк не вплинула на їх плани щодо відпустки. Разом з тим 36% українців констатували, що хвороба вплинула на планування відпочинку, змусивши вносити в цей процес певні корективи.

Напружена політична ситуація також негативно позначається на розвитку туризму в Україні. Анексія Криму та події на сході і півдні України вже викликали зміни в структуру та обсяг туризму в країні і за кордоном. Окупація Криму привела до втрати близько 30% його рекреаційного та туристичного потенціалу. Тому частина українських туристів, що віддають перевагу відпочинку біля моря, змушена виїжджати за кордон або відмовлятися від цього виду відпочинку [13].

Підводячи підсумок всьому вищесказаному, ми прийшли до дуже простого висновку - можна з упевненістю сказати, що в сфері туризму сьогодні неефективне і нераціональне використання адекватних ресурсів проблематично, поточний рівень розвитку туристичної індустрії не відповідає наявному

потенціалу. Це визначає питання, яке має диференційовану структуру, яка, в свою чергу, розвивається з ряду інших більш конкретних питань. Таким чином, це відсутність розвиненої інфраструктури, низька якість обслуговування, відсутність якісної реклами та її короткий зміст про готелі, курорти, замських турах і послуги, яких немає. надається по всьому світу, а також стягується податок. значний і ін.

3.3. Перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні

Досягнення позитивного соціально-економічного впливу туризму на суспільство є важливим стратегічним завданням як для розвинених, так і для країн, що розвиваються.

Подальше дослідження міжнародного досвіду в галузі управління туризмом, ролі неурядового сектору, питань стійкості та механізмів для просування інновацій та інвестицій в туризм в контексті сучасного глобального розвитку важливі і перспективні.

Економічні вигоди від туризму можуть бути збільшені за допомогою різних методів, інтегрованих в процес державного управління, що дозволяє уникнути багатьох проблем. Один з цих методів - зміцнення зв'язків між туризмом та іншими секторами економіки.

На даний момент є декілька способів просування ходу подій в українській туристичній сфері. Прямо зараз гряде прорив, від якого залежить ваше майбутнє: він буде значним джерелом доходів державного бюджету або залишиться на колишньому рівні. Все це завдяки керівним принципам, які будуть підтримувати політику розвитку туризму.

Звідси виникає альтернатива: орієнтуватися на закордонних споживачів або відновлювати національний туристичний процес. Так чи інакше, в обох випадках необхідно негайно привести внутрішній ринок туристичних послуг у відповідність з міжнародними потребами [24].

Ще один аспект важливості розвитку сфери туризму полягає в тому, що в багатьох країнах туризм є джерелом доходів державного бюджету. В Україні потенціал використовується недостатньо. Крім того, для розвитку в'їзного туризму в країні необхідно створити відповідну маркетингову стратегію щодо його стимулювання, яка б враховувала збільшення кількості іноземних гостей, більш ефективно використовувала існуючий туристично-рекреаційний потенціал регіонів України та допоможе створити позитивний імідж України на світовому ринку туристичних послуг [20].

Щонайменше, для України можна виділити цілий ряд таких напрямків в роботі щодо поліпшення своєї конкурентоспроможності в туризмі, які очевидно, варто було б більш детально прописати і в концепції нової державної програми розвитку цієї сфери. Але найголовнішим завданням як і раніше є визнання туризму одним з основних пріоритетів держави і реалізація кількох конкретних кроків, які б підтверджували новий підхід до сфери - створення сильного органу влади, впровадження апробованих в усьому світі економічних механізмів підтримки інвесторів та ведення туристичного бізнесу, системна бюджетна підтримка. Надходження від туризму в національну економіку і в бюджети всіх рівнів навіть у нинішній нелегкій ситуації дозволяють країні робити досить серйозні кроки в цьому напрямку [14].

Сьогодні стратегію розвитку туристичної індустрії можна формувати з першочерговим урахуванням потреб внутрішнього і регіонального ринку. Їх сьогодення кон'юнктура може забезпечити необхідний рівень якості як самої туристичного продукту послуги, і належний розвиток усіх інших видів економічної діяльності, що зможе вивести Україну на більш високі місця в туристичному табелі про ранги.

Найбільш дієвий і не витратний варіант - популяризація нашої культури, звичаїв, традицій, національної кухні серед європейців. Україна має мальовничі краї та дивовижні історичні-культурні пам'ятки. Для прикладу, в Додатку Б. можна ознайомитися з картою розташувань визначних пам'яток України, на карті вказані пам'ятки культури за областями:

1. Вінницька область 1 Державний історико-культурний заповідник «Буша», с. Буша 2 Палац та парк княгині Марії Щербатової, м. Немирів 3 Свято-Усікновенський скельний чоловічий монастир XI ст., с. Лядова
2. Волинська область 1 Замок Любарта, м. Луцьк 2 Садиба Лесі Українки, с. Колодяжне 3 Олицький замок, с. Олика
3. Дніпропетровська область 1 Спасо-Преображенський кафедральний собор, м. Дніпро 2 Свято-Троїцький собор, м. Новомосковськ 3 Костел Святого Миколая, м. Кам'янське
4. Донецька область 1 Відділення Українського степового природного заповідника «Кам'яні могили», с. Назарівка 2 Національний природний парк «Святі гори», м. Святогірськ 3 Національний природний парк «Меотида»
5. Житомирська область 1 Спасо-Преображенський кафедральний собор, м. Житомир 2 Свято-Василівська церква, XII ст., м. Овруч 3 Кармелітський монастир, XVI-XVIII ст., м. Бердичів
6. Закарпатська область 1 Ужгородський замок, м. Ужгород 2 Невицький замок, с. Кам'яниця 3 Горянська ротонда, м. Ужгород
7. Запорізька область 1 Національний заповідник «Хортиця» 2 Державний історико-археологічний заповідник «Кам'яна Могила» 3 Будинок Олександрівської земської управи, м. Запоріжжя
8. Івано-Франківська область 1 Церква Різдва Пресвятої Богородиці, с. Криворівня 2 Церква Святого Пантелеймона, с. Шевченкове 3 Церква Зшестя Святого Духа, м. Рогатин
9. Київська область 1 Державний дендрологічний парк НАН України «Олександрія», м. Біла Церква 2 Осередок трипільської культури, с. Трипілля
10. м. Київ 1 Києво-Печерська Лавра 2 Софіївський собор
11. Кіровоградська область 1 Кіровоградський академічний обласний український музично-драматичний театр ім. М.Л. Кропивницького, м. Кропивницький 2 Заповідник-музей І.К. Тобілевича (Карпенка-Карого)

- «Хутір Надія», с. Миколаївка 3 Кіровоградський обласний краєзнавчий музей
12. Луганська область 1 Церква Успіння Пресвятої Богородиці, с. Осинове 2 Меморіальний комплекс «Україна - визволителям», с. Мілове 3 «Печерний монастир», с. Преображене
13. Львівська область 1 Підгорецький замок, с. Підгірці 2 Державний історико-культурний заповідник «Густань», с. Урич 3 Жовківський замок, м. Жовква
14. Миколаївська область 1 Музей суднобудування і флоту, м. Миколаїв 2 Історико-археологічний заповідник «Ольвія», с. Парутине
15. Одеська область 1 Хресто-Воздвиженська церква (Мала Мечеть), м. Ізмаїл 2 Аккерманська фортеця, м. Білгород-Дністровський 3 Одеський національний академічний театр опери та балету, м. Одеса
16. Полтавська область 1 Полтавський краєзнавчий музей ім. Василя Кричевського, м. Полтава 2 Мгарський Спасо-Преображенський монастир, с. Мгар 3 Гадяцький палац-фортеця початку XVII ст., м. Гадяч
17. Рівненська область 1 Тараканівський форт, с. Тараканів 2 Дубенський замок, м. Дубно
18. Сумська область 1 Мовчанський монастир, м. Путивль 2 Круглий Двір, м. Тростянець 3 Глухівський учительський інститут, м. Глухів
19. Тернопільська область 1 Збаразький замок 1630р., м. Збараж 2 Ратуша в м. Бучач, середина XVIII ст. 3 Пам'ятник Українським Січовим Стрільцям на горі Лисоня, с. Потутори
20. Харківська область 1 Національний літературно-меморіальний музей Г.С. Сковороди, с. Сковородинівка 2 Шарівський палацо-парковий ансамбль, с. Шарівка
21. Херсонська область 1 Національний природний парк «Кам'янська Січ», с. Республіканець 2 Херсонська фортеця, м. Херсон
22. Хмельницька область 1 Старе місто у м. Кам'янець-Подільському 2 Фортеця у с. Меджибіж 3 Палацово-парковий ансамбль у с. Самчики

23. Черкаська область 1 Пліньська церква, с. Суботів 2 Національний дендрологічний парк «Софіївка», м. Умань 3 Мисливський замок графа Шувалова, м. Тальне
24. Чернігівська область 1 Національний архітектурно-історичний заповідник «Чернігів стародавній» 2 Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця», м. Батурин 3 Новгород-Сіверський музей-заповідник «Слово о полку Ігоревім»
25. Чернівецька область 1 Резиденція буковинських митрополитів 1864-1882 рр., м. Чернівці 2 Успенський собор старообрядців 1906р., с. Біла Криниця 3 Комплекс споруд XIII-XVIIIст., м. Хотин.

За підтримки українських посольств в країнах ЄС, представників діаспори та туристичного бізнесу можна організовувати, так звані, «дні України» в європейських столицях з використанням різних інструментів подієвого маркетингу: презентацій, прес-конференцій, семінарів, фестивалів, ярмарків. Це стане важливим кроком на шляху розвитку партнерських відносин України з Євросоюзом.

Створення національного туристичного продукту, конкурентоспроможного на міжнародному ринку, і мережі туристичних офісів за кордоном для ефективного просування цього продукту, створення національного багатомовного інтернет-порталу для туристів, маркетингова, рекламна та інформаційна діяльність, що забезпечує правову основу індустрія туризму відповідно до міжнародних стандартів, має покращити розвитком міжнародного туризму в Україні.

В цілому розвиток туристичної галузі в Україні має стати національним пріоритетом. Тим більше що для цього є всі умови - виняткові природно-рекреаційні та культурно-пізнавальні ресурси. Ну а максимальне об'єднання зусиль представників туризму з представниками влади допоможе сформувати високорентабельну і конкурентну індустрію, здатну задовольнити потреби туристів в різноманітних туристичних послугах, що залучає інтерес світових туристичних брендів і приносить стабільний дохід в бюджет країни.

Відповідно, необхідно розробити і затвердити програми розвитку місцевого туризму та курортів. Для цього важливо, щоб в кожному регіоні, в кожному виконавчому органі була людина, відділу або департамент відповідальний за туризм. Також необхідно забезпечити інфраструктуру і організацію інформації по об'єктах культурної спадщини, щоб створити інтерактивну пошарову базу даних, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси України. Ця інформація повинна бути загальнодоступною, доступна на туристичних сайтах, таких як Visit Ukraine, і представлена в єдиному форматі. Будь-який турист з будь-якої країни світу, що зайшов на цей портал, може отримати необхідну інформацію.

Підсумовуючи вищесказане можна зазначити, що розвиток міжнародного туризму в Україні і перетворення його в значне і стабільне джерело доходів бюджету вимагає розробки відповідної нормативної бази в сфері туризму, активної державної політики та узгоджених дій усіх державних і місцевих органів влади з розвитку туризму, створення конкурентоспроможного туристичного продукту, значне поліпшення туристичної інфраструктури. Перспективи відновлення в'їзного туристичного потоку також пов'язані зі стабілізацією ситуації в східній частині країни, розвитком євроінтеграційних процесів, поліпшенням зовнішнього іміджу і зміцненням авторитету держави на міжнародному туристичному ринку.

3.4. Промоція та брендинг України на міжнародному ринку туризму

Особливістю останніх десятиліть є декларація про необхідність ефективної інтеграції України в систему міжнародного туристичного обміну як способу досягнення стабільного і активного торгового балансу. На розвиток туризму впливають як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичними, законодавчими і правовими питаннями соціально-економічна ситуація в світі, і особливо в країні.

Однак насправді туристичний сектор, який є не дотаційним, а бюджетоутворюючим для економіки не тільки ряду регіонів, а й країни, підтримкою Української держави не забезпечений в повній мірі. Отже, за 29 років існування незалежності України проведено 9 реорганізацій виконавчого органу туристичного сектору. Відсутність стратегії розвитку та просування туризму в Україні на зовнішній ринок, брак інформації, нездатність і небажання вирішити питання туристичного сектора - сьогодні це реалії з якими доводиться зіштовхнутися всім учасникам туристичної індустрії [5].

Вперше дійсно серйозно до створення бренду України підійшли в 2011 році, напередодні Чемпіонату Європи з футболу. Далі істотного поштовху для розширення туристичної сфери в Україні дало проведення Євробачення в 2017 році.

При розробці туристичного позиціонування України важливо зрозуміти, що ми не можемо претендувати ні на топ-сегмент, ні на консервативний середній сегмент світового туристичного ринку. Ми не Швейцарія, яка не Тоскана і не Французька Рів'єра. Нам потрібно знайти «свого клієнта» і сформулювати для нього сенс приїхати. Вищевикладена концепція - один з можливих стратегічних підходів. Наші клієнти - відкрита новому молодь, люди в духовному пошуку або перед прийняттям рішення, втомлені від високих швидкостей і соціальних штампів європейці. Нам належить створити і донести до них ідею, закріпивши її слоганами, логотипом та іншими елементами ідентичності.

Все це говорить про те, що сьогодні особливо треба звернути увагу на необхідність вироблення і виконання єдиної державної стратегії розвитку як зовнішнього так і, перш за все, внутрішнього ринку туризму, як можливість впливу на національну самосвідомість населення України, підвищення його культурного рівня і міжрегіональних комунікаційних зв'язків.

До слова, не дивлячись на настільки «скромну» увагу з боку держави до розвитку туризму в останні роки, за 2019 рік Україна зуміла істотно примножити надходження до держбюджету від туризму (дякуючи серіалу «Чорнобиль»). Тільки за 9 місяців минулого року український бюджет отримав майже 127

«туристичних» мільйонів гривень, що більше показників за весь минулий рік. А тим часом перед молодим Державним агентством з розвитку туризму стоїть амбітне завдання збільшити цю суму мінімум на 500 мільйонів гривень. Цього цілком можна досягти, якщо вдасться реалізувати всі поставлені завдання. Головне, щоб нарешті справа пішла далі розмов.

Висновки

Міжнародний туризм давно перестав бути просто соціальним явищем, ставши невід'ємною частиною глобальної економічної системи, однією з найбільш динамічно розвиваються. Завдяки швидкому росту і розвитку він визнаний експертами економічним явищем нашого часу. Щороку велика кількість туристів перетинає національні кордони, що робить цей вид бізнесу справді глобальним.

Туризм перетворився в майже незалежну міжгалузеву економіку і промисловість. Він грає дуже важливу роль в економіці багатьох країн. На його розвиток виділяються великі кошти. Створюються спеціалізовані туристичні центри - рекреаційні комплекси з розгалуженою розважальною мережею.

У сучасному світі туризм - одна з найважливіших сфер міжнародної економічної діяльності, безпосередньо генеруюча послуги, товари, іноземну валюту, робочі місця та інвестиції. У країнах, де туризм перетворився на процвітаючу галузь послуг, туризм надає значний економічний і соціальний вплив на національний розвиток.

Індустрія туризму динамічно розвивається і є найбільш прибутковою галуззю навіть в нинішній нестабільній економічній ситуації. Розвиток туристичного сектора тісно пов'язаний з розвитком суміжних галузей, а саме готелів, ресторанів, транспорту, торгівлі і розваг. Зростаючий попит на туристичні послуги призводить до збільшення попиту на супутні послуги, такі як готелі, ресторани, розваги та культура. Зростаючий попит на туризм і супутні послуги позитивно позначається на економіці країни.

У багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, забезпеченні новими робочими місцями населення, а також збільшення сальдо зовнішньої торгівлі. Туризм має великий вплив на ключові галузі, такі як логістика і зв'язок, будівництво, сільськогосподарську діяльність, виробництво товарів народного споживання і інші, тобто він діє як каталізатор соціально-економічного розвитку. Зі свого боку, на розвиток

туризму впливають різні фактори: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні і політико-правові. Економічний розвиток туризму характеризується вражаючими даними по світовому економічному ринку. Вони показують, що туризм - найбільш швидкозростаюча галузь в багатьох країнах світу і що його роль в світовій економіці неухильно зростає.

У той же час слід зазначити, що виникають зміни на туристичному ринку створюють нові тенденції в динамічно розвивається індустрії міжнародного туризму. Одна з основних характеристик розвитку туризму - нерівномірний розподіл туристичних потоків в різних регіонах і країнах світу. Туристичні потоки зосереджені в декількох регіонах світу і їх рух переважно внутрішньо регіональної.

Дослідники відзначають, що в міру збільшення туристичного попиту на послуги сам туристичний продукт стає більш різноманітним, трудомістким і капіталомістким. В основному це пов'язано з появою нових видів туризму і стійким розвитком всієї світової туристичної індустрії. За останні роки індустрія туризму зіштовхнулася із серйозною проблемою збереження і розвитку рекреаційних і туристичних ресурсів в цілому.

Визнання важливої ролі і потенціалу туристичного сектора в скороченні безробіття, стимулювання розвитку малих і середніх підприємств і зміні економічної структури неблагополучних регіонів сприяє формуванню відповідної національної політики.

З моєї точки зору, необхідно зосередитися на забезпеченні інфраструктури та адаптації міжнародного досвіду, щоб прискорити розвиток туризму. Зміна напряму має на увазі пріоритет форсованого розвитку сфери розваг і активного відпочинку. В сучасних умовах наявний туристичний потенціал регіонів України дозволяє створювати відповідні і привабливі продукти навіть при відсутності достатньої кількості первинних ресурсів. Це створює умови для розвитку туризму в регіонах, традиційно позбавлених природно-рекреаційних або

культурно-історичних ресурсів, шляхом створення і просування нетрадиційних туристичних продуктів і використання відповідного місця розташування регіону.

На сьогоднішній день туристична галузь в Україні знаходиться на стадії відновлення. В Україні існують всі передумови для нормального розвитку туристичної діяльності, а саме: зручне географічне розташування, сприятливий клімат, різноманітний рельєф, унікальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, культурно-історичної спадщини, розгалуження санаторно-курортної бази. Але ці умови використовують не повністю, що свідчать дані ВВП країни в цій галузі. Аналіз прямого внеску туризму у ВВП країни та побудована нами модель свідчать про значний вплив державного втручання у розвиток туристичної сфери, якого на сьогодні недостатньо. Тому ключовими пріоритетами для сталого розвитку галузі подорожей і туризму, стабільного зростання її конкурентоспроможності у світовому масштабі є питання:

- захисту прав власності та спрощення регулювання в цьому секторі;
- залучення іноземних інвестицій до туристичної галузі;
- розробка та реалізація довгострокових державних програм у секторі подорожей і туризму;
- посилення контролю за ефективним використанням коштів, що виділяються на розвиток сектору;
- збереження культурних і природних ресурсів, підвищення їх привабливості для іноземних туристів;
- забезпечення високого пріоритету сектора в державній політиці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Книги

1. Александрова А.Ю. Географія туризму. — М.: КНОРУС, — 592 с.
2. Алексеева Ю. Вплив державної політики на розвиток туристичної галузі України / Ю. Алексеева // Актуальні проблеми внутрішньої політики: зб. наук. праць. К: Вид-во НАДУ, 2004. Вил. 1. С.103-107.
3. Артеменко В. Б. Оцінка можливостей участі України у міжнародному туризмі / В. Б. Артеменко, В. Т. Списак. — Сер.: Економічна. — 2007. — Вип. 26 — С. 8–13.
4. Гайдук А. Інтегрований туристичний концерн – сучасна форма туристичного підприємства в умовах глобалізації // Регіональна економіка. 2006. - №2. – С.204- 212.
5. Гордієнко І. С. Міжнародний туризм та його розвиток в Україні / І. С. Гордієнко, О. Є. Шайда. — Науковий вісник НЛТУ України. — 2011. — Вип. 21.6. — С. 141–144.
6. Гук Н.А. Розвиток регіональної системи міжнародного туризму: «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Н.А. Гук. 2008. 18 с.
7. Дяченко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дяченко. — К. : Центр навч. літ-ри, 2007. — 224 с
8. Зайцева В. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі / В. Зайцева, О. Корнієнко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 2 (8).– С. 55–65.;
9. Зима А.Г. Развитие международного туризма. А. Г. Зима // Економіка розвитку. -2011. № 4(60). С. 19-22.
10. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. пос. / М.П. Мальська, В.В. Худо. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
11. Менеджмент : навч. посіб. у 2 т. / рук. авт. кол. С. Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк : ДонДУУ, 2012. – Т. 2 : Галузевий менеджмент. - 295 с. ;

12. Парфіненко А. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 126. – Ч. 1. – С. 12–23.;
13. Статистичний щорічник України за 2016р./ Під ред. О.Г. Осауленка.- К.: „Консультант”, 2017р. – 552с.
14. Томаневич Л. Формування ринку туристично-рекреаційних послуг в Україні в контексті євроінтеграційних процесів // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції „Стратегічний розвиток регіону – економічне зростання та інтеграція”. – Чернівці, 2006. – С.362-365.
15. Щербакова С.А. Нові методики оцінки економічного значення міжнародного туризму // Теорія і практика міжнародного туризму. М.: КНОРУС, 2013. – С.181-192.
16. Tourism Market Trends: Europe // World Tourism Organisation. – Madrid, 2005. – 361 p.
17. Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Topics // World Tourism Organisation – Madrid, 2005. – 199 p.

Електронні ресурси

18. Аналіз інфраструктури туристичних бізнес-послуг. URL: http://www.alushta.org/referats.php?page=view_text&id=590
19. Закон України «Про туризм» URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/>
20. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» - URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12>.
21. Інформаційні технології в туристичній діяльності. URL <http://www.ref.by/refs/54/25809/1.html>
22. Країни світу. Міжнародний туризм. Україна туристична URL. http://svit.ukrinform.ua/turism.php?page=ukr_tur&id=23762.;
23. Сайт Державного агентства України по туризму та курортам. URL [http://www.tourism.gov.ua/ua/25020/26352/.](http://www.tourism.gov.ua/ua/25020/26352/)
24. Туризм / Державна служба статистики України - URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

25. Association of Southeast Asian Nations. URL: <http://www.asean.org>

26. Social Development Network. URL: <http://app.sdn.sg/>

27. The World Factbook // Central Intelligence Agency URL
<http://https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/is.html>.

ДОДАТКИ

Схема впливу факторів на розвиток туризму



Карта розташувань визначних пам'яток України

