

**МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ**

*Навчально-методичний посібник*

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
ТУРИЗМУ І СФЕРИ ПОСЛУГ**



**МАРІУПОЛЬ 2021**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ**

*Навчально-методичний посібник*

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
ТУРИЗМУ І СФЕРИ ПОСЛУГ**

**МАРІУПОЛЬ – 2021**

УДК 338.48(075.8)

Навчально-методичний посібник «Актуальні проблеми туризму і сфери послуг» (для студентів спеціальності 242 «Туризм» (усіх форм навчання)) / укл. Ю.В.Макогон, К.В.Осипенко – Маріуполь : МДУ, 2021 – 168 с.

Навчально-методичний посібник «Актуальні проблеми туризму і сфери послуг» призначений для студентів спеціальності 242 «Туризм» (усіх форм навчання). Дисципліна передбачає розгляд проблеми туризму і сфери послуг, визначено поняття міжнародного туристичного регіону, проблеми, напрямки та перспективи їх розвитку у сучасних умовах. Надано алгоритм оцінки міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу, що передбачає розрахунок інтегрального показника, який надає узагальнену оцінку їх конкурентного потенціалу. Особлива увага приділяється напрямам інтеграції України з Європейським туристичним регіоном. Структура і зміст посібника спрямовані на розв'язання завдань, які стоять перед студентами під час вивчення даного курсу. У посібнику розглядаються теоретичні, методичні та практичні основи світового туризму. Навчальний посібник «Актуальні проблеми туризму і сфери послуг» складено на підставі відповідних нормативних вимог Міністерства освіти і науки України.

**Рецензенти:**

**Макаренко М.В.** – доктор економічних наук, професор завідувач кафедри менеджменту та підприємництва на морському транспорті Азовського морського інституту Національного університету.

**Хаджинов І.В.** – доктор економічних наук, професор кафедри міжнародних економічних відносин, проректор з наукової роботи Донецького національного університету імені Василя Стуса.

Затверджено на засіданні вченої ради економіко-правового факультету Маріупольського державного університету (протокол №7 від «23» грудня 2020 р.)

©Ю.В.Макогон,  
© К.В. Осипенко  
© Маріуполь, МДУ

## ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	5
ТЕМА 1. ЕТАПИ РОЗВИТКУ І СУЧАСНИЙ СТАН ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ.....	7
1.1. Підходи до формування туристичних регіонів їх системи та характеристика.....	7
1.2.Фактори розвитку та закономірності конкурентоспроможності туристичних послуг.....	23
1.3 Пріоритетні напрямки розвитку туризму та прогресивні методики його оцінки.....	30
ТЕМА 2. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ.....	50
2.1. Галузеві особливості формування туристичних регіонів.....	50
2.2. Організація і розвиток туристичних регіонів.....	73
2.3. Методичні засади оцінки конкурентоспроможності та економічні показники послуг.....	78
ТЕМА 3. АКТУАЛЬНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЇХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ.....	98
3.1. Перспективи розвитку світового туризму.....	98
3.2. Шляхи підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг та туристичних регіонів.....	108
3.3. Нові напрямки інтеграції національної туристичної галузі до Європейського туристичного регіону.....	121
ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ.....	133
ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК.....	148
ЛІТЕРАТУРА.....	160

## ПЕРЕДМОВА

Сучасні тенденції розвитку світового господарства характеризуються розширенням взаємозв'язків та загостренням конкурентних відносин між туристичними регіонами світу, що посилює, з одного боку, поглиблення глобалізаційних процесів, а з іншого – динамічний розвиток туризму у системі міжнародних економічних відносин. За цих умов розвиток міжнародного туризму супроводжується не тільки кількісними, а й якісними зрушеннями у туристичних регіонах світу.

Туризм, шляхом формування регіональних (дестинаційних), утворень відкриває великі можливості для соціально-економічного розвитку територій (країни, регіону, міста), що володіють різною кількістю туристських ресурсів. Завдяки туризму у багатьох галузях та сферах діяльності, які беруть участь у формуванні туристських або супутніх туризму продуктів, з'являється можливість отримувати основний або додатковий прибуток. Туризм можна розвивати в будь-якій країні, регіоні, головне – потрібно мати правильне уявлення про його специфічні можливості та відповідне інформаційне забезпечення при плануванні діяльності. Туризм необхідно розглядати як відкриту соціально економічну систему, на яку чинять вплив безліч факторів. У туристичній індустрії прямо або опосередковано беруть участь багато підприємств, діяльність кожного з яких, як правило, залежить від діяльності кожного учасника системи.

Сфера туризму на державному рівні не відіграє значної ролі у повноцінному виконанні економічних, соціальних і гуманітарних функцій, збереженні навколишнього природного середовища та культурної спадщини, наповненні бюджетів усіх рівнів, створенні нових робочих місць, збільшенні питомої ваги сфери послуг у структурі внутрішнього валового продукту. Тому, для підвищення конкурентоспроможності сфери туризму і курортів необхідно посилити роль держави у цій сфері з одночасним формуванням ефективної моделі співпраці держави, бізнесу та суспільства. Подолання наявних негативних тенденцій, створення системних і комплексних передумов для

розвитку туризму, поліпшення функціональної та технічної якості складових національного та регіональних туристичних продуктів повинні стати пріоритетами забезпечення сталого розвитку країни в цілому та вагомою складовою у вирішенні питань підвищення рівня життя населення.

Основною метою вивчення дисципліни «Актуальні проблеми туризму і сфери послуг» є формування у студентів комплексу необхідних теоретичних знань і практичних навичок з економічних основ розвитку, аналізу процесів економіки України та пріоритетних напрямків їх розвитку у сфері туристичних послуг.

Основними завданнями вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка студентів фаху з питань опанування економічними основами розвитку, галузевих особливостей системи туризму, аналізу та оцінки техніко-економічної й екологічної ефективності, якості технологічних рішень у сфері туристичних послуг.

Навчальний посібник є комплексною та завершеною роботою, підготовлений на належному теоретичному, методичному і прикладному рівні. За структурою, змістом та обсягом навчальний-методичний посібник відповідає вимогам МОН України, що дозволяє рекомендувати його до друку.

З означених позицій підготовлений авторами навчальний посібник «Актуальні проблеми туризму і сфери послуг» може бути корисним для студентів вищих навчальних закладів, фахівців з профілю, які займаються питаннями світового туризму та конкурентоспроможності туристичних регіонів.

## **ТЕМА 1. ЕТАПИ РОЗВИТКУ І СУЧАСНИЙ СТАН ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ**

**1.1. Підходи до формування туристичних регіонів їх системи та характеристика.**

**1.2. Фактори розвитку та закономірності конкурентоспроможності туристичних послуг.**

**1.3 Пріоритетні напрямки розвитку туризму та прогресивні методики його оцінки.**

**1.1. Підходи до формування туристичних регіонів їх системи та характеристика**

На зламі ХХ-ХХІ ст. однією з сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму є посилення процесів глобалізації та регіоналізації. Характерною відмінністю глобалізаційних процесів є відтворення різних видів економічної діяльності на глобальному рівні, а також посилення взаємозалежності та взаємозв'язку за основними сферами економічного, політичного та соціального життя в масштабах глобального світового господарства. Розвиток глобалізації інтенсифікує трансформацію сучасного світового господарства, викликаючи інституційні, організаційні та інформаційні зміни світового економічного простору і визначає глобальний характер процесів, які в ньому відбуваються [25, с.159-166]. Інтенсивний розвиток регіоналізації пов'язаний з інтеграційними процесами, які відбуваються в глобальній економічній системі. Внаслідок сформованої тенденції здійснюється об'єднання різних країн світу за регіональною (територіальною) приналежністю.

Прискорення розвитку туристичної індустрії перетворило туризм на глобальне явище, однак за своїм змістовним наповненням він не перестає бути регіональним та національним. Туристична індустрія, пропонуючи уніфіковані системи відпочинку й обслуговування, експлуатує регіональні природні відмінності і національну та культурну самобутність етнічних груп і місцевих

громад, що у багатьох випадках стає головним мотивом для здійснення подорожі [55, с. 327-335]. Необхідно звернути увагу на те, що туристична галузь може виступати рушійною силою для одночасного розвитку глобалізаційних процесів та регіонів.

Сучасні наукові дослідження характеризуються неоднозначним тлумаченням поняття «регіон», а також відсутністю єдиного теоретико-методологічного інструментарію діагностики регіонального розвитку. Незважаючи на значний обсяг проведених досліджень з вивчення регіону як системи, єдиного бачення та визначення «регіон» так і не існує. У зв'язку з цим, вважаємо за необхідне уточнити визначення «регіон». Необхідність уточнення категоріального апарату викликана наявністю великої різноманітності трактувань поняття регіон, які часто є розпливчатиими.

На думку З. Герасимчука та І. Ваховича, регіон – це відносно цілісна відтворювальна соціо-еколого-економічна система господарської території, самостійна в адміністративно-правовому відношенні, яка є складовою частиною країни, виділяється своїм економіко-географічним положенням, комплексом природних, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, спеціалізацією і структурою господарства, спільністю екологічних проблем, а також високим рівнем внутрішніх соціально-економічних зв'язків [12, с.29-30].

Виникнення такого роду регіонів, на думку Ю. Перського та Н. Калюжної, дозволяє вести самостійну економічну політику, застосовувати ряд економічних інструментів для покращення своїх конкурентних позицій, виходити на світовий ринок в якості учасника світових конкурентних процесів [35, с.16-17]. Крім того, на думку О. Гранберга, регіон слід розглядати з точки зору підсистеми інформаційного суспільства та безпосереднього учасника інтернаціоналізації та глобалізації світової економіки [18, с.84].

У сучасних умовах регіон переходить в нову фазу свого розвитку та все більше виходить за рамки міжрегіональної взаємодії всередині держави і активно починає функціонувати на міжнародній арені [64]. Відтак, розвиток процесів інтернаціоналізації і як наслідок розвиток інтеграційних процесів



приводять до формування міжнародних регіонів. Традиційне визначення світової економіки як об'єднання національних економік перестало відповідати дійсним економічним процесам, оскільки просторова побудова «великих систем» у міжнародній економіці зазнала значних змін [13]. На наш погляд, доречною є думка вітчизняних вчених Д. Лукьяненка, Л. Антонюк, А. Поручника про те, що в міжнародній економіці під регіоном розуміється сукупність країн, які мають спільне географічне положення, подібні природні умови, спеціалізацію і рівень розвитку виробничої та невиробничої сфер [59, с. 3]. Зарубіжний дослідник Дж. У. Скотт наголошує на тому, що поява подібних міжнародних регіонів викликана існуванням спільних інтересів, які здійснюють вплив на країни, що мають на меті об'єднання у певні асоціації. З точки зору українського вченого І. Гладій, міжнародний регіон, як суб'єкт міжнародної економіки, охоплює не лише держави, а й окремі території держав, що підкреслює гетерогенність його складових частин [59, с.221].

На думку В. Геєця, формування геополітичної та гео економічної карти світу відбуваються завдяки глобальним регіональним об'єднанням [30, с.8-9]. О. Булатова, розглядаючи регіон як простір, стверджує, що він (простір) утворює сукупність країн певного регіону/континенту світу з високим ступенем інтенсивності економічних зв'язків, які виникають на основі спільних інтересів, ресурсного забезпечення, рівня розвитку виробничих сил та характеру спеціалізації, компліментарності торгівлі, в тому числі у форматі інтеграційного об'єднання [9, с.65].

Таким чином, в міжнародній економіці під регіоном варто розуміти економічний простір, який складається з країн територіально окресленого простору, засновується на однорідності географічних, культурних, історичних, економічних, політичних властивостей та характеризується цілісністю і комплексністю, що дозволяє приймати участь у міжнародних процесах та забезпечувати стабільне функціонування сучасного світового господарства.

Характер сучасного розвитку світового господарства в аналізі сутності міжнародного регіону дозволяє виділити істотну роль туризму в розвитку

міжнародних територіальних утворень. Саме туризм займає провідне місце в стимулюванні світового господарського розвитку, є одним з пріоритетних напрямів підвищення ефективності функціонування та приносить істотну вигоду міжнародним регіонам. Вплив природних і соціально-економічних, історичних, політичних та інших факторів обумовлює поділ територій світових держав на туристичні регіони. У зв'язку з вищезазначеними обставинами виникає необхідність у визначенні поняття «туристичний регіон» на новому рівні теоретичного переосмислення проблеми з урахуванням сучасних процесів глобалізації та регіоналізації світового господарства.

Всесвітня Туристична Організація (ВТО) визначає туристичний регіон, перш за все, як територію, що має велику мережу спеціальних споруд і послуг, необхідних для організації відпочинку чи оздоровлення. Виходячи з цього визначення, можна наголосити на важливості об'єктів туристичного інтересу як однієї з ключової складової, що формує конкурентоспроможність туристичного регіону. Цілком слушною є думка українського вченого В. Кіптенко про те, що в міжнародній економіці під туристичним регіоном розуміється сукупність, яка відрізняється від інших територій наявністю природних та/або історичних, відносно стійких економіко-географічних та інших особливостей, які часто поєднуються з особливостями національного складу населення [31]. Схожу думку висловлюють й В. Смолій, В. Федорченко та В. Цибух, оскільки, на їх погляд, туристичний регіон становить собою групу країн, які мають схожі умови розвитку і характеризуються спільністю генезису і взаємозв'язків компонентів туристичної індустрії [22].

Борушак М. стверджує, що в основі вже існуючих визначень поняття «туристичний регіон» лежить селективний вибір туристичних ознак. Український вчений визначає «туристичний регіон», як територію, що має у своєму розпорядженні об'єкти туристичного інтересу, та у межах якої у відповідному обсязі здійснюється використання і реалізація туристичних ресурсів, а набір пропонованих туристичних послуг є значно ширшим від мінімально необхідного, з врахуванням специфіки конкретного туристичного

регіону. На нашу думку, останнє визначення є досить точним по відношенню до туристичного регіону, бо наявний широкий спектр туристичних ознак, серед яких туристичний потенціал, наявність природно-ресурсної бази, туристичного продукту, об'єктів туристичного інтересу, відповідних туристичних послуг формують не тільки національну, а й міжнародну конкурентоспроможність туристичного регіону. Також слід зазначити, що наведені вище визначення характеризують сутність туристичного регіону різних рівнів ієрархії – мега-, макро-, мікрорівня. Однак, якщо прийняти до уваги той факт, що національна туристична індустрія певної країни є складовою частиною світової туристичної індустрії, то вони мають загальні сутнісні характеристики та властивості.

Теоретичне обґрунтування та аналіз вже існуючих понять дозволяє навести більш повне та уточнене визначення туристичного регіону з точки зору світового господарства. На нашу думку, під визначенням поняття «міжнародний туристичний регіон» необхідно розуміти територіально-туристичну систему, що складається з сукупності країн, які мають специфічні туристичні особливості, характеризуються наявністю об'єкта туристичного інтересу, а також ідентичними та взаємодоповнюючими географічними, ресурсними, історичними факторами, завдяки чому виникає туристична спеціалізація щодо зовнішнього світу».

З метою уточнення поняття туристичного регіону визначимо його основні властивості за М. Рассетом [69, с.11]. Зарубіжний вчений пропонує наступну характеристику властивостей, за допомогою яких можна отримати більш систематизоване уточнення поняття:

- Соціокультурна однорідність – однорідність туристичних регіонів в культурному та соціальному відношенні. Кожна з держав туристичного регіону однаково ставиться до сформованих внутрішніх атрибутів;
- Політична ідентичність – до складу туристичного регіону входять держави, які мають схожі політичні властивості; кожна з

держав дотримується однакової поведінки на світовій арені та має спільне бачення зовнішнього світу;

- Політична взаємозалежність – туристичні регіони, які політично взаємозалежні та взаємопов'язані один з одним, за рахунок системи національних і міжурядових структур;

- Економічна взаємозалежність – економічно взаємозалежні туристичні регіони, пов'язані між собою внутрішньорегіональною торгівлею товарів та послуг, ступінь якої визначається пропорціями до національного доходу.

Розглядаючи визначення туристичного регіону та його властивостей, вважаємо необхідним навести його класифікацію. Незважаючи на різні трактування [80, с.7], було виявлено, що більшість дослідників поділяє туристичні регіони на дві групи, серед яких однорідні і функціональні. Туристичні регіони за однорідною класифікацією поділяються на три підтипи:

- природні туристичні регіони, межі яких визначають загально схожі географічні, топографічні, кліматичні, екологічні та інші природні характеристики;

- туристичні регіони, які мають досить яскраво виражену спільність

- історичного та культурного розвитку території або її ідентичність;

- туристичні регіони, що визнані як економічно самодостатні.

Складові частини функціонального туристичного регіону спочатку не обов'язково схожі один на одного. Створення таких туристичних регіонів передбачає взаємодію та інтеграцію всередині них, щоб в кінцевому підсумку територіальні компоненти виявлялися взаємодоповнюючими [67]. Ґрунтуючись на функціональному підході, туристичні регіони прийнято типологізувати наступним чином:

- функціональний туристичний регіон характеризується специфічною метою взаємодії і концентрується на отриманні переваг у межах певного сектора шляхом співпраці з різних регіональних питань;
- культурний туристичний регіон визначається за допомогою питань, які стосуються самоідентифікації населення території. Наявність спільної спадщини, мови, культури, звичаїв роблять регіон однорідним на певній території, що формує його «культурну» відмінність від інших територій;
- адміністративний туристичний регіон належить до адміністративної структури, яка існує в державах з ієрархічним порядком між муніципалітетами, округами і центральною адміністрацією.

Наведена типологізація туристичних регіонів може формувати їх структуру у системі світового господарства з точки зору просторового підходу. З нашої точки зору, буде доцільним привести розподіл світових регіонів за думкою А. Воскресенського [11, с.139-142], який класифікує туристичні регіони за п'ятьма принципами (табл.1.1).

Представлена класифікація туристичних регіонів за географічним, історико-культурними, культурно-релігійними, міжнародно-політичними, геоекономічними та геополітичними принципами дає змогу стверджувати, що просторова природа туристичних регіонів визначається наявністю хоча б одного із наведених принципів, які обумовлюють поділ або об'єднання національних територій на туристичні регіони, в тому числі й міжнародні.

Сучасний світ економіки постійно еволюціонує і як наслідок утворює багаторівневу ієрархію, рівні якої характеризують специфічний простір і час протікання господарських процесів, тому наведена композиція концептуальних підходів туристичних регіонів за різними ієрархічними рівнями дає більш точне уявлення про структуру світової туристичної галузі. Мега-, макро-, мікрорівні відображають структуру історичного розвитку глобальної економічної системи,

у середині якої протікають тісні процеси взаємодії фірм, вдосконалення галузей та міжгалузевих комплексів, а також утворюються територіальні господарські комплекси та співтовариства різного масштабу.

Для об'єктивної характеристики світової туристичної галузі необхідно сформулювати правильне уявлення про її складну багаторівневу систему.

Таблиця 1.1

### Класифікація туристичних регіонів за принципами

Назва принципу	Трактування	Приклад
Географічний принцип	Розподіл туристичних регіонів за основними континентами світу	Макрорегіони (Азія, Африка, Америка, Європа, Австралія і Океанія); Мезорегіони (Центральна, Північна, Південна Америка, Північно-Східна, Південно-Східна, Південна, Західна, Центральна Азія, Північна Африка, Африка на Південь від Сахари) та регіони (Східна Європа, Близький Схід та ін.)
Історико-культурний принцип	Розподіл туристичних регіонів на основі етнокультурних та інших параметрів	Китайський, корейський, індокитайський (в'єтнамський), арабський, індіранський, тюркський, російський, північноамериканський, латиноамериканський, африканський
Культурно-релігійний принцип	Визначає розподіл туристичних регіонів за культурною та історичною ідентичністю та розвитком території	Конфуціансько-буддистський, індуїстський, мусульманський, православний, західно-християнський, африканський, тихоокеанський, латиноамериканський
Міжнародно-політичний принцип	Визначається виконанням в межах дії певних світових організацій	НАТО, СНД та ін.
Гео економічні та геополітичні принципи	Розподіл туристичних регіонів, для яких характерний високий рівень політичних, економічних, культурних та інших взаємовідносин	Європейський, східно-азійський, північноамериканський та ін.

Просторові таксономічні моделі географічної структури туризму в регіонах різні та можуть розглядатися на різних рівнях: мегарівні, макрорівні та мікрорівні. Трансформація господарського простору глобальної економічної

системи інтенсифікує процеси, під впливом яких формуються та розвиваються мегарегіони. Мегарегіональний економічний простір об'єднує національний простір макрорівня, який має специфічні особливості та характеристики, а також формується і розвивається під впливом умов, ресурсної бази та факторів глобального та національного характеру.

Мегарівень заснований на розширенні і поглибленні світогосподарських зв'язків між туристичними регіонами, розвитку інтеграційної взаємодії країн певного туристичного регіону, і як наслідок утворення міжнародних регіональних інтеграційних об'єднань. Для більш повної характеристики мегарівня є необхідним сформулювати адекватне уявлення у теоретичному та практичному аспектах про такий складний елемент глобальної економічної системи, як мегарегіон.

Термін «мегарегіон» є достатньо новим та ще не отримав широкого роз'яснювання у сучасній економічній літературі. Якщо спиратися на визначення Є. Іншакової, то на її думку мегарегіон – це екоекономічний простір, інституційно, організаційно та інформаційно однорідний і функціонально відокремлений для спільного забезпечення і обслуговування світових потоків товарів і послуг за допомогою своїх каналів і порталів зацікавленими господарськими суб'єктами, пов'язаними спільними проектами і процесами на основі територіальної концентрації та взаємодії різноманітних видів капіталу [27, с.160]. Необхідним є адаптування наведеного визначення до сфери міжнародного туризму, тому на нашу думку, «туристичний мегарегіон» – це структурний елемент глобальної економічної системи, що формується на рівні світового туристичного господарства на основі його фрагментації на великі економічні та політичні самодостатні сегменти, розвитку і розширення тісних економічних та туристичних зв'язків та пов'язаний виконанням туристичних функцій на глобальному рівні.

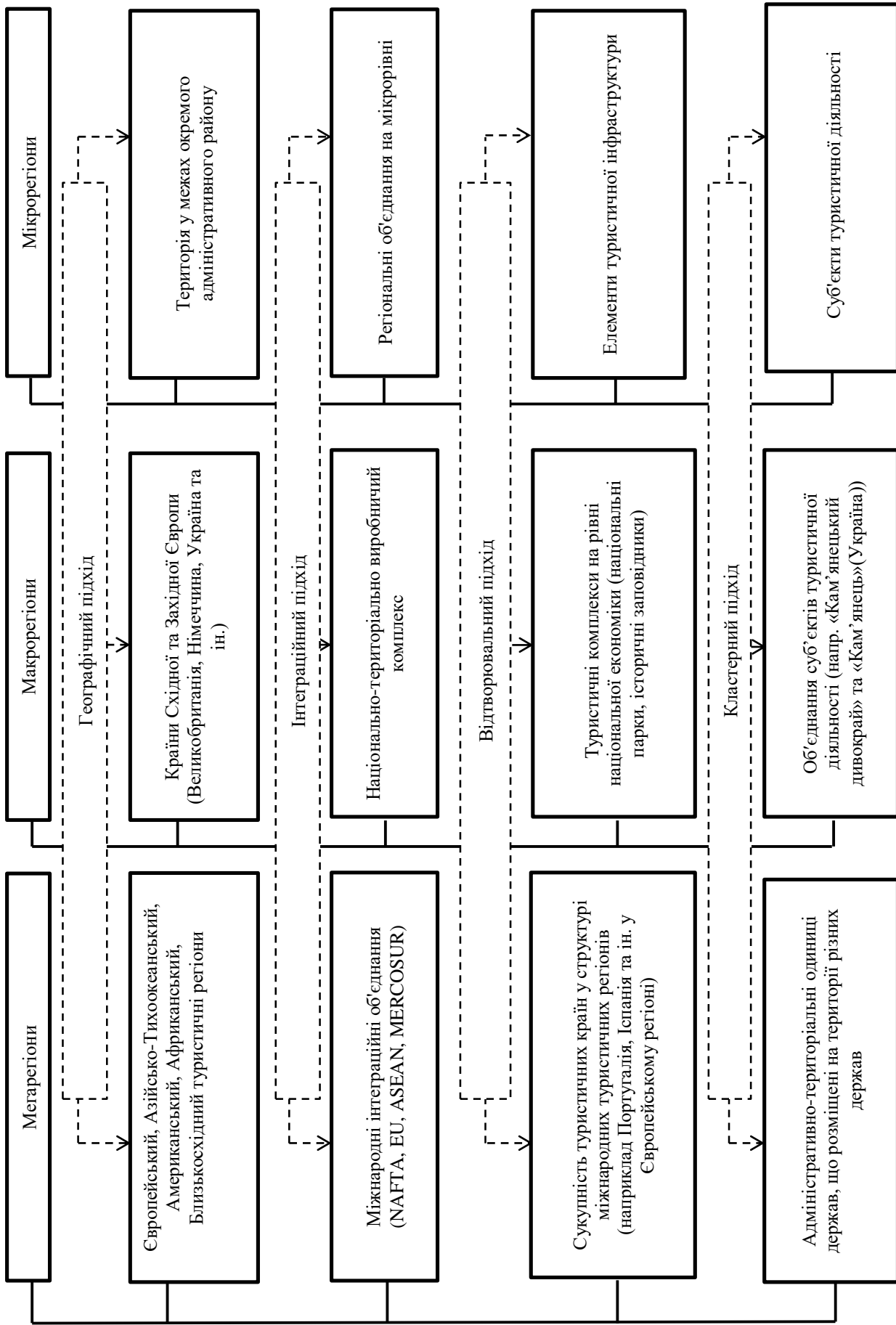
Серед ознак мегарегіону варто виділити наступні: наявність тісних економічних, торговельних, соціальних, політичних зв'язків між суб'єктами туристичного регіону; збалансоване і економічно вигідне виробництво

туристичного продукту, з метою подальшого обміну з країнами-учасницями туристичного регіону; можливість безперервного транспортного сполучення, тобто не перетинаючи кордону туристичного регіону; загальна або скоординована транспортна та інформаційна інфраструктура; ймовірна наявність подібностей культурної спадщини та історичного минулого туристичного регіону. Прикладами туристичних мегарегіонів, які відповідають зазначеним вище ознакам, у даному випадку є Європейський, Американський, Азійсько-Тихоокеанський, Африканський та Близькосхідний, а серед мегарегіональних інтеграційних об'єднань виступають, перш за все, Європейський Союз (EU), Асоціація держав Південно-Східної Азії (ASEAN), Північноамериканська зона вільної торгівлі (NAFTA). Економічний простір таких мегарегіонів розширено відтворюється і еволюціонує від відокремлених національних господарських просторів до загального [26], а у подальшому до єдиного інтегрованого, що характеризується високим ступенем однорідності і безперервності.

Макрорівень формується на підставі взаємовідносин між національними економіками або групами країн і утворює єдиний туристичний комплекс країни зі своєю структурою та органами управління. Мікрорівень базується на системі договірних відносинах, що виникають у процесі розвитку спільної туристичної діяльності, створення окремих територіальних частин у структурі національних економік. Кожен з них тісно взаємопов'язаний один з одним, оскільки «економічна система кожного з рівнів є продуктом взаємодії її внутрішнього та зовнішнього середовища, усі рівні світової економічної системи особливо в сучасних умовах глобалізації, зазнають виражений взаємний вплив» [26, с.159-166].

Аналіз сутності туристичних регіонів з точки зору розвитку світового господарства дозволяє виділити низку підходів. Узагальнюючі існуючі підходи до структуризації світового господарства можна запропонувати таку схему композиції концептуальних підходів щодо систематизації рівнів туристичних регіонів з точки зору їх ієрархічної просторової структури (рис.1.1).





**Рис.1.1. Композиція концептуальних підходів щодо систематизації рівнів туристичних регіонів з точки зору їх ієрархічної просторової структури**

Сутність географічного підходу, полягає, перш за все, у детальному аналізі території. Територія являє собою сукупність всіх процесів життєдіяльності людини та суспільства, серед яких процеси територіальної організації суспільства, економічно-географічне районування, розміщення виробничих сил у регіоні і т.п. Географічний підхід у формуванні туристичних регіонів може розглядатися з трьох точок зору: 1) як носій різноманітних туристичних ресурсів та умов; 2) з позиції виконання різних функцій – економічних, соціальних, екологічних і т.п.; 3) як специфічна властивість простору, яка має безпосередній вплив на впорядкованість розташованих у ньому суб'єктів [24, с.148].

На перше місце висуваються територіальні аспекти функціонування різних напрямів діяльності, в тому числі, й туристичної у складі господарського комплексу країни та двосторонніх зв'язків з іншими регіонами. Даний підхід спрямований на формування і зміцнення територіальної структури туристичної діяльності в регіонах, розвиток мережі туристичних центрів, формування нових туристичних зон, а також системи багатофункціональних і спеціалізованих туристичних центрів у регіонах [53].

Сутність інтеграційного підходу полягає у об'єднанні туристичних суб'єктів регіонів різних рівнів, поглибленні їх взаємодії, розвитку зв'язків між ними, в тому числі і на глобальному рівні [63].

Інтеграційний підхід ґрунтується на поглибленні взаємозв'язків суб'єктів туристичної діяльності регіонів, їх об'єднанні, посиленні взаємодії та взаємозв'язку між складовими системи світового господарства. Тобто інтеграція забезпечує поглиблення і конкретизацію взаємозв'язків між окремими підсистемами цих взаємозв'язків [45, с.39].

Даний підхід базується на наявності тісної форми співробітництва між державами, стійких економічних зв'язків та високому рівні компліментарності. Так, інтеграція в туризмі є засобом зростання економічного потенціалу учасників через об'єднання ресурсів [43], створення сприятливих умов діяльності [56, с.42-54], побудову закінчених технологічних циклів [23], упорядкування та

координацію діяльності та управління [49], зниження витрат [53], зростання продуктивності праці [23], досягнення ексклюзивних конкурентних переваг, збільшення ринкової влади учасників [84], досягнення синергетичних ефектів [58], ліквідацію дискримінації та економічних бар'єрів [7], налагодження довгострокового співробітництва [15].

Вищенаведене ще раз підтверджує, що туризм відіграє інтегруючу роль у забезпеченні позитивної динаміки не тільки окремих видів економічної діяльності, серед яких транспорт, торгівля та ін., але й кількісних і якісних показників розвитку світового господарства в цілому.

Розвиток інтеграційних процесів став закономірним результатом зростання міжнародного руху товарів і факторів виробництва, що потребувало створення надійніших виробничо-збутових зв'язків між країнами і усунення численних перешкод на шляху міжнародної торгівлі і пересування факторів виробництва. Це виявилось можливим зробити лише в рамках міждержавних інтеграційних об'єднань на основі багатосторонніх політичних угод [9].

В результаті формування інтеграційних взаємозв'язків між їх учасниками відбувається зближення національних господарських систем, які спроможні до саморегулювання завдяки впровадженню узгодженій міждержавній економіці та політиці. Таким чином, інтеграційні взаємозв'язки розглядаються як відносини на договірній основі, що мають стратегічно спрямований характер та утворюються в результаті інтеграційної взаємодії суб'єктів туристичної діяльності.

На думку К. Солонінко, інтеграційний підхід варто розуміти як об'єктивний, регульований і направлений процес зближення, зрощення і взаємодії національних господарських систем, в основу якого покладено економічний інтерес самостійних господарюючих туристичних суб'єктів.

Метою інтеграційного підходу є нарощування обсягу товарів і послуг внаслідок забезпечення ефективності туристичної діяльності в міжнародних масштабах. Отже, можна констатувати, що застосування інтеграційного підходу дозволить оптимізувати та підвищити ефективність виробничих та

збутових процесів, які зв'язані з туристичною діяльністю на різних рівнях господарської діяльності. В рамках дослідження запропоновано прийняти за основу результат структурування глобальної економічної системи на підставі географічного підходу з виділенням інтеграційного підходу, оскільки в рамках кожного географічного регіону існує інтеграційне угруповання (Європейський туристичний регіон – туристичний регіон країн Європейського Союзу; Американський туристичний регіон – туристичний регіон країн НАФТА і Азійсько-Тихоокеанський – Асоціація держав Південно-Східної Азії). Це дозволить виявити взаємозв'язок між туристичним регіоном та інтеграційним угрупованням, членами якого є країни одного з туристичних мегарегіонів, та підтвердити припущення про те, що найбільший внесок в розвиток туризму географічного регіону робить саме інтеграційне угруповання, а точніше його країни.

Як було визначено раніше, туристичний регіон можна розглядати як територіальну систему, усередині якої відбуваються процеси виробництва товарів та послуг, розподіл та споживання. Відтак, з цієї точки зору, туристичний регіон визначається як система з внутрішнім механізмом відтворення, яка характеризується окрім цілісності, єдності території та господарських процесів, наявністю специфічних властивостей: регіональні умови відтворення суспільного продукту, основних фондів і робочої сили, джерела капіталовкладень і затрат на утримання невиробничої сфери, особливості розподілу регіональних трудових ресурсів, формування доходів населення і можливості їх товарного покриття, фактори соціального і національного характеру [40].

Наведене вище дає підстави для виділення відтворювального підходу, який характеризується застосуванням усіх стадій відтворювального циклу. Дослідження туристичного регіону, яке ґрунтується на застосуванні відтворювального підходу, дає можливість проаналізувати численні сторони туристичної індустрії та форми її прояву.

Першочерговою задачею відтворювального процесу у туристичному регіоні має стати вдосконалення індустрії туризму. Відтак, необхідно визначитися наступними орієнтирами: туристичними ресурсами, туристичною інфраструктурою, поліпшенням природного середовища, забезпеченням належних умов для праці та дозвілля і т.п. У відтворювальному підході важливе місце відводиться дослідженню внутрішньорегіональних та міжрегіональних взаємозв'язків у сфері туристичної індустрії, наявності туристичних ресурсів, оптимальному розміщенню туристичної інфраструктури та т.п.

Кластерний підхід дозволяє оптимально ефективно використовувати свій рекреаційно-туристичний потенціал, як країні в цілому, так і в окремому регіоні. Найважливішою властивістю кластерного підходу є інтеграція та комбінювання елементів, які не пов'язані між собою в єдине ціле, з метою реалізації поставленої мети. Варто зауважити, що кластер виступає не тільки як взаємопов'язані установи на основі принципу географічної концентрації, але як множинна взаємодія між підприємствами та споживачами. Таким чином, при впровадженні та розвитку кластеру необхідно враховувати розмір суспільного попиту, виходячи за межі одного регіону. Діяльність з реалізації кластерного підходу може бути визначена як кластеризація і являє собою комплекс організаційно-економічних заходів, що здійснюються державними, приватними або громадськими інститутами з метою об'єднання підприємств та установ у кластери, встановлення між ними неформальних взаємовідносин і мережевої співпраці [51, с.66].

Кластерний підхід у туризмі свідчить про те, що глобалізаційні процеси характеризуються динамічним поглибленням у різні галузі економіки. Туристичний кластер виступає як система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту [53]. До туристичних кластерів відносяться групи туристичних атракцій, які географічно сконцентровані на обмеженій території та використовують

природні, економічні та туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, місцеві ринки праці, впроваджують рекламу та інформаційну діяльність [16]. Туристичні кластери формуються на базі туристичних активів в регіоні і складаються з підприємств різних секторів, пов'язаних з обслуговуванням туристів, наприклад, туристичних операторів, готелів, сектора ресторанного бізнесу, виробників сувенірної продукції, транспортних підприємств та інших [10].

Застосування кластерного підходу у регулюванні сферою туризму на регіональному рівні створює переваги для всіх учасників регіонального туристичного кластерного утворення, регіонального бізнесу та органів регіонального управління. При здійсненні регулювання регіональним розвитком туристичної сфери завдяки розробці кластерних туристичних моделей створюються умови для трансформаційних процесів економіки регіону; підвищення рівня взаємозв'язку місцевих органів самоврядування з бізнес-структурами; зростає соціальна, економічна, політична, інноваційна важливість регіону, як наслідок підвищується рівень конкурентоспроможності туристичних підприємств, послуг та регіону в цілому; поліпшується інвестиційний клімат регіону та зростає його інвестиційна привабливість; покращується стан зовнішнього довкілля. Крім того, на території формування регіонального туристичного кластера створюються умови для появи нових підприємств, які характеризуються потребою в певній кваліфікації трудових ресурсів, режимах інвестування, обслуговуючих та узгоджених структур.

Отже, головною умовою кластерного підходу є об'єднання зусиль різноманітних організацій, підприємств, фірм та установ, регіонів діяльність яких, зазвичай, характеризується однією певною сферою. Кластерний підхід дозволяє формувати та проводити заходи з реалізації конкурентних переваг туристичного регіону як специфічного економічного суб'єкта.

Таким чином, визначено, що туристична індустрія як одна з прогресуючих галузей глобальної економічної системи характеризується ієрархічною просторовою структурою, що визначається різнорівневою

таксономічною моделлю, яка складається з трьох рівнів: мегарівня, макрорівня та мікрорівня. Структуру таксономічних моделей формують міжнародні туристичні регіони, під якими розуміють «територіально-туристичну систему, що складається з сукупності країн, які мають специфічні туристичні особливості, характеризуються наявністю об'єкта туристичного інтересу, а також ідентичними та взаємодоповнюючими географічними, ресурсними, історичними факторами, завдяки чому виникає туристична спеціалізація щодо зовнішнього світу». Дослідження теоретичних підходів до формування туристичних регіонів дозволило встановити й обґрунтувати наявність таких підходів, як географічний, інтеграційний, відновлювальний, кластерний. Важливою складовою міжнародних туристичних регіонів є конкурентні переваги, які формуються під впливом багатьох туристичних факторів. З огляду на це, актуальним є питання дослідження факторів розвитку міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів.

## **1.2. Фактори розвитку та закономірності конкурентоспроможності туристичних послуг**

Міжнародний туризм як найважливіша складова частина зовнішньоекономічної діяльності кожної з держав світового співтовариства є однією з найбільших і високоприбуткових галузей світових економік, адже він входить в число трьох найбільших експортних галузей. Ринок туристичних послуг – це система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотне перетворення грошових коштів на туристично-екскурсійні послуги.

Туристична галузь є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету, істотного позитивного впливу на стан сумісних галузей економіки, таких як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо. Міжнародний туризм вносить вагомий, з кожним роком зростаючий внесок у розвиток міжнародної економіки.

Вплив глобалізаційних процесів на міжнародний туризм у світі зростає, що пов'язано з розширенням внесків міжнародного туризму в платіжний баланс країни, забезпеченням зайнятості населення, сприянням диверсифікації економіки, а також з раціональним використанням рекреаційних ресурсів.

Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується домінуванням сфери послуг як у структурі національного виробництва більшості країн світу, так і в системі міжнародних економічних відносин. Це свідчить, з одного боку, про формування економіки нового типу, а з іншого – глобальних перетворень, перехід до наступного ступеня розвитку світового співтовариства. Сьогодні відзначається провідними позиціями сфери послуг у системі створення валового національного продукту, зовнішньої торгівлі окремої країни та, відповідно, міжнародної торгівлі в цілому. За останні роки міжнародний туризм почав розвиватися стрімкими темпами. Туристична сфера є доволі прибутковою як для держави, так і для економічних суб'єктів на мікрорівні [2].

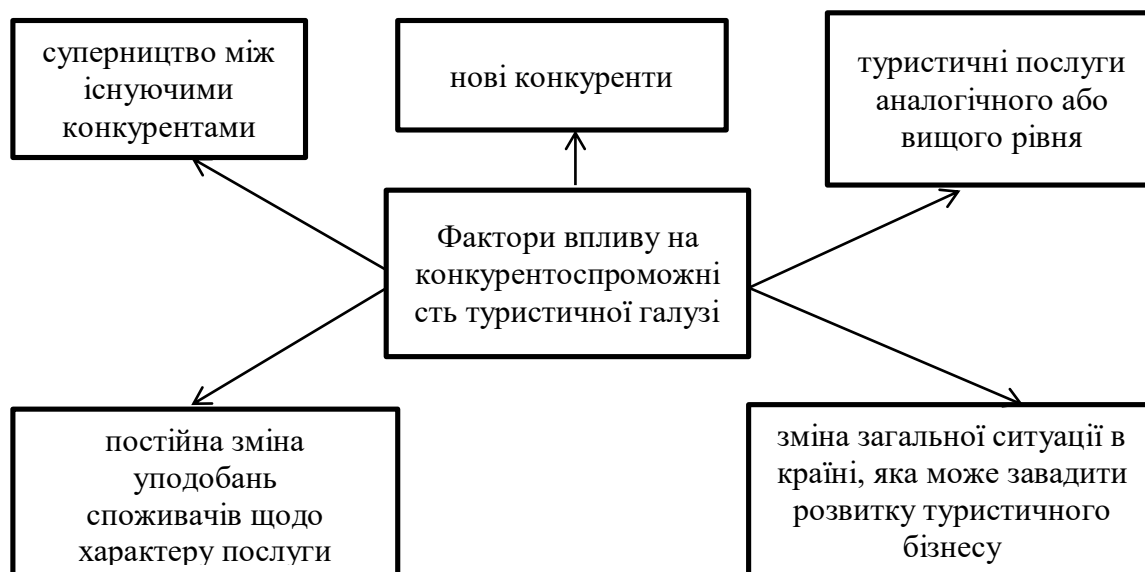
Туристичний бізнес є досить вигідним напрямом вкладання капіталу, що дає високий і швидкий економічний ефект (окупність витрат у середньому складає два чотири роки, а витрати на створення одного робочого місця у 20 разів менші, ніж у промисловості). При цьому важливо враховувати, що туристичні послуги не вичерпуються, відтворюються безперервно, існує можливість їх постійного удосконалення, вони реалізуються за готівку у твердій валюті, а не надаються в кредит.

Незважаючи на значний інтерес до дослідження міжнародного туризму, багато аспектів його функціонування потребують додаткової уваги. Зокрема, організаційний механізм та конкурентоспроможність країн на ринку туристичних послуг.

Суть конкуренції у будь-якій галузі економіки розкривається з декількох позицій, в туристичній галузі до них відносять наступні: суперництво між існуючими конкурентами; туристичні послуги аналогічного або вищого рівня;



постійна зміна уподобань споживачів щодо характеру послуги; зміна загальної ситуації в країні, яка може завадити розвитку туристичного бізнесу (рис.1.2).

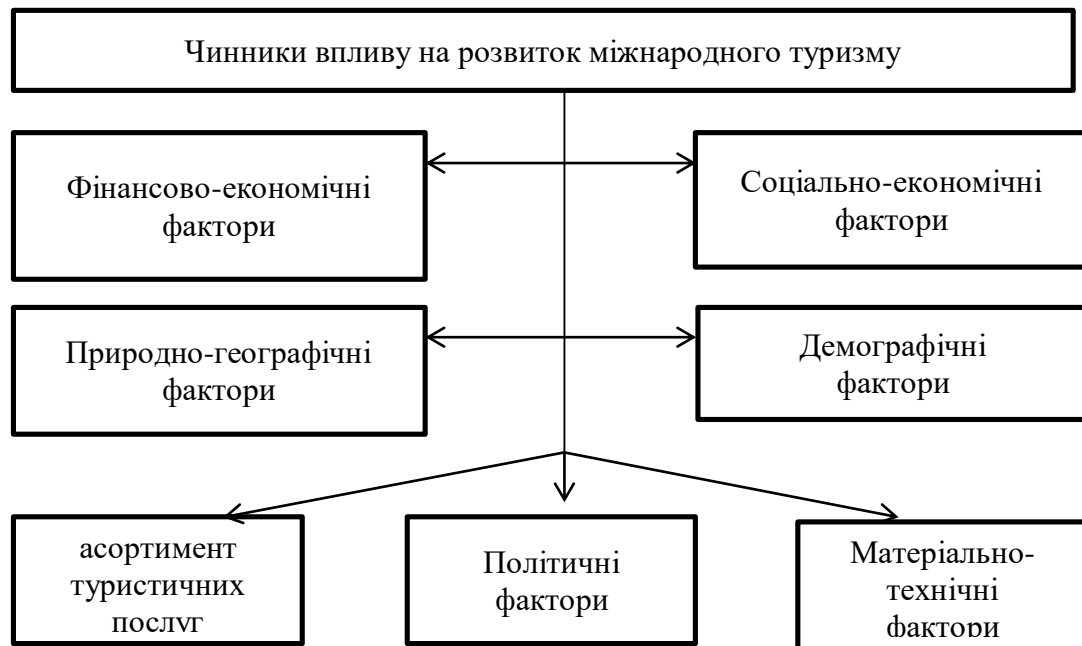


**Рис. 1.2. Фактори впливу на конкурентоспроможність туристичної галузі**

Потенційний турист під час вибору тієї чи іншої країни для подорожі бере до уваги такі фактори, як політична та економічна стабільність, наявність туристично-рекреаційного потенціалу, пропозиції туристичних компаній, ціни, характер транспортних зв'язків, реклама, відгуки від споживачів туристичного продукту, географічні, природні, кліматичні, культурні та релігійні характеристики країни.

Одним з основних показників, що характеризують привабливість країни з погляду міжнародного туризму, є індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму, впроваджений для оцінки впливу різноманітних факторів та політичних подій на зміни галузі туризму в певній країні.

Аналізуючи сукупність чинників, які впливають на розвиток міжнародного туризму (рис. 1.3), визначається конкурентоспроможність країни на світовому ринку туристичних послуг.



**Рис. 1.3. Чинники впливу на розвиток міжнародного туризму**

До економічних доцільно віднести загальне економічне зростання, розвиток галузі, збільшення прибутків від туристичної діяльності. Некономічні полягають у досягненні свободи пересування людей, відродженні природної і культурної спадщини та ін. [4]. Однією з особливостей розвитку сучасного туризму є те, що масовий туризм зростає швидше, ніж індивідуальній.

Також характерною особливістю є збільшення вільного часу, особливо у людей похилого віку (переважно з тих країн, у яких пенсії є достатніми для того, щоб здійснювати закордонні подорожі). В усіх економічно розвинених країнах працівники отримують оплачувані відпустки, подовжується також їх тривалість. Таким чином, розвиток міжнародного туризму в світі характеризується високими темпами зростання.

Розглянемо більш детально кожен групу факторів та виділимо показники, які можна представити у кількісному вираженні (рис. 1.4). Фінансово – економічні фактори характеризують розвиток та динаміку вітчизняної економіки. У світовій економіці можна простежити стійку тенденцію,

характеризує збільшення виробництва послуг порівняно з виробництвом товарів у результаті чого збільшується частка споживання послуг.

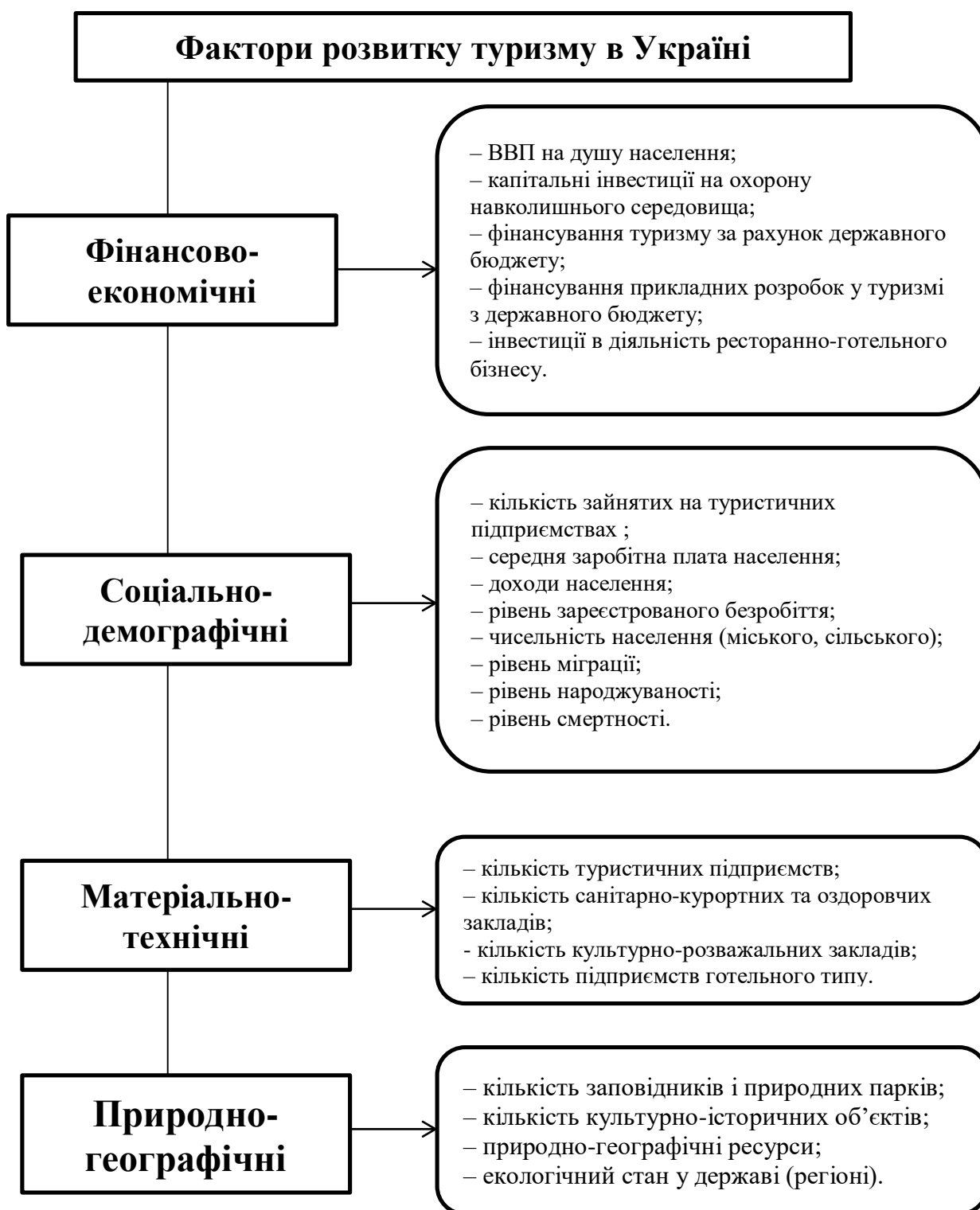


Рис. 1.4. Узагальнені кількісні фактори розвитку туристичної галузі

Добробут населення є одним з найважливіших факторів, що здійснює вплив на розвиток туризму як внутрішнього так і міжнародного. Зростання доходів населення дозволяє громадянам витратити більше коштів на відпочинок, подорожі, дозвілля. Тобто дає можливість доступу до суспільних благ та характеризує якість життєдіяльності населення. Збільшення рівня доходу, тобто середньої заробітної плати, сприяє до більш інтенсивного споживання туристичних послуг. Тобто високий рівень добробуту населення дає можливість підвищити рівень якості життя, а вільний час людини може бути заповнений відпочинком, подорожами, мистецтвом та культурою. Забезпечення можливості міжнародного туризму неможливе без активної зовнішньоекономічної діяльності держави та процесу глобалізації й інтеграції.

Від економічного розвитку держави залежить і рівень розвитку інфраструктури туризму. Стан матеріально-технічної бази санаторно-курортних закладів, готелів, закладів харчування є важливими чинниками розвитку туристичної діяльності. Розвиток та модернізація матеріально-технічної бази туристичних підприємств, санітарно-курортних та оздоровчих закладів сприятимуть інтенсифікації потоку туристів. Також важливим моментом залишається рівень якості обслуговування туристів та форми прийому.

Реконструкція та збереження заповідних та природних парків, архітектурних пам'яток, пам'яток історії та культури також сприяють збільшенню як внутрішнього так і зовнішнього туризму. Кожна країна, народ є носіями культурно-історичних цінностей, національних традицій, які також мають неабиякий вплив на розвиток туризму. Історико-культурна спадщина для туризму має особливо велике значення, а перераховані вище фактори зумовлюють вибір туристами того чи іншого регіону для відвідування.

Соціально – економічні, це фактори пов'язані з умовами проживання людини та характером її діяльності. Насамперед до групи цих факторів можна віднести збільшення рівня показника вільного часу, що характеризується зменшенням робочого часу та збільшення терміну відпустки, рівень освіти, культури, естетичних потреб населення.

Збільшення показника рівня освіти підсилює потяг людини до знань та естетичних потреб, підвищується прагнення людей познайомитися з побутом, історією, умовами життя в різних країнах. Зменшення рівня безробіття та, як наслідок, зростання кількості працюючих громадян, забезпечує більш високий дохід населення. Що в свою чергу сприяє розвитку таких сегментів туристичного ринку, як відвідування культурних заходів та тематичних парків, поїздки вихідного дня, ділові поїздки, короткострокові подорожі тощо.

Демографічні фактори характеризують склад, чисельність, вікову та статеву структуру населення, рівень народжуваності та смертності, показники міграції, чисельність міського та сільського населення, сімейний стан. Збільшення чисельності населення впливає на збільшення числа туристів. Міське населення більш гостро потребує відновлення духовного та фізичного стану. Оскільки вони проживають та працюють в інтенсивному режимі ізольовано від природи в умовах постійно високого рівня шуму та електронних випромінювань. Тому зі збільшенням частки міського населення спостерігаються більш інтенсивні туристичні потоки.

Природно-географічні фактори – це туристичні ресурси: моря, гори, ліси, флора, фауна, клімат та інше, все це є визначальними чинниками при проектуванні туристичних програм турів. Наявність природних ресурсів, вигідне географічне положення, сприятливі кліматичні умови сприяють розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму. Але у зв'язку зі зростанням рівня забруднення навколишнього середовища гостро постає проблема загрози здоров'ю населення та в'їзних туристів. Тому скорочення антропогенних викидів у повітря шкідливих речовин повинно бути першочерговою задачею для активізації та залучення туристів.

Політичні фактори перш за все спрямовані на захист законних прав, свободи та безпеки громадян держави. Необхідною умовою розвитку туризму звісно є політична стабільність в країні та безпека, яка за своїм характером є одним з найбільш важливих факторів, оскільки безпосередньо впливають на розвиток туристичного потенціалу країни.

Держава сприяючи зміцненню та поширенню міжнародного співробітництва у туристичній галузі повинна укласти міжнародні договори про правову основу співробітництва.

Однак такі явища в економіці, як жорсткість митних формальностей, фінансова нестабільність (інфляція), політична нестабільність (війнні дії), економічні страйки, перебої в енергопостачанні та водопостачанні можуть значно стримувати розвиток туристичної галузі, та зокрема, діяльність підприємств туристичної індустрії.

Сформована система показників дозволяє створювати конкурентні туристичні переваги туристичних шляхом адекватної оцінки рівня конкурентоспроможності туристичного міста (країни, регіону та ін.), визначення стану розвитку туристичної індустрії та можливості адаптації до ринкових відносин в сучасних глобалізаційних умовах конкуренції.

Наведена систематизація конкурентних факторів дозволить досягти та забезпечити на підставі використання конкурентних туристичних переваг високий рівень та якість життя населення, ефективне використання наявного туристичного та економічного потенціалу території, створення гідних умов для життєдіяльності людини, поліпшення природних та екологічних факторів впливу на навколишнє середовище території.

Усі перераховані фактори доповнюють один одного, але й кожен з них може мати індивідуальний вплив на розвиток туристичної конкурентоспроможності, який може змінюватися залежно від інших факторів та часу.

### **1.3. Пріоритетні напрямки розвитку туризму та прогресивні методики його оцінки.**

Сучасний туризм – це масове глобальне явище, що динамічно розповсюджується на всі регіони і країни світу, офіційно визнане провідними міжнародними організаціями в якості драйвера соціальних перетворень та інструменту сприяння економічному розвитку.

Важливою тенденцією у розвитку міжнародних економічних відносин є зростання сектору послуг в комплексі зовнішньоекономічних зв'язків. Сучасна індустрія туризму являє собою одну з найбільш високоприбуткових та динамічних галузей світового господарства. Багато в чому, це обумовлено тим, що витрати на організацію туристичного бізнесу порівняно невисокі, а розмір отриманого прибутку залишається високим.

Міжнародний туризм на сучасному етапі розвитку світової економіки набуває рис інтегративної галузі, що має не тільки економічний, але й соціокультурний, екологічний, політичний комплекс формуючий вплив.

Перехід розвинутих суспільств до постіндустріальної фази та формування відкритих національних економік у другій половині ХХ ст. спричинили розгортання регіональних інтеграційних процесів, як передумови становлення цілісної глобальної соціально-економічної системи, однією з ознак якої є випереджаючий розвиток сфери послуг. Стрімке зростання чисельності населення планети в ХХ ст., агломерація його розселення, перманентне збільшення доходів різних верств громадян розвинутих країн, підвищення їх культурного рівня, з одного боку, – а з другого, – інтенсивний розвиток сектору сервісної економіки у структурі світового господарства, а також взаємозближення країн утворюють сприятливі політичні, матеріальні та соціально-психологічні умови для бурхливого розвитку міжнародного туризму, перетворення його в один з найпотужніших сегментів світової економіки [3]. На сучасному етапі розвитку туризму глобалізація перетворилася в одну із ключових його характеристик, якісно новий етап розвитку туристичного ринку, що в цілому відповідає умовам світового господарства. Міжнародний туризм на сучасному етапі розвитку світової економіки набуває рис інтегративної галузі, що має не тільки економічний, але й соціокультурний, екологічний, політичний комплекс формуючий вплив.

Міжнародний туризм розвивається в тісному взаємозв'язку з іншими сторонами міжнародного життя і реагує підйомом або спадом темпів росту на

загальне політичне і економічне становище не тільки в окремих країнах, але й у світі.

Розвиток світового ринку туристичних послуг відбувається відповідно до загальносвітових тенденцій розвитку світового господарства - транснаціоналізації та глобалізації. Глобалізація у туристичній галузі відображається у двох основних формах: зростанні кількості туристичних напрямків і збільшенні дальності поїздок. В умовах глобалізації та регіоналізації світової економіки можна виділити такі тенденції розвитку ринку туристичних послуг:

- високий динамізм;
- розвиток нових форм транснаціоналізації;
- подальша монополізація ринку;
- диверсифікація;
- кооперація малих і середніх роздрібних туристичних підприємств;
- інформатизація світового ринку туристичних послуг;
- звуження спеціалізації, індивідуалізації надання туристичних послуг, підвищення вимог до якості як наслідки зростаючої конкуренції на світовому ринку;
- посилення державної підтримки туризму;
- посилення взаємозв'язків світового ринку туристичних послуг з іншими ринками - нерухомості, капіталу, робочої сили, інновацій .

На етапі глобалізації, світовому господарству притаманна ступінчата форма переливу капіталу: від країн Центру до країн Полупереферії та Переферії. Дана риса обумовлює характер інвестиційних процесів і впливає на розвиток національних ринків та ринкових структур, які забезпечують туристичне споживання.

У міжнародному туристичному процесі переважають потоки з країн з високим рівнем економічного розвитку до країн із середнім рівнем



економічного розвитку (при інших незмінних компонентах); і з країн з середнім рівнем розвитку - до країн нижчого рівня розвитку. Це обумовлено нижчим рівнем цін і вартості життя, що діють у країнах більш низького ступеню і привертають потенційних туристів цінами турпродукту. Дія цього чинника обмежена можливостями туристичної індустрії країн більш низького ступеня по створенню комфортних і безпечних умов проведення дозвілля та дотримання відповідного рівня життя, який був би не гірше, ніж в країні постійного проживання туристів. Ось чому на світовому ринку туристичних послуг не спостерігається значного потоку з країн з високим рівнем життя в країни з найнижчим рівнем [2].

Регіональне розподілення міжнародних туристичних потоків в головних рисах склалося давно. З початку масових туристичних обмінів на світовому ринку туризму помітно виділяється Європа. Другу позицію довгі роки міцно утримує Америка. Європа і Північна Америка є ключовими туристичними регіонами світу. На них припадає 4/5 усіх прибуттів. Нові туристичні регіони - Азіатсько -Тихоокеанський, Близькосхідний і Африканський - також розвиваються швидко. Однак вони менш стійкі до впливу політичних та економічних факторів. Періоди прискореного зростання туризму в них змінювалися стагнацією і спадами [3].

Протягом останніх тридцяти років під впливом вищевказаних факторів міжнародних туризм зазнав суттєвих трансформації та перетворився на авангардний сегмент глобального ринку. Зазнала змін туристична карта світу. Вона відображає процес формування ряду регіональних туристичних ринків, які відрізняються між собою за інтенсивністю потоків, видами послуг, контингенту, рівнем розвитку інфраструктури та регулювання. Сьогодні сформувалися такі туристичні ринки: традиційні країни - монополісти (США, Франція, Іспанія, Італія, Великобританія), нові регіони (Китай, Туреччина, острівні країни), найбільш перспективні країни (Мексика і країни Південно - Східної Азії) і країни - апліканти (Росія і постсоціалістичні країни). Для

визначення провідних туристичних центрів світу слід враховувати як мінімум два критерії - кількість туристів, яких приймає країна, і дохід від міжнародного туризму. Надходження від міжнародного туризму концентрується в групі розвинених країн. Список найбільш дохідних туристичних країн очолюють США, друге місце - Іспанія, далі Франція та Італія. Світові тенденції у сфері міжнародного туризму дозволяють віднести туристичний бізнес до найперспективніших галузей економіки, але сфера туризму у світі розвивається нерівномірно й має регіональні особливості.

Отже, підсумовуюче вищевикладене, варто зазначити, що розвинута туристична інфраструктура сприяє покращенню привабливості країни та її конкурентоспроможності у світі, прискорює процеси її інтеграції у світову економіку, забезпечує перехід від аграрної та індустріальної економіки до розвитку економіки на основі сфери послуг.

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

- стабільність і відкритість політики та економіки;
- зростання суспільного багатства і доходів населення;
- скорочення робочого і збільшення вільного часу;
- розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій;
- посилення урбанізації;
- побудова інтелектуального суспільства;
- заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму;
- спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання;
- стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених сімей шляхом надання пільг;
- сприяння розвитку індустрії пріоритетної туристичної діяльності.

До негативних факторів розвитку ринку туристичних послуг відносять:

- напруженість у міжнародних відносинах;
- нестабільність політики та закритість економіки;
- стагнація економіки та падіння добробуту населення;
- невпорядкованість туристичних ресурсів;
- не розвинутість індустрії туризму;
- нераціональне використання культурно – історичної і культової спадщини й довкілля;
- низькій рівень доходів населення та нестача вільного часу;
- забруднення навколишнього середовища і екологічна небезпека;
- недооцінка ролі туризму в інтелектуалізації суспільства;
- відсутність ефективних стимулів інвестування розвитку індустрії туризму на рівні світових стандартів;
- недооцінка ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету [5].

Таким чином, можна зробити висновок, що всі наведені фактори , мають важливе значення для формування та функціонування пріоритетних напрямів розвитку світового ринку туристичних послуг.

Для ефективного дослідження туристичної проблематики використовується чимало наукових методів, методологій, системних підходів. Існує велика кількість методів та підходів оцінки конкурентоспроможності регіонів, але в основній масі наукових робіт ще не має універсальної, загальноприйнятої класифікації підходів та методів оцінки конкурентоспроможності туристичних регіонів. Натомість, варто зазначити, що визначення підходів та їх послідовність оцінки туристичних регіонів не суттєво відрізняються від способу оцінки конкурентоспроможності регіонів. Різноманітні аспекти формування та оцінки конкурентоспроможності регіонів різних рівнів знаходять відображення в працях багатьох дослідників, таких як О. Тарасової, С. Смирнова, Ю. Симачева, Л. Засимової, А. Чулок, Р. Фатхутдинова, М. Удачиної, І. Землянської, В. Підвисоцького, Л. Шеховцевої, В. Безугли, Ф. Клоцвога, І. Кушникової, М. Комарова, А. Єрмишиної, М. Портера, Н. Лариної, в яких найбільш поширеними підходами до

визначення конкурентоздатності регіону різних рівнів є метод стратегічного планування, факторний, кластерний, ранговий, комплексний.

Сутність *методів стратегічного планування*, таких як SWOT та PEST-аналіз, полягає в оцінці рівня конкурентоспроможності регіонів. У свою чергу, SWOT-аналіз дозволяє визначити сильні та слабкі сторони і регіональні переваги у порівнянні з конкурентами, можливості та потенційні небезпеки в майбутньому. Натомість, PEST-аналіз дозволяє виділити та провести оцінку факторів, які впливають на зовнішнє середовище регіону. Аналіз факторів дає змогу визначити вплив на конкурентоспроможність регіону у теперішньому та майбутньому часі.

Основні етапи даного аналізу дозволять виявити: політичну ситуацію, що складається з нормативно-правової бази діяльності території, структуру управління територією, суспільно-політичну ситуацію; економічну ситуацію, що містить кластер-структуру економіки території, розвиток малого бізнесу, стан попиту (попит населення, інвестиційний попит підприємств, попит державних органів влади, чистий експорт-імпорт); соціальну ситуацію, яка акцентує увагу на тенденціях демографічного розвитку, стані розвитку соціальної сфери, базові цінності громадян, рівень і стиль життя; технологічну ситуацію, котра складається з рівня розвитку інноваційних технологій у кластерах території.

*Факторний підхід* [6] ґрунтується на рейтинговому та індексному методах оцінки регіональної конкурентоспроможності. Цей підхід дозволяє оцінити конкурентоспроможність регіону, беручи за основу його ресурсний потенціал. Тобто конкурентоспроможність розглядається через призму різноманітних структурних складових, які формують потенціал регіону, а також ефективності використання цих складових.

*Кластерний підхід* базується на статистичних методах оцінки конкурентоспроможності регіону, основними показниками яких виступають темп зростання товарів та послуг галузі, у яких задіяні ключові підприємства кластеру, частка товарів та послуг у ВВП та ін. Зазначений підхід передбачає

реалізацію інтеграційних процесів у сфері виробництва товарів та послуг, започаткування нових форм економічної активності, які функціонують на високому рівні агрегації, що забезпечує високу ефективність управління, цілеспрямоване використання сукупного виробничого потенціалу та організаційно-економічного ресурсу всіх учасників кластерного утворення [28]. Тобто за цим підходом можливе подолання вузькогалузевої спрямованості економіки регіону, що дозволить комплексно та ефективно використати потенціал розвитку регіону.

Сутність *рангового підходу* [42] полягає у визначенні конкурентоспроможності регіону з позицій його соціально-економічного розвитку. В даному випадку використовують групу показників, які характеризують географічне розташування та соціально-економічний розвиток регіону. Це дозволить оцінити рівень загальної соціально-економічної конкурентоспроможності регіону та, ґрунтуючись на ранговому методі, призначити йому певне положення (ранг) у визначеній територіальній системі у порівнянні з іншими. Варто зазначити, що при застосуванні рангового методу не обов'язково застосовувати весь спектр показників, які б характеризували рівень та тенденції розвитку регіону. Достатнім є виділення основної групи деяких показників, які найбільш яскраво відображають конкурентоспроможність регіону.

*Комплексний інтегральний підхід* ґрунтується на наявності групи показників, що характеризують аспекти конкурентоздатності. До них можна віднести життєвий рівень населення, ресурсний потенціал та ефективність його використання, інвестиційну та інноваційну привабливість регіону та ін. Інтегральний показник регіональної конкурентоздатності є комплексним показником, що поєднує три рівні конкурентоздатності: макро-, мезо-, та макрорівень [56]. Згідно з даною методикою, інтегральний індекс розраховується на основі двох зведених індексів, таких як конкурентоздатність підприємств регіону (фінансовий стан підприємства, інвестиційна активність підприємств, інноваційна активність підприємств, диверсифікація галузевої

структури регіону, корпоративний розвиток) та інституційний розвиток регіону (загальний підприємницький клімат, інвестиційний клімат, якість трудових ресурсів, інноваційний розвиток, інфраструктура, туристична привабливість регіону, ресурсна забезпеченість). Даний підхід визначається як сума конкурентоздатності показників соціально-економічного розвитку з урахуванням їх значущості. Тому, ґрунтуючись на вищезазначеному визначенні, варто розглядати регіон як підсистему, конкурентоспроможність якої залежить від інтенсивності впливу на підсистему країни. З цієї точки зору, можна стверджувати про наявність прямого взаємозв'язку між показником конкурентоздатності та відповідними показниками країни, до переліку яких входять фактори, які характеризують аспекти економічної, соціальної, організаційної екологічної та міжнародної діяльності.

Розглянуті підходи, які використовуються сучасною економічною теорією, є загальними методами оцінки конкурентоспроможності регіону на різних територіальних рівнях. Оскільки предметом дослідження є науково-практичні засади формування та розвитку міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів, об'єктивно виникає необхідність в оцінці їх конкурентоспроможності не тільки на мікро- та макро-, а й на мегарівні. Однак, для того щоб мати можливість розглядати прикладні аспекти рішення проблеми оцінки рівня міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів, вважаємо необхідним навести існуючі методи інтегральної оцінки туристичної конкурентоспроможності території.

Найдоцільнішим, одним із перших, на наш погляд, буде привести сучасну методика оцінки конкурентоспроможності туристичної галузі країни на основі Індексу конкурентоспроможності в сфері подорожей та туризму (Traveland Tourism Competitiveness Index), розробленого експертами Всесвітнього економічного форуму у співпраці з представниками Booz&Company, Deloitte, Міжнародним союзом охорони природи, Міжнародною асоціацією повітряного транспорту, Всесвітньою туристичною організацією і Всесвітньою Радою з подорожей і туризму [34]. Даний індекс складається з 79 показників, які

згруповано у 14 підіндексів (пріоритетні напрями регулювання державної політики у сфері туризму, екологічна стабільність навколишнього середовища, рівень безпеки охорони життя, санітарні та екологічні норми, першочерговість розвитку туристичної діяльності, першочерговість розвитку туристичної діяльності, інфраструктура авіатранспорту, наземна інфраструктура, туристична інфраструктура, цінова конкурентоспроможність галузі, людські ресурси, рівень гостинності, природні ресурси, культурні ресурси), що характеризують розвиток сфери туризму за різними напрямками. Складові індексу охоплюють широкий комплекс показників, які визначають регулювання правової бази туризму, туристичну інфраструктуру, ресурсний потенціал туристичної галузі.

Визначені показники, які включені до методики розрахунку індексу конкурентоспроможності, визначаються на основі експертної оцінки або є статистичними показниками, які розраховані на основі національних методик. Незважаючи на наявність зазначених недоліків, індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму Всесвітнього Економічного Форуму за критерієм комплексності підходів до оцінки не має аналогів.

Наступну методику оцінки конкурентних позицій території різного ієрархічного рівня пропонує вітчизняна дослідниця Н. Страчкова. Вчена пропонує оцінювати конкурентні позиції території, ґрунтуючись на методах геомаркетингу. Сутність геомаркетингового дослідження полягає у виявленні тенденцій, закономірностей розвитку та функціонування територій різних рівнів, використовуючи методи економічних, географічних і соціологічних наук, що у сукупності представляє специфічний метод геомаркетингового аналізу. Складовими розрахунку геомаркетингового методу є фізико-географічні, соціо-економіко-географічні, економічні, політична стабільність, еколого-санітарний стан, криміногенна ситуація та ін.

Дана методика дозволяє провести оцінку конкурентоспроможності туристичної території за допомогою модифікації методичного прийому, а саме

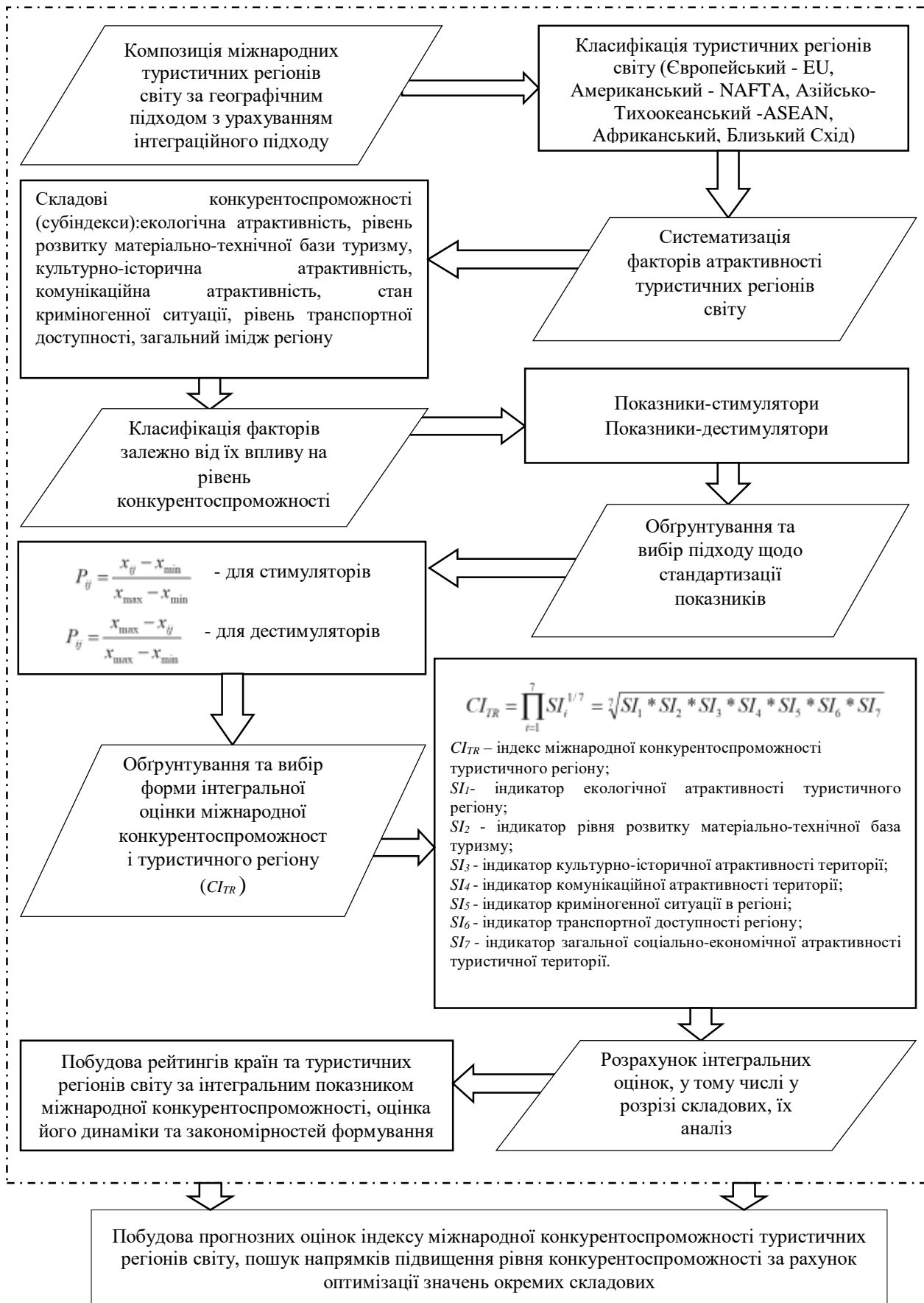
багатокутника конкурентоспроможності. Такий багатокутник представляє результат бальної оцінки показників, які мають найбільших значення у дослідженні. Однак у зв'язку з тим, що на різних територіальних ієрархічних рівнях функціонування туристичної сфери змінюється важливість тих чи інших показників, доцільна побудова різних типів багатокутників. Таким чином, використання методів геомаркетингового аналізу для визначення конкурентних позицій туристичної території дозволяє чітко виявити коло основних конкурентів, сильні і слабкі сторони аналізованої території, що дозволить сформулювати основні напрямки конкурентного стратегічного розвитку [22].

Оцінювати туристичну привабливість території з врахуванням взаємозв'язку, взаємозалежності та взаємозумовленості його показників пропонує О. Музиченко-Козловська. Для цього необхідно скористатися принципом інтеграції, який вимагає розробки та використання інтегрального показника, який формується шляхом згортання багатьох одиничних показників. Оскільки складні соціально-економічні явища, яким є туристична привабливість регіону, залежать від багатьох чинників, то при упорядкуванні одиниць сукупності виникає необхідність агрегування усіх ознак множини в одну інтегральну оцінку.

Розрахунок інтегрального показника оцінки туристичної привабливості території проводиться за такими складовими: природні та антропогенні туристичні ресурси, матеріально-технічна база туризму, туристична інфраструктура, інвестиційне забезпечення галузі, маркетингове забезпечення, якісне довкілля, загальний імідж регіону [46]. Таким чином, за допомогою такої оцінки, можна визначити «резерви підвищення туристичної привабливості регіону, або встановити існуючий рівень конкретної території щодо туристичної привабливості відповідно до наявних у її межах туристичних ресурсів» [10].

З метою оцінки та аналізу міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів запропоновано авторський алгоритм інтегральної оцінки міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу (рис. 1.5).





**Рис.1.5. Алгоритм оцінки міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу**

Під інтегральною оцінкою міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів пропонуємо розуміти розрахунок єдиного економічного показника, який би комплексно описував конкурентні позиції туристичного регіону та надавав узагальнену інтегральну оцінку туристичному регіону у світовому господарстві. Розрахунок показника інтегральної міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів та його подальший аналіз дозволяє:

- проводити аналіз особливостей формування міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів;
- ранжувати країни та регіони за рівнем туристичної привабливості;
- виявляти тенденції та закономірності розвитку туристичних регіонів.

У зв'язку з цим пропонуємо почати з композиції світового туристичного ринку за географічним підходом (Європейський, Американський, Азійсько-Тихоокеанський, Африканський, Близькосхідний).

Фактори атрактивності туристичних регіонів систематизовано за складовими конкурентоспроможності (субіндексами) наступним чином: екологічна атрактивність, рівень розвитку матеріально-технічної бази туризму, культурно-історична атрактивність, комунікаційна атрактивність, стан криміногенної ситуації, рівень транспортної доступності, загальний імідж регіону (табл.1.2).

При формуванні системи одиничних показників, що формують конкурентні переваги туристичних регіонів, було диференційовано 7 блоків показників, що відображають з різних аспектів туристичну атрактивність регіонів світу в цілому та окремих країн зокрема, а саме: екологічна атрактивність, рівень розвитку МТБ туризму, культурно-історична атрактивність, комунікаційна атрактивність, стан криміногенної ситуації рівень транспортної доступності, загальний імідж регіону.

Таблиця 1.2

**Структура інтегрального індексу міжнародної  
конкурентоспроможності туристичного регіону**

<b>Складові конкурентоспроможності</b>	<b>Ключові фактори впливу</b>	<b>Одиниці виміру</b>
<b>Екологічна атрактивність</b>	Викиди двоокису вуглеводу CO <sub>2</sub>	Метричних тисяч тон CO <sub>2</sub>
	Викиди двоокису вуглеводу CO <sub>2</sub> на душу населення	на душу населення, метричні тони CO <sub>2</sub>
	Викиди парникового газу CO <sub>2</sub>	тисяч тон
	Приріст чисельності населення	тисяч осіб
<b>Рівень розвитку МТБ туризму</b>	Кількість закладів відпочинку у країні	тисяч
	Кількість ліжко-місць у закладах відпочинку	тисяч
	Кількість зайнятих у туристичній галузі країні	тисяч осіб
<b>Культурно-історична атрактивність</b>	Історико-культурні пам'ятки	одиниць
	Ресторани, кафе	одиниць
	Розважальні комплекси	одиниць
<b>Комунікаційна атрактивність</b>	Показник фіксованого телефонного зв'язку	млн. користувачів
	Показник мобільного с телефонного зв'язку	млн. користувачів
	Фіксована широкопугмова підписка;	млн. підписчиків
	Кількість інтернет-користувачів	мільярдів
<b>Стан криміногенної ситуації</b>	Грабежі	кількість зареєстрованих злочинів
	Крадіжки	
	Крадіжки зі зломом	
	Викрадення людей	
<b>Рівень транспортної доступності</b>	Густина залізничних колій	на 1000 км <sup>2</sup>
	Щільність автомобільних доріг	на 1000 км <sup>2</sup>
	Щільність аеропортів	штук на 1000 км <sup>2</sup>
<b>Загальний імідж регіону</b>	Доходи на душу населення	дол. США у поточних цінах
	Кількість економічно активного населення	тисяч осіб
	Напади на людину	кількість зареєстрованих злочинів
	Безробіття	% від загальної чисельності робочої сили

Задля повної характеристики сформованої структури інтегрального індексу міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону зупинимося на кожному з факторів атрактивності більш детально.

*Якість довкілля*, що виступає комплексним індикатором екологічної атрактивності туристичного регіону та може бути виміряна такими одиничними показниками, як обсяги викидів двоокису вуглеводу (тис.т), обсяги викидів парникового газу (тис. т), показник динаміки чисельності з урахуванням і природного, і механічного руху (тис. осіб).

*Матеріально-технічна база туризму*, що визначає рівень розвитку засобів розміщення та обслуговування туристів, та може бути оцінена на основі таких одиничних показників, як кількість закладів відпочинку, кількість ліжко-місць у закладах відпочинку, кількість зайнятих у туризмі.

*Сконцентрованість культурно-історичних пам'яток та розважальних закладів*, що розглядається як індикатор культурно-історичної атрактивності території, що можна охарактеризувати такими кількісними показниками, як кількість історико-культурних пам'яток, кількість ресторанів та кафе, кількість розважальних комплексів.

*Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій*, який визначає рівень комунікаційної атрактивності території, що позначається у ступені поширення засобів зв'язку на певних територіях та можливостей їх використання відвідувачами. Запропоновано її оцінювати на основі таких критеріїв, як кількість користувачів фіксованого телефонного зв'язку, кількість користувачів мобільного та стільникового телефонного зв'язку, поширеність фіксованого широкосмугового зв'язку за кількістю підписчиків, кількість користувачів Інтернет.

*Стан криміногенної ситуації в регіоні*, що є індикатором рівня безпеки подорожей в регіоні та оцінюється такими одиничними параметрами, як кількість зареєстрованих грабежів, крадіжок, крадіжок зі зломом, випадків викрадення людей.

*Рівень транспортної доступності*, що визначається перевагами географічного розташування територій країн та враховується при формуванні туристичних маршрутів, а також рівнем розвитку об'єктів транспортної інфраструктури. Оцінку даного комплексного показника запропоновано проводити на основі таких одиничних параметрів, як густота залізничних колій, щільність автомобільних доріг, щільність розташування аеропортів.

*Загальний імідж регіону*, що виступає критерієм загальної соціально-економічної атрактивності туристичної території та кількісно може бути вимірний за допомогою таких індикаторів, як розмір доходів на душу населення, кількість економічно активного населення, кількість нападів на людину, рівень безробіття.

Розрахунок стандартизованих значень параметрів, що незважаючи на їх різний зміст та одиниці виміру можуть бути поєднані у інтегральній оцінці, виконаємо за формулами:

$$P_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}} \quad (1.1)$$

$$P_{ij} = \frac{x_{\max} - x_{ij}}{x_{\max} - x_{\min}} \quad (1.2)$$

де  $P_{ij}$  - стандартизоване значення наведених параметрів показників;

$x_{ij}$  - значення показника у  $j$ -тій країні/решіоні;

$x_{\min}$ ,  $x_{\max}$  - значення  $j$ -того показника в групі країн.

Слід визначити, що різні підходи щодо оцінки стандартизованих значень обумовлені різним напрямом впливу змін одиничних параметрів на динаміку підсумкової інтегральної оцінки конкурентоспроможності.

В тому випадку, якщо збільшення величини одиничного параметру, що розглядається, призводить до збільшення самого інтегрального показника, то він є показником стимулятором та для приведення його до порівнювального вигляду використовується формула (1.1). Навпаки, якщо за умови зростання

величини одиничного параметру підсумкова інтегральна оцінка зменшується, показник є дестимулятором та відповідно стандартизується за формулою (1.2).

Отже, доцільно класифікувати показники відповідно їх впливу на підсумкову інтегральну оцінку міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

**Класифікація показників за напрямком впливу на інтегральну оцінку конкурентоспроможності туристичного регіону**

<b>Показники – стимулятори</b>	<b>Показники - дестимулятори</b>
Кількість закладів відпочинку	Напади на людину
Кількість ліжко-місць у закладах відпочинку	Рівень безробіття
Кількість зайнятих у туризмі	Обсяги викидів двоокису вуглеводу
Число історико-культурних пам'яток	Викиди на душу населення
Число ресторанів, кафе	Обсяги викидів парникового газу
Число розважальних комплексів	Кількість грабежів
Показник фіксованого телефонного зв'язку	Кількість крадіжок
Показник мобільного телефонного зв'язку	Число крадіжок зі зломом
Фіксована широкосмугова підписка	Зареєстровані випадки викрадення людей
Кількість Інтернет користувачів	
Густота залізничних колій	
Щільність автомобільних доріг	
Щільність аеропортів	
Доходи на душу населення	
Економічно активне населення	

Розрахунок інтегрального показника проводився за наступною формулою:

$$CI_{TR} = \prod_{i=1}^7 SI_i^{1/7} = \sqrt[7]{SI_1 * SI_2 * SI_3 * SI_4 * SI_5 * SI_6 * SI_7} \quad (1.3)$$

де  $CI_{TR}$  – індекс міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону;

$SI_1$  – субіндекс, що є індикатором екологічної атрактивності туристичного регіону;

$SI_2$  – субіндекс, що є індикатором рівня розвитку матеріально-технічної база туризму;

$SI_3$  – субіндекс-індикатор культурно-історичної атрактивності території;

$SI_4$  – субіндекс, що визначає рівень комунікаційної атрактивності території;

$SI_5$  – субіндекс, що є оцінкою стану криміногенної ситуації в регіоні;

$SI_6$  – субіндекс, що виступає оцінкою рівня транспортної доступності регіону;

$SI_7$  – субіндекс, що виступає критерієм загальної соціально-економічної атрактивності туристичної території.

Всі субіндекси було введено до інтегрального показника з рівними статистичними вагами.

Таким чином, за результатами розробки запропонованої методики оцінки міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів можна констатувати наступне:

– приведений інтегральний індекс міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону сформований з субіндексів, які виступають в якості інтегральної оцінки потенціалу туристичних регіонів, зокрема екологічна атрактивність, рівень розвитку матеріально-технічної бази туризму, культурно-історична атрактивність, комунікаційна атрактивність, стан криміногенної ситуації, рівень транспортної доступності, загальний імідж регіон;

– методика дозволяє отримати комплексну оцінку стану міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів ґрунтуючись на різних факторах, які формують конкурентні переваги туристичного регіону;

– завдяки оцінці інтегрального показника у динаміці маємо можливість простежити та виявити закономірності еволюції розвитку міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів;

– перевагою запропонованої методики є наявність всіх необхідних складових індексу у мережі Інтернет. Завдяки розміщенню даних на офіційних сайтах науковці або представники держаних органів управління, мають змогу ознайомитися з ними та при необхідності скористатися методикою оцінки міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів;

– перевага запропонованої методики полягає також у оцінці туристичних регіонів на мегарівні. Оскільки більшість науковців аналізують розвиток конкурентоспроможності туристичних регіонів на національному рівні, то безумовно, дана методика має переваги над вже існуючими. Однак, вона (методика) не виключає дослідження і оцінку конкурентоспроможності туристичних регіонів на макро- та мікро- рівні, що вказує її універсальність;

– практична значимість методики полягає у можливості розробки стратегій підвищення міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів, а також розробки напрямів стратегічного розвитку туристичної діяльності у регіонах різного ієрархічного рівня, що сприятиме збільшенню кількості туристських прибуттів та, як наслідок, зростанню надходжень від туристичної діяльності у регіоні.

Отже, запропонований підхід щодо оцінки рівня міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу на основі використання інтегральних оцінок є комплексним та ефективним способом аналізу фактичного стану рівня розвитку туристичних регіонів та країн, що до них входять. Використання інтегральних оцінок дозволяє вирішувати питання порівняльного аналізу туристичної галузі регіонів та країн, що до них входять,



на базі якого створюється можливість проводити ранжування країн за рівнем міжнародної конкурентоспроможності, оцінювати динаміку та закономірності формування конкурентоспроможності туристичних регіонів світу.

Підсумовуючи переваги та недоліки запропонованих підходів щодо аналізу та оцінки рівня міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів, необхідно зазначити, що всі вони можуть доповнювати один одного при проведенні аналізу функціонування світової туристичної галузі.

### **Ключові терміни і поняття**

Регіон, туристичний регіон, міжнародний туристичний регіон, Всесвітня туристична організація, мегарегіон, макрорегіон, мікрорегіон, конкурентоспроможність туристичного регіону.

### **Контрольні питання**

1. Дайте визначення туризму ЮНВТО.
2. Дайте визначення туризму згідно до Закону України “Про туризм”.
3. Охарактеризуйте поняття: «регіон», «туристичний регіон», «міжнародний туристичний регіон», «туристична індустрія».
4. Назвіть основні властивості туристичного регіону.
5. Класифікація туристичних регіонів за принципами.
6. Проаналізуйте чинники впливу на розвиток міжнародного туризму
7. Наведіть класифікацію туристичних регіонів за принципами.
8. Визначте головні умови розвитку світового ринку туристичних послуг.

## **ТЕМА 2. АНАЛІЗ І ОЦІНКА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ**

### **2.1. Управління туризмом в Україні.**

### **2.2. Дослідження економічних проблем туризму.**

### **2.3. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку**

#### **2.1. Управління туризмом в Україні.**

Індустрія туризму сьогодні є однією з найбільших високоприбуткових і найбільш динамічних галузей економіки, на частку якої припадає 10% світового валового національного продукту. За даними Всесвітньої туристичної організації, щорічно подорожує більше 800 млн. чоловік. Туризм є одним з найважливіших секторів економіки в Європі, частка якого становить 55% світового ринку туризму.

У більшості країн світу державна туристична політика впроваджується безпосередньо через центральні органи виконавчої влади, національні туристичні організації, інші інститути, а також опосередковано за допомогою правових важелів підтримки туристичної інфраструктури та міжнародної політики. Туристична політика має характерні риси загальної політики держави. Разом із тим існують і деякі специфічні фактори, що впливають на її формування: природні умови країни, розвиненість транспортної індустрії, соціальні фактори (умови життя людей, система відпусток); фактори, пов'язані зі створенням економічної основи для розвитку туризму (стабільні валютно-фінансові, зовнішньоекономічні відносини); правові фактори [50, с. 119].

Отже, державне регулювання розвитку туристичної галузі є одним з механізмів реалізації політики держави в галузі туризму. Вироблення стратегії розвитку туристичної галузі й створення умов для її ефективного впровадження є складним завданням. Для успішного його вирішення, запобігання політичним помилкам та прорахункам доцільно скористатися досвідом зарубіжних країн.

Аналізуючи роль держави в організації та розвитку туристичної діяльності в різних країнах світу, виділяють три типи моделей державної участі в регулюванні цієї важливої складової національної економіки.

Перша модель припускає відсутність центральної державної туристичної адміністрації, всі питання вирішуються на місцях на засадах та принципах ринкової “самоорганізації”.

Урядові органи використовують таку модель у тих випадках, коли туризм національній економіці взагалі не дуже потрібний, або коли суб’єкти туристичного ринку здатні вирішувати свої проблеми без державної участі. Подібну модель управління індустрією туризму прийнято в США після того, як в 1997 р. була ліквідована державна структура U.S. Travel Tourism Administration (USTTA), що відповідала за розвиток туризму в країні.

Друга модель передбачає наявність сильного й авторитетного центрального органу - міністерства, що контролює діяльність усіх підприємств туристичної галузі в країні. Для її реалізації потрібні відповідні умови, а саме: значні фінансові вкладення в туристичну індустрію, зокрема в рекламну й маркетингову діяльність, інвестування туристичну інфраструктуру тощо. Подібна модель організації управління туристичною індустрією діє в Єгипті, Мексиці, Тунісі, Туреччині та в інших країнах, для яких туризм є одним з основних джерел валютних надходжень до бюджету.

Третя модель переважає в розвинених європейських державах. У країнах, де використовується така модель, питання розвитку туристичної діяльності вирішуються в “надрах” певного багатогалузевого міністерства на рівні відповідного галузевого підрозділу.

При цьому підрозділ даного міністерства, що відповідає за розвиток туризму в країні, здійснює свою діяльність у двох напрямках: вирішує або регламентує загальні питання державного регулювання (розробка нормативно-правової бази, координація діяльності регіональної представницької й виконавчої влади, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, збирання й обробка статистичної інформації тощо) та спрямовує й координує

маркетингову діяльність (участь у виставках і міжнародних об'єднаннях) [20, с.43].

Слід зауважити, що центральна державна туристична адміністрація в розвинених європейських країнах працює в тісній взаємодії з місцевою владою й приватним бізнесом.

Така схема роботи виявилася досить продуктивною з погляду знаходження форм конструктивного співробітництва й взаємодії адміністративних органів різних рівнів державного та регіонального управління, а також для залучення фінансових коштів приватного сектора. Наслідком такої політики стала поява змішаних за формою (державноприватних) інститутів у сфері регулювання туристичної діяльності.

Пріоритетним видом туризму для України залишається іноземний (в'їзний) як вагомий чинник поповнення валютними надходженнями державної скарбниці та створення додаткових робочих місць. Нині Україна має понад 4,5 тис. закладів розміщення туристів і відпочиваючих на 620 тис. місць, але вони потребують модернізації та реконструкції відповідно до міжнародних стандартів. Крім того, підтримання в належному стані потребують і рекреаційні зони, пам'ятки культури та архітектури України, нині об'єкти туристичних чи екскурсійних послуг [20 с. 49].

За масштабами міжнародного туризму та формою органів туристичної галузі для України найбільш прийнятна саме третя модель управління. Однак для ефективного функціонування даної моделі доцільно отримати необхідне державне фінансування (щонайменше, часткове) для участі країни у формуванні й просуванні національного турпродукту, здійснення маркетингових досліджень, рекламно-інформаційної діяльності організації та проведення міжнародних туристичних виставок, конференцій семінарів, розвитку туристичної інфраструктури тощо.

Сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню

рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг.

Фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Фактично вдвічі зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як "гаряча точка".

Загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки.

Сучасна структура управління туризмом в Україні представлена на рисунку 2.1.



**Рис. 2.1. Структура управління туризмом в Україні**

*«Комітет з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму у порядку контролю розглянув питання щодо масових порушень прав українських туристів у туристичному сезоні 2018 року*

*У засіданні Комітету взяли участь народні депутати-члени Комітету, заступник Міністра економічного розвитку і торгівлі Михайло Титарчук, Голова Державної служби з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів Володимир Лапа, виконуючий обов'язки першого заступника Голови Державної авіаційної служби України*

Сергій Коршук, представники органів виконавчої влади, туристичних компаній та громадських організацій.

Голова Комітету Артур Палатний, відкриваючи засідання, підкреслив, що нинішній туристичний сезон відзначився масовими порушеннями прав українських туристів. «Оскільки суб'єктами туристичного ринку, з одного боку є юридичні особи, які створюють туристичний продукт і надають туристичні послуги (туристичні оператори, туристичні агенти тощо) а з іншого боку - громадяни, в інтересах яких здійснюється туристична діяльність, то для збереження порядку на ринку - необхідно виконувати всі умови з боку як надавача туристичних послуг так і туристів. Але регулярні невиконання умов туроператорами, які прописані у договорах, призводять до постійних порушень прав туристів» - наголосив голова Комітету

А.Палатний окреслив ключові причини проблем на туристичному ринку. Зокрема, не працює інструмент фінансової гарантії, що регулюється статтею 15 Закону України «Про туризм». Навіть, у разі припинення діяльності туроператором, туристи залишаються ні з чим, і навіть виграна справа в цивільному суді не гарантує повернення сплачених коштів.

У Законі України «Про туризм» не прописана відповідальність туристичних операторів і туристичних агентів за неналежне виконання або невиконання договору.

Не працює стаття 20 Закону України "Про туризм" в частині непоселення в готель. У чинній редакції, туристу, якого не поселяють, а альтернатива, яку надають, категорично не влаштовує, пропонується повернення в Україну і компенсація за невикористанні послуги фактично, тільки за готель. Таким чином, щоб не залишитися без відпустки і без грошей на новий тур, турист змушений погоджуватися на запропоновану альтернативу. Деякі туроператори цим зловживають.

Не працюють ліцензійні умови, зокрема - пункт 23 (тільки 21% туроператорів з діючими ліцензіями здали статистичну звітність за 2017 рік, а подані звіти не проходять навіть елементарну перевірку на відповідність дійсності). Водночас, орган ліцензування в сфері туризму відповідно до покладених на нього завдань, не завжди може позбавити ліцензії туристичне підприємство, щодо якого є скарга на неякісне надання або несвоєчасне надання туристичних послуг. Адже орган ліцензування за результатами скарги може лише перевірити діяльність ліцензіата з дотримання ним Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності.

Також, не працює норма, описана в пункті 8.1 Правил чартерних перевезень, затверджених Міністерством інфраструктури, яка прямо зобов'язує чартерного перевізника повернути пасажирів в терміни, зазначені у квитках. При укладанні договору між авіакомпанією та туроператором на ці цілі передбачено депозит.

З огляду на це, голова Комітету зазначив, що є необхідність вдосконалення механізму та зміни акцентів у питанні захисту прав вітчизняних туристів.

Голова підкомітету з питань розвитку туризму, курортів та рекреаційної діяльності Анна Романова акцентувала увагу присутніх на конкретних випадках порушення прав українських туристів у туристичному сезоні 2018 року, та вказала на шляхи розв'язання системних проблем, таких як введення перевірок для туристичних операторів, введення фіскальних чеків, а також посилення перевірки літаків, що здійснюють чартерні авіап перевезення.

Участь в обговоренні також взяли постраждалі туристи, представники центральних виконавчих органів та представники туристичних організацій.

За підсумками обговорення Комітет з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму рекомендував Кабінету Міністрів:

підготувати та внести до Закону «Про туризм» зміни щодо запровадження права туроператора реалізовувати туристичні послуги шляхом формування та видачі електронного ваучера через Єдиний реєстр електронних ваучерів;

доручити Міністерству економічного розвитку і торгівлі разом з Міністерством фінансів розробити механізм нової ефективною системи оподаткування;

доручити Міністерству економічного розвитку і торгівлі запровадити дієвий механізм ідентифікації учасників туристичного ринку (а саме, створити Реєстр учасників туристичного ринку - туроператорів та турагентів);

прискорити прийняття Постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності» (щодо посилення відповідальності туроператорів і турагентів, де, зокрема, передбачити зобов'язання туроператорів починати продаж туристичного продукту, що включає чартерні перевезення, тільки після укладення договору з постачальником перевезення, в якому прописати узгоджену серію чартерних рейсів із зазначенням маршруту, початку та закінчення серії чартерних рейсів);

прискорити здійснення перевірки туристичних компаній ТОВ «ОАЗІС ТРЕВЕЛ УКРАЇНА» та ТОВ «ДЖОІН АП» і всіх його дочірніх компаній, а також інших юридичних осіб, які працюють під брендом Join UP! на предмет дотримання ліцензійних вимог;

доручити Міністерству інфраструктури посилити відповідальність авіакомпаній за виконання договірних зобов'язань та зобов'язати їх публікувати у себе на офіційному сайті повну інформацію щодо законтракованих чартерних рейсів; проводити моніторинг договорів на предмет відповідності законтракованих обсягів перевезення наявному технічному парку (резервного фонду повітряних суден).

Комітет також рекомендував Генеральній прокуратурі та Антимонопольному комітету посилити контроль за здійсненням досудового розслідування всіх розпочатих кримінальних проваджень щодо порушення прав споживачів туристичних послуг, а Антимонопольному комітету провести перевірку дотримання туристичними операторами антимонопольного законодавства, в тому числі, стосовно туристичних компаній ТОВ «ОАЗІС ТРЕВЕЛ УКРАЇНА» та ТОВ «ДЖОІН АП» та всіх його дочірніх компаній, а також інших юридичних осіб, які працюють під брендом Join UP!»

Вирішення окреслених завдань потребує реалізації низки **інструментів державної політики** в частині інформаційно-маркетингової промоції, організаційно-інституційного та фінансово-економічного забезпечення:

Для поширення інформації про туристичний потенціал регіонів України, просування туристичного продукту та залучення іноземних туристів в Україну: Департаменту туризму і курортів у складі Міністерства економічного розвитку та торгівлі України:

– внести у план заходів з реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року на 2019 р. розробку положення та забезпечення фінансування поетапного відкриття представництв національної туристичної організації України за кордоном, поетапне збільшення кількості культурно-інформаційних центрів при дипломатичних установах України;

– розробити в 2019 р. довгострокову маркетингову стратегію розвитку туристичної галузі з метою активного просування національного та



регіональних туристичних продуктів на національному та міжнародному ринках;

– забезпечити регулярне наповнення календаря туристичних подій в регіональному розрізі та поширення його в Україні через соціальні мережі, туристичні сайти, сайти туристичних агентств та департаментів туризму при державних обласних адміністраціях, на міжнародних туристичних виставкових заходах за кордоном (за участі обласних державних адміністрацій);

– забезпечити ширше представлення регіонів на спільному стенді України на міжнародних туристичних заходах за кордоном.

*Міністерству закордонних справ України, Державній митній службі України:*

– розглянути можливість лібералізувати візовий режим України для громадян країн, які є найбільшими генераторами туристів у світі або мають високий рівень ВВП на душу населення (Китай, Японія, Австралія, ОАЕ, Катар, Саудівська Аравія, Оман) шляхом спрощення митних процедур (отримання візи в морських портах, аеропортах), зменшення вартості та скорочення тривалості отримання візи, збільшення терміну перебування іноземних громадян окремих країн в Україні, що дозволить збільшити потік іноземних туристів в країну, зокрема поступово відновити круїзний туризм, та більш ефективно використовувати туристичну, спортивну інфраструктуру, санаторно-курортну та готельну базу.

*Департаменту туризму і курортів у складі Міністерства економічного розвитку та торгівлі України та Державній фіскальній службі України:*

– розробити систему преференцій для туристичних операторів, представників туристичного бізнесу, готелів, які обслуговують іноземних туристів в Україні і внутрішніх туристів (податкові пільги, мікрокредитування для малого бізнесу, податкові канікули для підприємців, які розвивають сільський туризм).

*З метою активізації внутрішнього та в'їзного туризму та забезпечення високоякісного обслуговування туристичних потоків та формування пулу кваліфікованого персоналу туристичної індустрії:*

*Департаменту туризму і курортів у складі Міністерства економічного розвитку та торгівлі України спільно з Міністерством освіти і науки України:*

– внести зміни до переліку спеціальностей підготовки фахівців сфери обслуговування шляхом доповнення сучасними кваліфікаціями, що передбачають більш вузькоспеціалізовані напрями підготовки фахівців у сфері рекреації, «зеленого» туризму, культурного туризму, туризму Карпатського регіону та ін. (доцільно скористатися досвідом Польщі в частині розширення кваліфікацій фахівців у сфері обслуговування).

– з метою розвитку внутрішнього туризму (зокрема активізації сільського, зеленого, агротуризму) ініціювати проведення навчально-методичних тренінгів в обласних центрах для власників агросадиб.

*З метою розвитку та покращання інфраструктури туристичної індустрії: Міністерству інфраструктури України та обласним державним адміністраціям:*

– в межах реалізації заходів затвердженої Державної цільової програми «Розвитку аеропортів до 2023 року» розробити ефективний та зрозумілий механізм державно-приватного партнерства у авіаційній галузі скориставшись позитивним досвідом іноземних держав (Греція, Португалія, Польща); забезпечити сприятливі умови для пошуку та утримання потенційних інвесторів, які зацікавлені у інвестуванні в регіональні аеропорти; забезпечити регіональні та місцеві органи влади кваліфікованими кадровими ресурси із відповідним рівнем методологічної та методичної підготовки для ведення справ державно-приватного партнерства.

**Департаменту туризму і курортів у складі Міністерства економічного розвитку та торгівлі України та Міністерству соціальної політики України:**

– здійснити моніторинг матеріально-технічного, кадрового та фінансового забезпечення спеціалізованих закладів відпочинку в регіонах, де зосереджена їх вагома частина (Запорізька, Миколаївська, Одеська, Херсонська, Волинська, Львівська, Дніпропетровська області) та впровадити інструменти стимулювання їх розвитку – реновації, покращання рівня сервісу, орієнтації на обслуговування в'їзних туристичних потоків (місцеве дофінансування цих 4 об'єктів в частині впровадження енергоощадних технологій, оптимізація оподаткування (тимчасове запровадження нульової ставки ПДВ), тимчасове надання пільгових комунальних тарифів (зокрема у сільських та гірських місцевостях, депресивних територіях), цільове спрямування туристичного збору на підтримку та розвиток місцевої туристичної інфраструктури, допомога на обласному рівні промоції закладів з унікальними рекреаційними ресурсами на міжнародних виставкових закладах та залучення інвесторів та цільових груп іноземних туристів).

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів - це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Умовами сталого розвитку сфери туризму та курортів є:

забезпечення координуючої ролі держави в реалізації національної туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу;

концентрація ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку сфери туризму та курортів;

створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі;

удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів;

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

удосконалення на постійній основі бізнес-клімату та розвиток добросовісної конкуренції;

запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);

розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів;

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

розвиток туристичних територій.

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

**16 березня 2017 року Кабінетом Міністрів України було схвалено Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року.** Метою реалізації Стратегії є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому,

сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Основними стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року є:

створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;

забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій;

системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;

удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності;

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

організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів.

Основними завданнями Стратегії є:

здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів;

забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, що сприятиме раціональному використанню туристичних ресурсів і дасть можливість оптимізувати витрати з державного і місцевих бюджетів на здійснення заходів у сфері туризму та курортів;

об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі і формування іміджу України як країни, привабливої для туризму;

гармонізація національного законодавства з європейським, дотримання цілей і принципів, проголошених стратегічними документами розвитку держави.

Стратегія визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який передбачає поєднання таких складових:

галузевої (міжгалузева координація та системний розвиток складових сфери туризму та курортів), а саме:

- туристична діяльність (туроператори, турагенти; екскурсійне обслуговування);
- послуги з розміщення (колективне розміщення; індивідуальне розміщення);
- транспорт (повітряний; залізничний; автомобільний; водний: морський та річковий; міський громадський);

- туристичні інформаційні центри;
- музеї та галереї;
- театри, арени, клуби;
- конгрес-холи і конференц-центри;
- заклади громадського харчування;
- спортивні арени;
- торгові центри, магазини, сувенірні лавки;
- IT-компанії;
- страхові компанії;
- медіа-компанії;

територіальної (міжрегіональна кооперація, досягнення рівномірного та збалансованого розвитку туристичних регіонів, територій, зон), а саме:

- північ, південь, схід, захід, центр;
- області;
- райони;
- територіальні громади;
- курорти;
- туристичні території;

секторальної (створення системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні), а саме:

- міський туризм;
- екологічний (зелений);
- етнічний;
- сільський;
- культурно-пізнавальний;
- подієвий;
- медичний, лікувально-оздоровчий;
- гастрономічний;

- релігійний;
- гірський, спортивний, велосипедний;
- пригодницький та активний;
- науковий та освітній;
- круїзний та яхтовий;
- шопінг та розважальний туризм;
- інші пріоритетні види туризму.

**Дорожня карта та напрями реалізації Стратегії.** Основними напрями реалізації Стратегії є:

*за напрямом “Безпека туристів”*

- забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, що сприятиме підвищенню якості наданих туристичних послуг шляхом:

- надання невідкладної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації та/або постраждали під час подорожі;

- створення “гарячої” телефонної лінії для прийому і ведення обліку звернень та скарг туристів, у тому числі іноземних, а також надання необхідної інформації з питань туризму, виклику допомоги;

- проведення моніторингу надзвичайних подій, що трапляються з туристами в регіонах;

- посилення відповідальності суб’єктів туристичної діяльності перед споживачами туристичних послуг;

*за напрямом “Нормативно-правова база сфери туризму та курортів”*

імплементация законодавства ЄС у сфері туризму та курортів, що забезпечить вдосконалення законодавства у зазначеній сфері з урахуванням досвіду провідних туристичних країн ЄС шляхом:

- розроблення пропозицій щодо внесення змін до Законів України [“Про туризм”](#) та [“Про курорти”](#);



- розроблення законопроектів щодо запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації), заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії (щодо створення режиму сприяння для залучення інвестицій у розбудову туристичної індустрії);
- приведення у відповідність з міжнародними вимогами методів статистики у сфері туризму та курортів та впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка;
- візової лібералізації та спрощення візових процедур для туристів із країн, що є цільовими ринками для України;
- актуалізації діючих та укладення нових міжвідомчих та міжурядових угод про співпрацю у сфері туризму та курортів;
- розроблення і затвердження порядку створення і ліквідації туристичних представництв України за кордоном;
- гармонізація національних стандартів у сфері туризму та курортів з міжнародними стандартами, що сприятиме підвищенню якості національного туристичного продукту шляхом:
  - забезпечення діяльності технічних комітетів стандартизації із залученням суб'єктів туристичного ринку, організацій роботодавців та громадських об'єднань у сфері туризму та курортів;
  - впровадження міжнародної системи якості послуг за такими напрямками, як туроператорська та турагентська діяльність; готелі та аналогічні засоби розміщення; заклади громадського харчування; гіді-перекладачі та екскурсіводи; туристичні інформаційні центри; курорти, оздоровчі послуги та кемпінги; пляжі, дайвінг; екологічний, сільський, активний туризм; інші пріоритетні види туризму для держави та регіонів; виставкова та конгресна діяльність тощо;
  - визначення та забезпечення типізації та спеціалізації курортів;

- лібералізація та ефективне регулювання провадження підприємницької діяльності у сфері туризму та курортів шляхом:

- скасування ліцензування туроператорської діяльності і впровадження альтернативного механізму ефективного регулювання діяльності туроператорів та інших суб'єктів туристичного ринку;

- скасування обов'язкової та заохочення добровільної категоризації готелів та аналогічних засобів розміщення;

- створення сприятливих умов для організації діяльності національних туристичних операторів та підтримка малого бізнесу у сфері туризму та курортів;

*за напрямом “Розвиток туристичної інфраструктури”*

- забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури шляхом:

- проведення моніторингу інвестиційних пропозицій щодо розбудови туристичної інфраструктури у регіонах;

- підготовка каталогу інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів для представлення потенційним вітчизняним та іноземним інвесторам;

- участь інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів у міжнародних ярмарках інвестиційних проектів;

- визначення можливостей і потреби у формуванні туристичних та туристично-інформаційних центрів;

- забезпечення доступності об'єктів туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення;

- забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення шляхом:

- регулювання інтенсивності туристичних потоків (антропогенних навантажень);
- створення Державного кадастру природних курортних територій та Державного кадастру природних лікувальних ресурсів;
- збору інформації та проведення аналізу стану використання природних туристичних і курортних ресурсів, удосконалення системи показників розрахунку обсягів туристичної та курортної діяльності;
- проведення державного моніторингу екологічного стану навколишнього природного середовища та природних лікувальних і рекреаційних ресурсів, фізичних факторів на курортах, туристичних територіях, у місцях відпочинку населення;
- сприяння встановленню стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами шляхом впровадження проектного підходу до створення комплексного туристичного продукту;

за напрямом *“Розвиток людських ресурсів”* удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму та курортів та інших сфер діяльності, пов’язаних із туризмом, що сприятиме підвищенню рівня професійної підготовки фахівців у сфері туризму та курортів та якості обслуговування споживачів туристичних послуг шляхом:

- комплексного дослідження ринку праці у сфері туризму та курортів з метою визначення потреби у фахівцях відповідного профілю, розроблення відповідних базових компетентностей фахівців та підготовки освітніх програм з професійного навчання у сфері туризму та курортів з урахуванням виявлених потреб;
- гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти у вищих навчальних закладах, які забезпечують підготовку фахівців у сфері туризму та курортів, і стандартів професійної підготовки;

- затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу;

- залучення населення до популяризації туризму;

- забезпечення наукового супроводження та досліджень у сфері туризму та курортів, запровадження прогресивних інноваційних розробок шляхом:

- заохочення молоді до активної діяльності, розроблення інноваційних продуктів і започаткування бізнесу у сфері туризму та курортів за результатами проведення конкурсів на регіональному та галузевому рівні;

за напрямом *“Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України”* формування позитивного іміджу України як привабливої для туризму країни, що сприятиме збільшенню туристичних потоків до України, шляхом:

- розроблення та реалізації маркетингової стратегії просування національного туристичного продукту;

- маркетингового просування офіційного туристичного бренду України;

- створення та ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу *“Відвідай Україну”* (*“Visit Ukraine”*) із представленням у єдиному форматі достовірної та актуальної інформації про туристичні можливості регіонів та міст України;

- розроблення, виготовлення та поширення в Україні та за кордоном друкованої продукції, яка пропагує туристичні можливості нашої держави;

- презентації туристичного потенціалу України на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах тощо;

- становлення інституту саморегулювальних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);

- формування та реалізація конкурентоспроможних національного та регіонального туристичних продуктів, що сприятиме зростанню попиту на туристичні послуги, збільшенню надходжень від реалізації туристичних послуг до державного та місцевих бюджетів шляхом:

- створення національної мережі туристичних брендів України (області, райони, міста, територіальні громади, курорти, туристичні території);

- створення інтерактивної бази даних, що містить інформацію про туристичні та рекреаційні ресурси України, придатні для використання у сфері туризму та курортів, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду, рекомендовані для відвідування туристами та формування національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів;

- забезпечення інформаційного супроводження реалізації державної політики у сфері туризму та курортів.

**Механізми та інструменти реалізації Стратегії.** Для досягнення цілей Стратегії у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів.

Правовий механізм орієнтований на дотримання учасниками процесу реалізації Стратегії принципів конституційності, законності та прозорості. Основними інструментами правового механізму повинні бути нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських

організацій. Чітке визначення завдань учасникам реалізації Стратегії дасть змогу розподілити відповідальність за прийняття рішень та їх виконання.

Основними складовими організаційного механізму є:

- план заходів з реалізації Стратегії, який дасть змогу із застосуванням установлених показників розвитку провести оцінку досягнення цілей Стратегії шляхом проведення моніторингу та визначення ефективності впливу заходів, що здійснюються на державному, регіональному та місцевому рівні;
- цільові та регіональні програми розвитку сфери туризму та курортів;
- договори, що укладаються, в тому числі на засадах державно-приватного партнерства.

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

- використання інструментів для формування сприятливих умов для залучення інвестицій у туристичну галузь;
- надання підтримки вітчизняному виробнику туристичної продукції;
- сприяння фінансовому оздоровленню підприємств туристичної галузі;
- впровадження сучасних інформаційних та маркетингових технологій.

Фінансовий механізм забезпечує реалізацію принципів прозорості та передбачуваності дій органів державної влади з розподілу коштів державного бюджету, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів банків та небанківських установ, коштів недержавних цільових фондів, лізингових компаній.

Фінансове забезпечення реалізації Стратегії здійснюється у межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, коштів міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних донорів, фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших джерел, не заборонених законом.

Обсяг фінансування Стратегії визначається з урахуванням конкретних завдань та у межах коштів, передбачених державним бюджетом на відповідний рік.

**Моніторинг реалізації Стратегії.** Однією з умов успішної реалізації Стратегії є розроблення і впровадження системи моніторингу з урахуванням об'єктивних показників розвитку. Крім того, проводиться постійне порівняння результатів її реалізації у частині досягнення цілей Стратегії та регіональних стратегій розвитку.

Реалізація положень Стратегії, виконання плану заходів, моніторинг стану їх виконання здійснюються центральними та місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування на підставі, у межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України.

Моніторинг реалізації Стратегії проводить Мінекономрозвитку. До проведення моніторингу з метою дотримання об'єктивності та неупередженості залучаються громадські організації, незалежні інститути та експерти.

Інститути громадянського суспільства здійснюють контроль за діяльністю органів державної влади та органів місцевого самоврядування щодо реалізації Стратегії, зокрема шляхом проведення громадської експертизи проектів нормативно-правових актів та концептуальних документів з питань розвитку сфери туризму та курортів.

Результати моніторингу можуть бути підставою для коригування планів заходів з реалізації Стратегії.

**Показники реалізації Стратегії.** Для оцінки стану розвитку сфери туризму та курортів в Україні та досягнення основних стратегічних цілей, визначених Стратегією, використовуються контрольні показники розвитку,

результати державних статистичних спостережень у сфері туризму та курортів, інші дані центральних органів виконавчої влади та індекси міжнародних рейтингів розвитку туристичної галузі.

За результатами реалізації Стратегії необхідно досягти таких контрольних показників:

Таблиця 2.1.

**Контрольні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні**

Найменування показника розвитку	За роками				Примітка
	2015	2019	2022	2026	
1. Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 раза	за вихідні показники взято показники 2015 року
2. Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	
3. Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів	
4. Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів	
5. Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	
6. Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	57	збільшення у 2 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів	
7. Кількість екскурсантів, тис. осіб	25,5	збільшення у 1,5 раза	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 раза	

Реалізація Стратегії передбачає досягнення таких показників:

- збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд. гривень у 2026 році;
- збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 році;



- забезпечення діяльності інституту саморегулювальних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій);
- функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду;
- впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка;
- заснування десяти туристичних представництв за кордоном;
- лібералізація візового режиму з десятьма країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України.

**Очікувані результати.** Реалізація Стратегії дасть змогу:

- підвищити конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів;
- підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів;
- створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості;
- створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі.

## **2.2. Дослідження економічних проблем туризму**

Проведемо аналіз впливу поточної тенденції в економіці на сферу туризму. Для цілей нашого дослідження необхідно розглянути окремі економічні показники в динаміці.

За умови, що тренд доходів залишається стабільним реального збільшення доходів населення не спостерігається (рис. 2.2), при цьому не слід очікувати підвищення купівельної спроможності населення. Саме цю гіпотезу підтверджує Індекс споживчих настроїв населення (рис. 2.3).

Основним фактором зниження купівельної активності є не стабільність економічної ситуації в країні. Тренди індексів загальноекономічної ситуації практично повністю дублюються в особистих очікуваннях населення.

Таким чином, можна стверджувати про зниження купівельної спроможності населення особливою в такій сфері як туризм, витрати якої не є першочерговими і відносяться до т.зв. «великих покупок». Постраждав в першу чергу сегмент виїзного туризму, під впливом з високого валютного курсу. Але в цьому є і позитивний момент – можливість активного розвитку внутрішнього туризму (окрім сходу України).

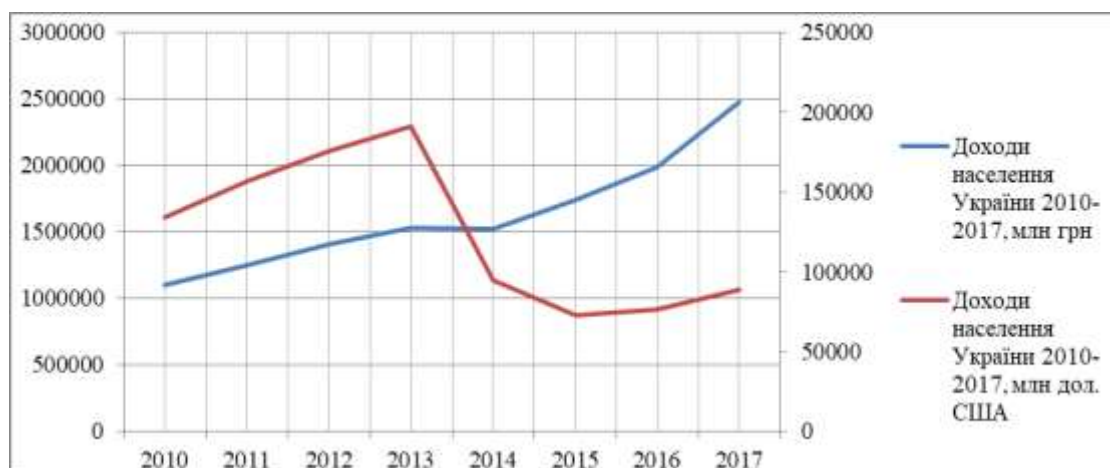


Рис. 2.2. Доходи населення України 2010-2017

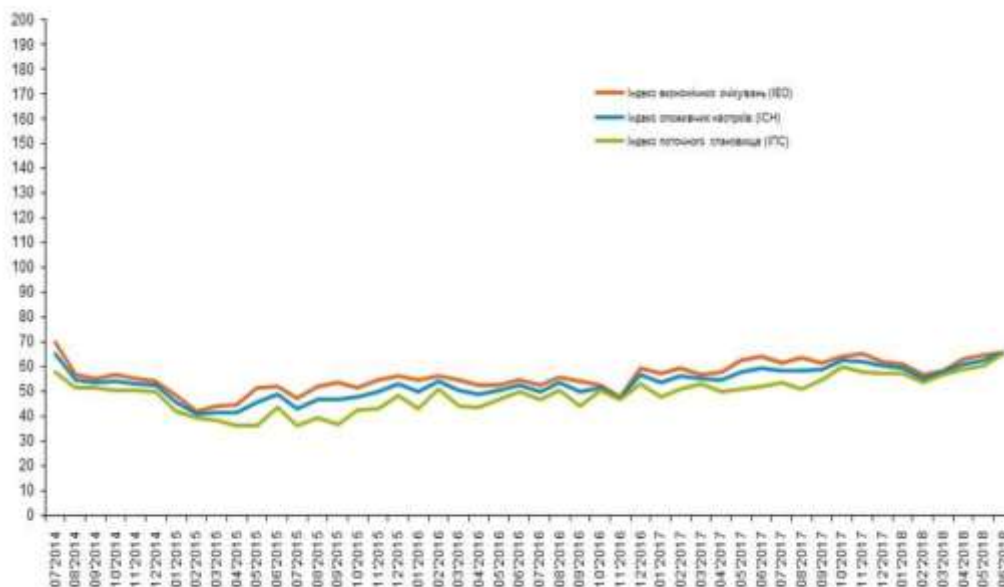


Рис. 2.3. Індекс споживчих настроїв населення

На розвиток внутрішнього туризму в Україні істотний вплив зробили два фактори:

1) загальне погіршення кон'юнктури ринку, багато в чому обумовлене впливом зовнішньої агресії з боку РФ: підвищення цін, зниження курсу національної валюти, зростання безробіття, прогнози щодо збільшення цін на лікарські препарати і продукти харчування. Дані обставини визначають негативні очікування населення щодо економічної ситуації в країні, що, в свою чергу, робить істотний вплив на процес формування споживчих настроїв суспільства на сучасному етапі. У зв'язку з подорожчанням послуг туристських організацій, в основному обумовленим різким падінням курсу гривні, багато громадян в кінці 2014 - на початку 2015 були змушені провести свою відпустку на території України;

2) окупація Автономної Республіки Крим. Ситуацію, що склалася необхідно використовувати для розвитку інфраструктури внутрішнього туризму в інших регіонах. Для цього слід провести масштабну оцінку туристського потенціалу територій регіонів, виділити їх «сильні сторони»; провести маркетингові дослідження, на підставі яких будуть спроектовані

програми з розвитку окремих напрямків туризму в Україні. Ключовим фактором у даному випадку має стати ефективна взаємодія держави і приватного капіталу, засноване на пільговому кредитуванні і низькому податковому навантаженні.

Вкрай несприятливі внутрішні умови розвитку при порівняно слабких міжнародних позиціях економіки України примушують активно шукати нестандартні шляхи виходу з кризи, засоби формування по-справжньому міжнародною конкурентоспроможною національною економікою.

Безумовно, причини треба шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, в невідрегульованості механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на національному, так і регіональному рівнях. Але проблема являється значно ширшою. Питання стосується, напевно, не лише туристичної галузі України, а взагалі шляхів залучення країн з перехідною економікою (до яких належить і Україна) до могутнім інтеграційним процесам та конкурентоспроможності таких економік на світовому ринку.

Брак інформації про Україну - одна з основних причин низьких темпів розвитку туризму. Поліпшити ситуацію може участь фахівців і представників турагентств у відомих світових туристичних виставках. Торік уряд вперше профінансував презентацію України на ярмарці туристичних послуг ІТВ в Берліні. До 2020 року в Україні діятиме програма розвитку туризму. Вона передбачає збільшення частини області в структурі ВВП з 1,5 до 14-ти відсотків і інвестиції в більш ніж 11 мільярдів гривень. Держава виділить тільки сорок мільйонів. Інші гроші внесуть приватні компанії.

Програма спрямована на розширення і поліпшення якості туристичної інфраструктури України, спрощення процедури перетину кордону, зниження податкового навантаження туристичних компаній.

Ситуація, яка склалася в туристичній сфері останнім часом, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту, із забезпеченням необхідної якості.

Головними зовнішніми факторами, що стримують розвиток туризму в Україні, є викликана млявістю і несподіванкою економічних реформ несприятливих існуючих умов для підприємництва взагалі та туристичного зокрема, недосконалість і навіть певна агресивність нормативно-правового поля і, як наслідок, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму - як внутрішніх (через тривалої економічної кризи), так і іноземних (через несприятливого інвестиційного клімату).

Несприятливість економічного клімату послужила причиною того факту, що з майже 3000 українських туристичних підприємств, які мають дійсні ліцензії на надання туристичних послуг, фактично на ринку працюють лише близько третини.

Як вже зазначалося, саме ці зовнішні та внутрішні фактори можуть бути базою, на основі якої будуть розроблятися пропозиції щодо виходу області з кризового становища та слугувати показниками подальших напрямків її розвитку.

Отже, підсумовуючи все вищенаведене, приходимо до досить простого висновку. Так, можна з упевненістю стверджувати, що в галузі туризму проблемним сьогодні є неефективне та нераціональне використання відповідних ресурсів, сьогоднішній рівень розвитку туристичної індустрії не відказали наявному потенціалу. Це є визначальним питанням, яке має диференційовану структуру, складаючись, в свою чергу, з ряду інших, більш конкретних питань. Так, до останніх можна віднести відсутність розвиненої інфраструктури, низька якість обслуговування, відсутність якісної реклами та глибинної інформації про готелі, санаторіях, турах по країні та послуги, які надаються не на світовому рівні, значний податковий тягар і т.п.

Миколаївська область має невикористані рекреаційні та туристичні ресурси, тому є однією з перспективних для розвитку туризму в Україні. Його потенціал та можливості формують морське побережжя, чисте навколишнє середовище, багато культурна та історична спадщина.

Як передумову успішного розвитку відпочинку в сільських етнографічних районах треба розглядати формування ідеології відродження й розвитку всього спектра традиційної культури, починаючи від форм господарських занять до надбань духовної сфери, що діятимуть як сприятливі чинники для індивідуального відпочинку в етнографічних районах України. І тим самим за рахунок зеленого туризму відбуватиметься процвітання економіки.

Тому потрібно розвивати наявні туристичні ресурси області, залучати інвестиції для розвитку об'єктів відвідування та проводити рекламну кампанію як на рівні України, так і на міжнародному ринку туристичних послуг.

### **2.3. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку**

Україна має великий потенціал, і володіє практично всіма курортними ресурсами: природними термальними водами, гідроресурсами, лікувальними грязями, хвойними змішаними лісами і морським узбережжям. Сучасний стан формування та реалізації наявного туристичного потенціалу, з огляду на український ринок туристичних послуг, можна охарактеризувати як нерівномірний. Така ситуація зумовлена концентрацією на ринку туристичних послуг декількох атрактивних регіонів, передумови розвитку туризму у яких «лежать на поверхні», а власне місто є інфраструктурним центром і його огинання часто є неможливим чи нелогічним в силу географічного та адміністративного розташування, або ж в силу відповідно проведених маркетингових дій та їх результатів.

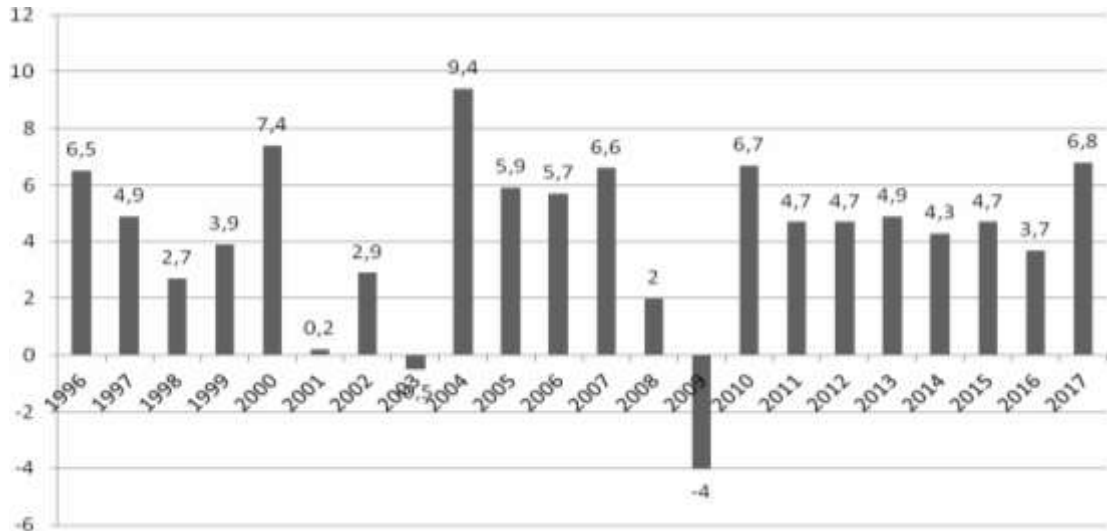
Інша ситуація постає в малих та середніх містах, туристичний потенціал яких, в багатьох випадках, є безумовно потужним, проте в силу умов (географічної віддаленості, низького рівня інфраструктури тощо) та умов, що склалися історично та подальшими шляхами розвитку міста (за відповідним профілем - промисловим, науковим тощо), туристична сфера відійшла на другий план і не була обрана ні джерелом економічного розвитку регіону, ні

його частиною. Швидке зростання ролі туризму в національній економіці свідчить про активний розвиток даної сфери та актуальність її активізації на території України. Однак розвиток туризму неможливий без нормальної міжрегіональної конкуренції, тобто поступальний рівень розвитку кожного туристичного регіону України залежить від його спроможності реалізувати наявний туристичний потенціал. Так само, надзвичайно важливим є розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, який здатен зробити вагомий внесок у соціально-економічний розвиток країни, впливаючи на надходження до місцевих та державного бюджетів, розвиток підприємництва у туристичній та суміжних сферах.

Відповідно ринок туристичних послуг – об'єднання усіх учасників ринку задля задоволення потреб кожного суб'єкту. Від успішної роботи кожного з них залежить ефективність функціонування туристичного ринку, оскільки зменшення туристичних ресурсів та кількості атракцій призводить до скорочення чисельності туристів, що в свою чергу призводить до зменшення кількості суб'єктів туристичного ринку, що надають послуги, і в кінцевому випадку, до відсутності надходжень до бюджету. Тобто, для ефективного функціонування та процвітання ринку туристичних послуг необхідне існування усіх його складових та ефективна робота кожного з них.

Туристичний ринок вважається досить гнучким, оскільки швидко реагує як на зміну туристичного попиту та пропозиції, так само гостро реагує і на зміни зовнішнього середовища (політичні, економічні, соціальні фактори). Туризм є однією з провідних сфер економіки України, забезпечуючи не лише надходження до бюджетів, але й створюючи робочі місця, розвиваючи позитивний імідж держави, підвищуючи конкурентоспроможність національних туристичних продуктів. Тому і виявляє вагомий вплив на економіку України, однак частка доходів від надання туристичних послуг не досягає й 1% у ВВП, в той час у країнах, де сфера туризму добре розвинена, вона може генерувати до 10% ВВП [70]. Світові тенденції розвитку туризму свідчать про зростання його ролі як на

локальних рівнях, так і світовому. Міжнародні туристичні потоки протягом 1996-2017 років характеризувалися, в основному окрім 2009 р., позитивними зрушеннями (рис. 2.4).



**Рис. 2.4. Динаміка зміни міжнародних туристичних потоків, %**

Джерело: побудовано на основі даних [11]

Отже, досліджуючи динаміку процесів у туристичних потоках протягом 1995-2017 років, доцільно зазначити, що 2004 рік характеризувався як період буму, досягнувши піку зростання 9,4% у порівнянні з 2003 роком. Це був найвищий показник приросту туристичних подорожей, у той же час, негативні зрушення були характерними для попереднього 2003 року (-0,5%) та 2009 року (-4%). Після якого відновилася позитивна тенденція щорічного зростання міжнародних туристичних потоків. Поділ туристичних потоків за географічним принципом дозволяє відслідкувати динаміку даного процесу у 2017-2018 рр. (табл.1).

**Таблиця 2.2**

**Динаміка зміни туристичних потоків, %**

Географічний регіон	Приріст 2017 р.		Приріст 1 кв. 2018 р.*
	млн. осіб	%	%
Європейський регіон	671	8,4	6,8
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	324	5,6	7,8
Американський регіон	207	3,3	3,0



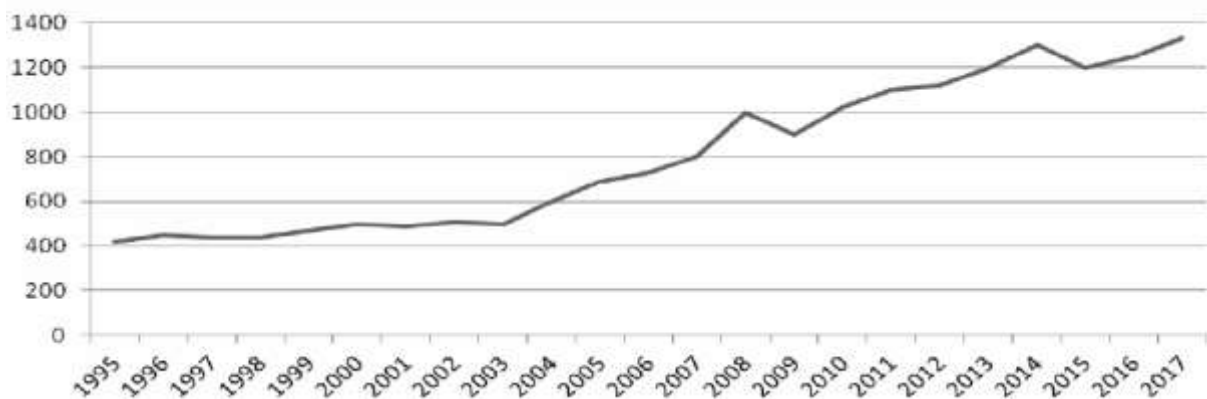
Продов. таблиці 2.2.

Африканський регіон	62	9,0	5,6
Регіон країн Сходу	58	4,6	4,5

\* По відношенню до аналогічного періоду попереднього періоду

Джерело: побудовано на основі даних [11]

Аналізуючи світові туристичні потоки слід зазначити, що 2017 рік характеризувався більш стрімким їх зростанням ніж 2016 рік, зокрема за вказаний період обсяги туристів зросли на 6,8%. При чому, лідерами за відвідуваністю є Франція, Іспанія та США. У той же час, враховуючи зміни зовнішнього середовища та тенденції у світових економіках, прогноз на 2018 рік показує деяке скорочення даного показника від 4 до 5%, тим самим, відбуватиметься скорочення на 1,8-2% туристів.

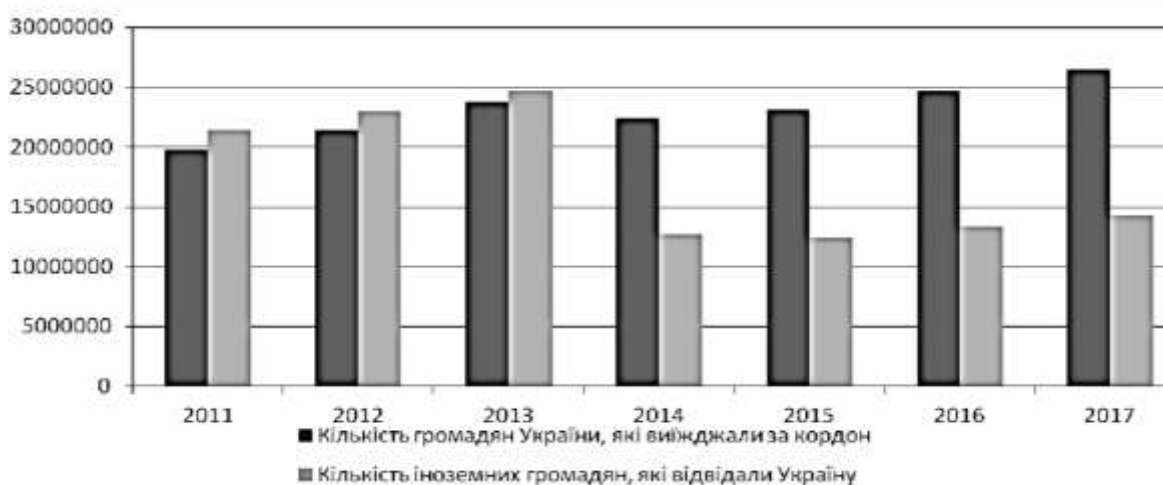
**Рис. 2.5.** Динаміка міжнародних туристичних надходжень, млн. дол.

Джерело: побудовано на основі даних [65]

Дослідуючи міжнародні туристичні надходження протягом 1995-2017 років (рис.2.5), слід відмітити, що по даному показнику, у 2017 році також відбулися позитивні зрушення на 5% по відношенню до попереднього року, тобто на 94 мільярдів доларів більше ніж у 2016 році та досягнувши 1 332 мільярди доларів.

За даними Всесвітньої туристичної організації UNWTO, частка України в туристичних потоках Європи становить близько 4% та близько 1% – в загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності [70].

Туризм – це інвестиції для країни. Так, за даними U.S. News and World Report [66] лідируючі місця за вкладом держави у розвиток підприємництва в країні посідають: Німеччина, Японія, США, Великобританія, Швейцарія. Наприклад, Кіпр вкладає 20 млн євро в промоцію, а отримує дохід 2 млрд., Грузія використовує бюджет розміром приблизно 18 млн. дол. Оцінивши динаміку світових туристичних потоків, проаналізуємо даний показник і в Україні (рис. 2.6).

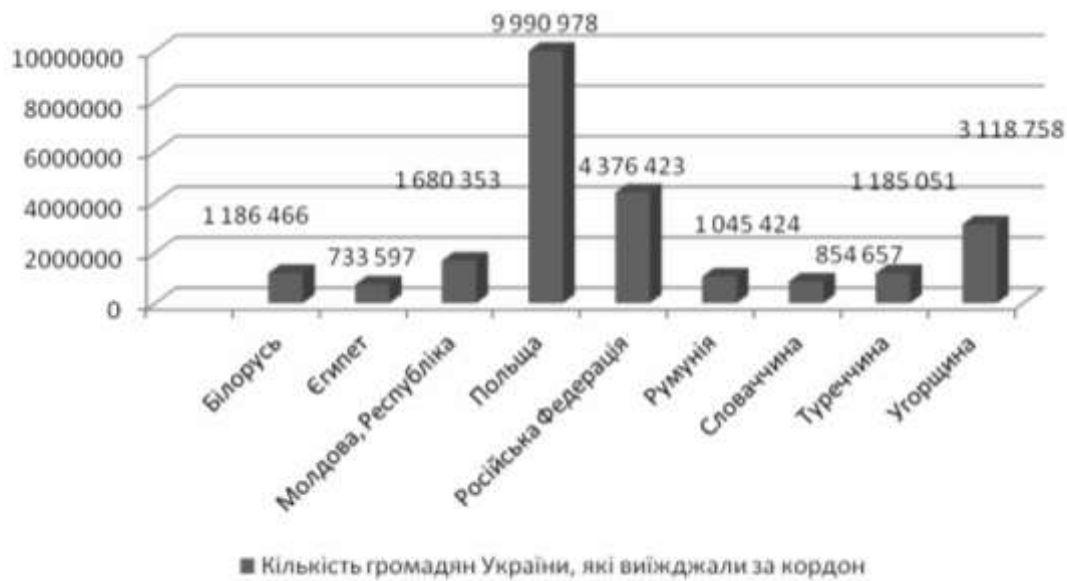


**Рис. 2.6. Динаміка туристичних потоків України, осіб**

Джерело: побудовано на основі даних [19]

Відповідно до отриманих даних можна зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду (2011-2017 роки) динаміка кількості іноземних громадян, які відвідали Україну та зміна чисельності громадян України, що виїжджали за кордон мали схожі тенденції. Обидва потоки досягли піку у 2013 році, так само як і у 2014 році відбувся спад за вказаними категоріями. Однак 2014 рік сильно змінив вподобання іноземних туристів, скоротивши потік іноземних громадян удвічі. Це пояснюється подіями, які були надзвичайно складними для України саме у 2014 році. Починаючи з 2015 року кількість бажаючих відвідати Україну відображає позитивні зрушення, збільшуючи потік іноземних туристів в середньому на 10% щороку. Але якщо оцінити динаміку іноземних туристичних потоків, то кількість іноземних громадян, що відвідали Україну у 2017 р. у порівнянні з 2011 р. скоротилася

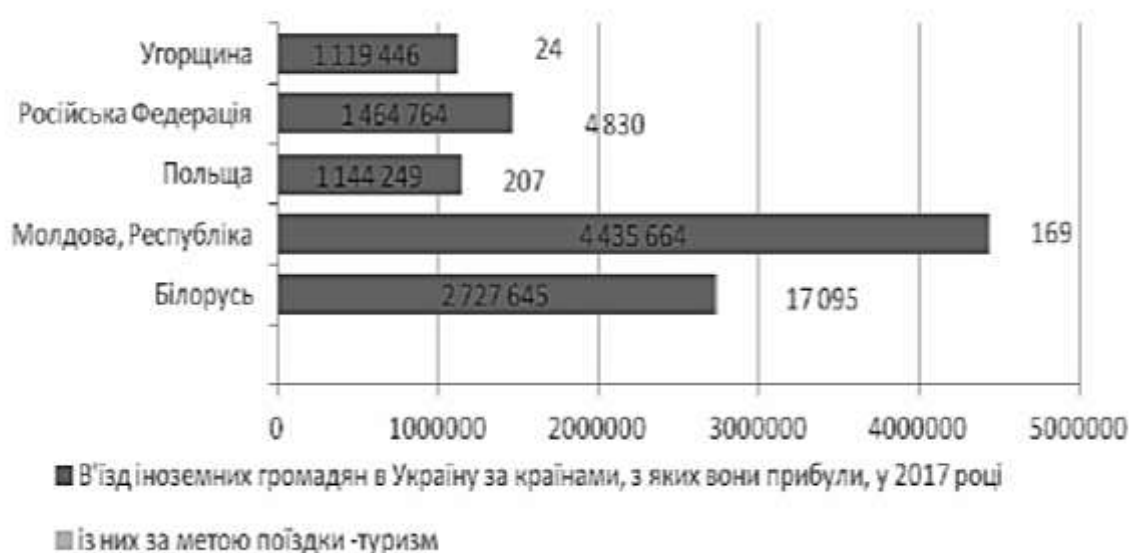
більше ніж на 65%. Узагальнюючи динаміку туристичних потоків внутрішніх туристів у обраному періоді, то по відношенню до 2011 року кількість громадян, які виїжджали за кордон зросла на 33,7%, що свідчить про постійне збільшення попиту, незважаючи на економічну ситуацію в Україні. Країнами-лідерами, які українці обрали для виїзду за кордон (за даними [1]) у 2017 році були наступні (рис. 2.7).



**Рис.2.7. Країни, куди українці найчастіше виїжджали за кордон у 2017 році**

Джерело: побудовано на основі даних [1]

Отже, перше місце у вподобаннях українців для виїзду за кордон займає Польща, при чому 98% туристів основною метою вказували приватну поїздку, що була характерною і для інших країн для відвідування, далі лідерами були Росія та Угорщина. Відносно іноземних громадян, які відвідували Україну, то країнами-лідерами були Молдова, Білорусь та Росія (рис. 2.8).

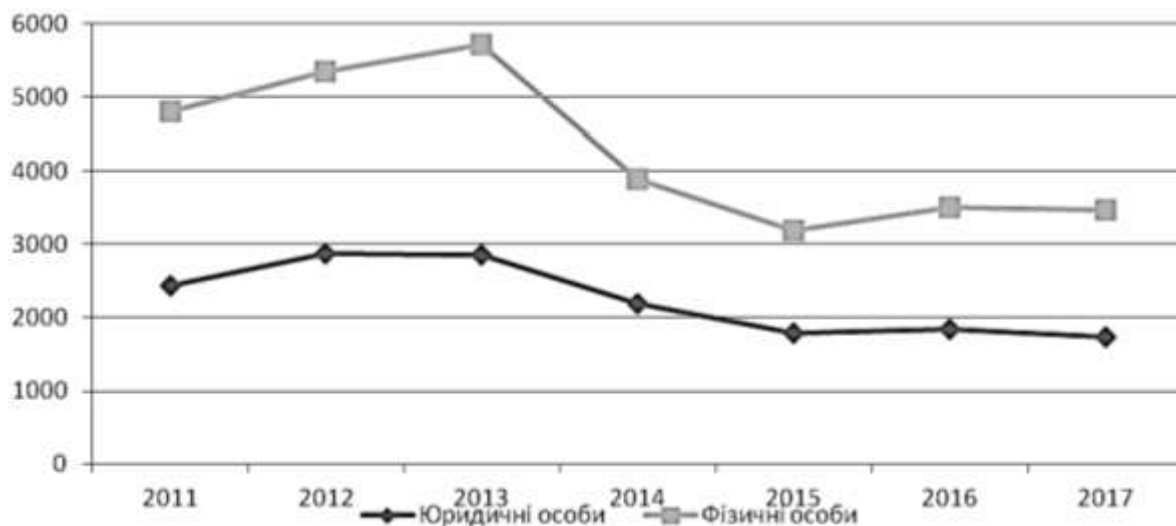


**Рис. 2.8. Рейтинг країн-лідерів, з яких прибули іноземні туристи до України у 2017 році**

Джерело: побудовано на основі даних [1]

Попри найбільшу кількість іноземних громадян з Молдови, лідерство у сфері туризму займає Білорусь, чисельність туристів за даною метою є найбільшим (17095 осіб).

Аналізуючи туристичний ринок України, доцільно здійснити оцінку як кількості суб'єктів туристичної діяльності (рис. 2.9), так і показників їх роботи.



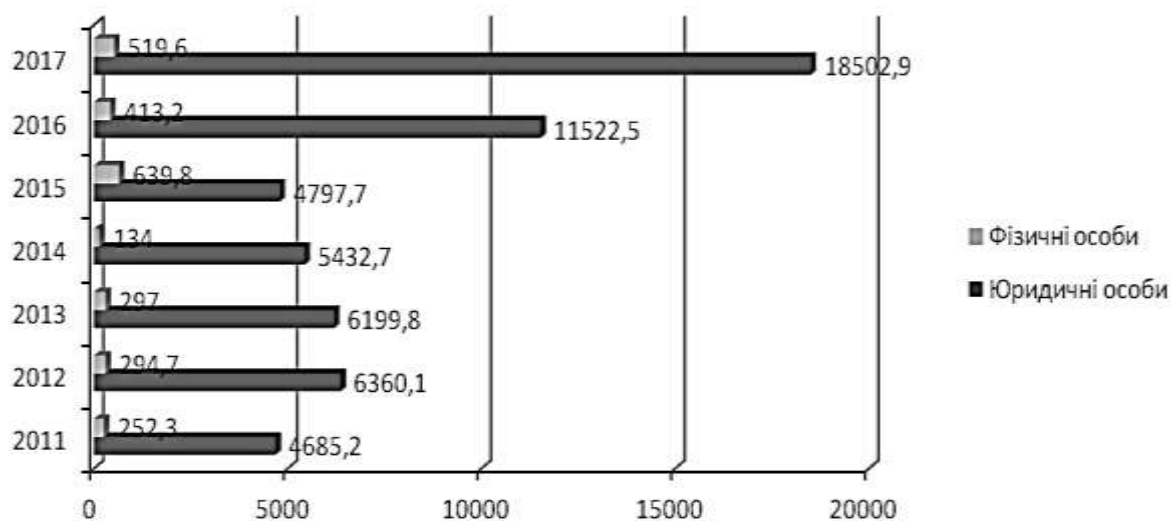
**Рис. 2.9. Кількість суб'єктів туристичної діяльності в Україні, одиниць**

Джерело: побудовано на основі даних [19]

Так мережа суб'єктів туристичної діяльності України – юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців – у 2017 році становила 3469 одиниць, що на 40 одиниці менше, ніж у 2016 році. У структурі мережі за типами суб'єктів туристичної діяльності найбільш численною категорією є туристичні агенти, частка яких перевищує 80% від загальної кількості суб'єктів. Пік суб'єктів туристичної діяльності припав на 2012 та 2013 роки, що можна пояснити проведенням чемпіонату з футболу Євро-2012, після чого спостерігалось різке падіння як кількості суб'єктів, так і зменшення доходів. І у 2017 році кількість юридичних осіб скоротилася на 6%. У той же час, кількість фізичних осіб, які здійснюють туристичну діяльність у 2017 році по відношенню до 2016 року зросла на 58 одиниць.

Аналізуючи кількість туристів – громадян України, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом року, то вона становила понад 2,7 млн осіб (що на 8% більше у порівнянні з 2016 роком), іноземних туристів – майже 40 тис. осіб (у 2016 році відповідно було 35 тис.). Для переважної більшості туристів (85%) основною метою подорожі була організація дозвілля

та відпочинку. Дохід від надання туристичних послуг суб'єктами підприємницької діяльності представлено на рис. 2.10.



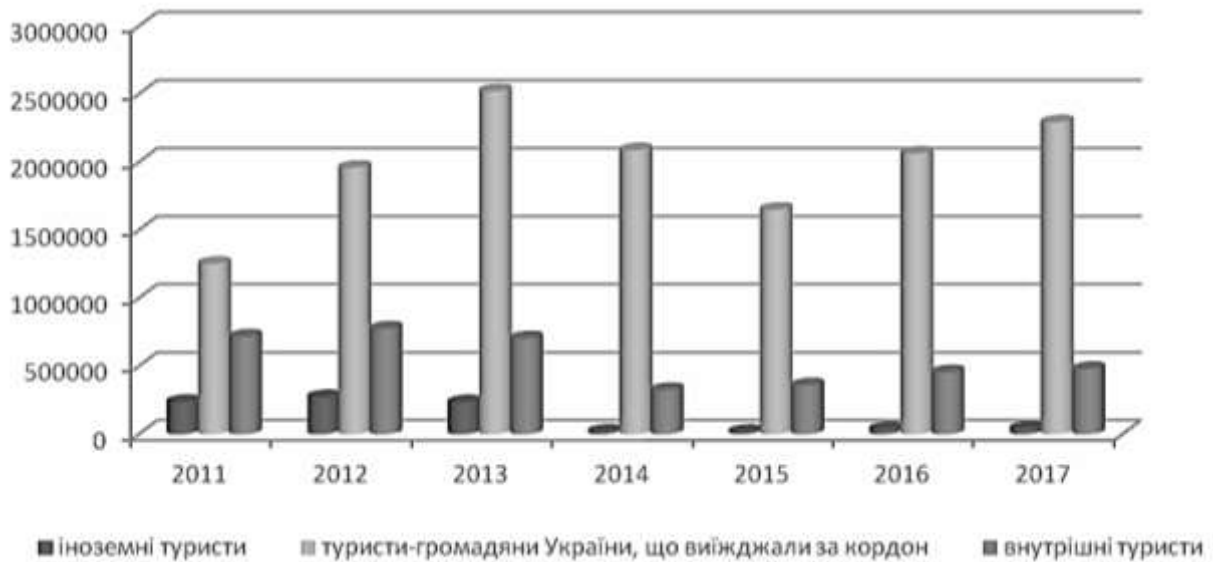
**Рис. 2.10.** Дохід від надання туристичних послуг в Україні, млн.грн

Джерело: побудовано на основі даних [19]

Аналізуючи дані рис. 2.10 слід зазначити, що попри певне скорочення кількості суб'єктів туристичної діяльності, у 2017 році спостерігалось суттєве підвищення доходів юридичних осіб, які займаються наданням туристичних послуг (до даної категорії включено туроператорів, турагентів та суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність), понад 60% порівняно з 2016 роком. Також позитивними зрушеннями характеризувалися і доходи фізичних осіб (туристичних агентів та суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність), що зросли понад 25%, у порівнянні з 2016 роком.

У той же час, зростання доходів від надання туристичних послуг протягом досліджуваного періоду пов'язане зі збільшенням як вартості туристичних послуг, так і зростанням чисельності проданих ваучерів (Державна служба статистики України).

Оскільки кількість суб'єктів туристичної діяльності та доходи отримані ними прямо залежать від кількості обслуговуваних туристів, тому доцільно провести аналіз кількості туристів, обслуговуваних саме суб'єктами туристичної діяльності України протягом 2011-2017 років (рис. 2.11).



**Рис. 2.11. Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, осіб**

Джерело: побудовано на основі даних [19]

Громадяни України, які виїжджали за кордон становили групу, що найбільше користувалися послугами суб'єктів туристичної діяльності. Як і розглянуті вище туристичні потоки України, кількість туристів, обслуговуваних туристів мають таку ж динаміку як піку (2013 рік), так і спаду (2014 рік), так і розвитку (починаючи з 2015 року).

Для оцінки реальної ситуації на туристичному ринку України розглянемо ще й регіональний аспект. Кількість функціонування суб'єктів туристичної діяльності за регіонами України характеризується нерівномірним розподілом (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Кількість суб'єктів туристичної діяльності за регіонами, од.**

<b>Регіон</b>	<b>2015 р.</b>	<b>2016 р.</b>	<b>2017 р.</b>
Україна	3182	3506	3469
Вінницька	63	68	69
Волинська	68	69	66
Дніпропетровська	294	322	325
Донецька	23	33	42
Житомирська	47	56	47
Закарпатська	67	65	63
Запорізька	140	161	160
Івано-Франківська	83	107	105
Київська	90	119	116
Кіровоградська	46	47	43
Луганська	11	19	17
Львівська	221	272	282
Миколаївська	60	69	63
Одеська	245	268	264
Полтавська	91	88	93
Рівненська	59	66	60
Сумська	53	57	58
Тернопільська	43	53	45
Харківська	264	255	263
Херсонська	53	72	67
Хмельницька	78	89	90
Черкаська	75	86	92
Чернівецька	65	66	65
Чернігівська	55	51	51
м.Київ	888	948	923

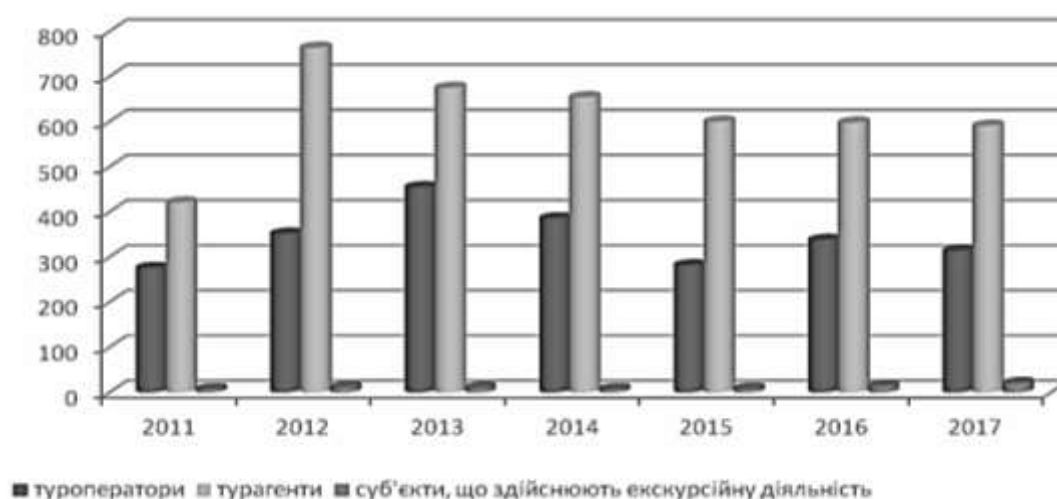
Джерело: побудовано на основі даних [19]

Отже, аналізуючи інформацію табл.2.3 зауважимо, що у 2017 році збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності, спостерігалось у



Дніпропетровській, Донецькій, Львівській, Полтавській, Харківській та Черкаській областях. Однак найбільша кількість суб'єктів туристичної діяльності зосереджена у м. Київ, Дніпропетровській, Харківській та Одеській областях.

Так як м. Київ є найбільшою туристичною дестинацією, улюбленим місцем відвідування туристів, лідером за діловою метою поїздки серед іноземних громадян, то доцільним на наш погляд буде розгляд туристичного ринку саме у даному місті. Зокрема, проаналізуємо кількість суб'єктів туристичної діяльності м. Києва протягом 2011-2017 років (рис. 2.12).



**Рис. 2.12.** Динаміка суб'єктів туристичної діяльності у м. Києві, од.

Отже, дані рис. 2.12 мають так ж динаміку як в цілому і по Україні, де 2012 рік характеризувався найбільшою кількістю суб'єктів, а частка суб'єктів туристичної діяльності у загальній кількості в Україні становила 27% у 2017 році. Серед великої кількості туроператорів, які функціонують на туристичному ринку м. Київ визначимо лідерів на основі рейтингів різних маркетингових компаній та відгуків туристів (табл. 2.4 та табл. 2.5).

Таблиця 2.4

**Рейтинг туроператорів за кількістю обслугованих туристів**

Місце	Туроператор	Кількість туристів, які скористалися послугами туристичного оператора, тис.чол
1	«Join UP!»	500
2	«Anex Tour»	374
3	«TPG»	300
4	«Coral Travel»	170
5	«Pegas Touristik»	130
6	«TEZ TOUR»	120
7	«TUI Ukraine»	100
8	«Аккорд-тур»	77
9	«Mouzenidis Travel»	54
10	«Феєрія»	50

Джерело: побудовано на основі [52]

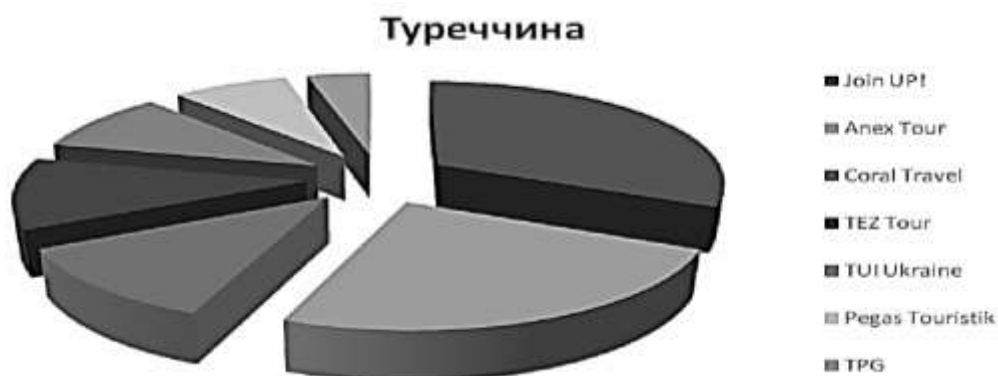
Наступний рейтинг складений за відгуками туристів (табл.2.5).

Таблиця 2.5

**Рейтинг туроператорів за відгуками туристів**

Місце	Туроператор	Кількість позитивних відгуків
1	«Аккорд-Тур»	5124
2	«TPG»	5059
3	«Феєрія»	5008
4	«Альф»	3494
5	«TEZ TOUR»	2550
6	«Гамалія»	2055
7	«Mouzenidis Travel»	2030
8	«Pegas Touristik»	2010
9	«Join UP!»	1734
10	«TUI Ukraine»	1679

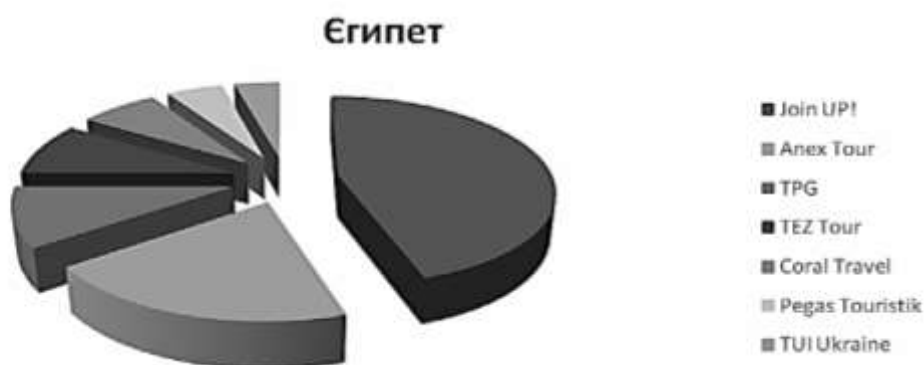
Доцільно також проаналізуємо рейтинг туроператорів по найбільш популярним напрямам – Туреччина та Єгипет серед українських туристів у 2017 році (рис.2.13). Україна зайняла 7 місце серед країн-лідерів за кількістю туристів, які відвідали Туреччину у 2017 році. За указаний період даний напрям відпочинку обрали 1 212 644 туристів, що у порівнянні з аналогічним періодом 2016 року склало на 23% більше.



**Рис. 2.13. Частка туроператорів у напрямі Туреччина, %**

Джерело: побудовано авторами на основі даних [18]

Деякі інші позиції займають туроператори по напрямку Єгипет (рис. 2.14).

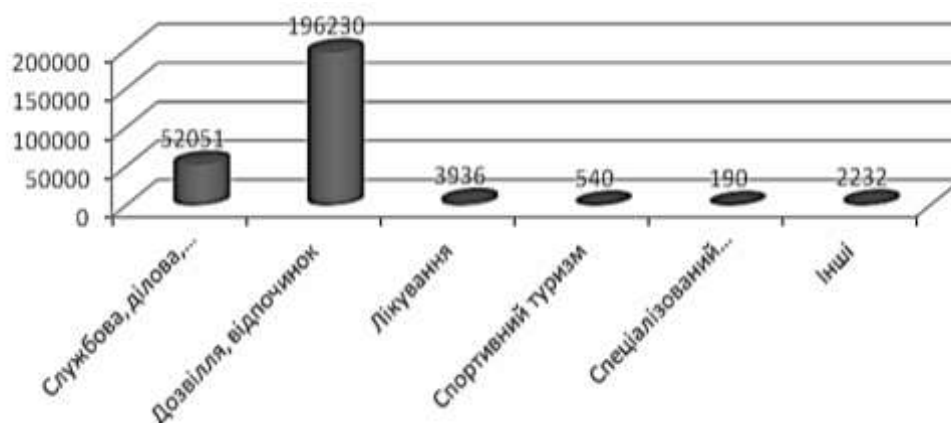


**Рис. 2.14. Лідери продажів турів по напрямку Єгипет, %**

Оцінивши туристичні потоки та лідерів серед суб'єктів туристичної діяльності м. Київ, проведемо аналіз розподілу туристів за метою поїздки у 2017 році (рис.2.15).

За даними [30] м. Київ у 2018 році відвідало на 24% більше туристів, ніж за аналогічний період 2017 року. У топ-10 країн-візитерів до Києва увійшли: Ізраїль, США, Німеччина, Білорусь, Туреччина, Великобританія, Азербайджан, Франція, Італія, Грузія.

Відповідно до даних Управління туризму та промоції КМДА [30], 2017 рік став найефективнішим у контексті реалізації цільової програми та спільних проектів з представниками бізнесу в сфері міжнародних відносин – проведено понад 50 різних заходів для формування туристичної привабливості Києва, та збільшення туристичного потоку.



**Рис.2.14. Розподіл туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності у м. Києві у 2017 році за метою відвідування**

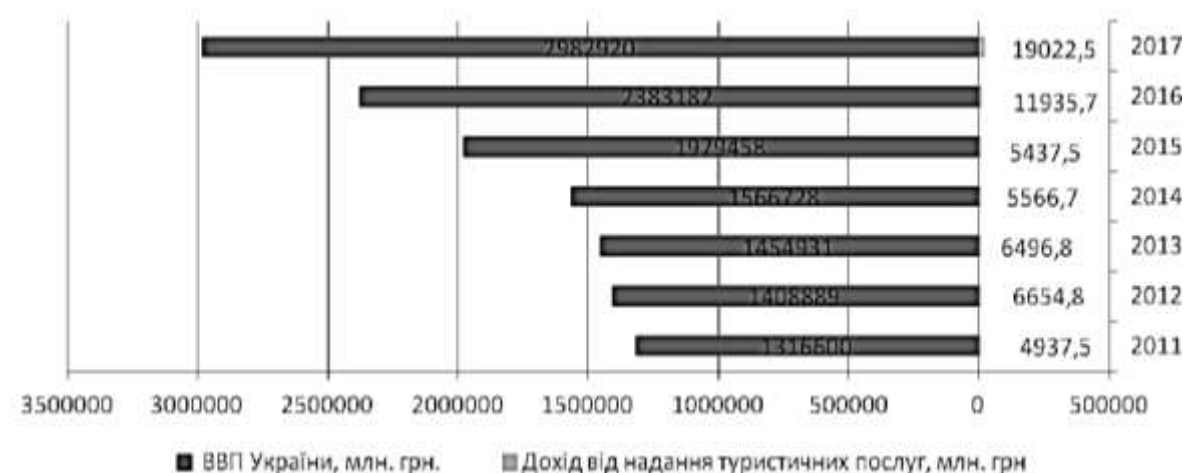
Однак попри розвиток туризму у певних містах, туристична сфера, на жаль, у порівнянні зі світовими тенденціями, не досягає бажаного рівня. Нерівномірність знаходження місць атракцій, нерозвиненість інфраструктури, відсутність матеріально-технічного забезпечення, і відповідно невисока якість обслуговування не допомагають у розвитку туризму в Україні. Низький рівень використання потужності туристичного потенціалу України підтверджується також і незначним внеском туристичної сфери в ВВП (рис. 2.15).



**Рис. 2.15. Зміна частки доходів від надання туристичних послуг у складі ВВП України**

Якщо порівняти частку туризму у ВВП України у 2017 році, то вона становитиме 0,64%, у той час, коли світова практика показує 6-10%. Це свідчить про те, що рівень розвитку туризму в Україні знаходиться на дуже низькому рівні.

Як свідчить дослідження [37] між рівнем доходів туристів та доходами туристичних підприємств існує пряма залежність, що виражається у тому, що при збільшенні доходу туриста на 2,5%, витрати на туризм зростають на 4%. Однак, говорячи про залежність між рівнем економічного розвитку країни та рівнем туризму, така тенденція не прослідковується. Тому проаналізуємо динаміку зміни валового внутрішнього продукту в Україні та частку доходів від надання туристичних послуг протягом 2012-2017 рр. (рис. 2.16).



**Рис. 2.16 Динаміка зміни ВВП України та доходів від надання туристичних послуг протягом 2012-2017 років**

Джерело: побудовано авторами на основі даних [45]

Отже, частка доходів від надання туристичних послуг залишається низькою. Покращення економічної ситуації, рівня життя населення, прийняття законодавчих актів, які сприятимуть розвитку туризму стануть першими кроками на шляху покращення ситуації в країні. Тому на основі проведеного дослідження, побудуємо прогноз доходів від надання туристичних послуг як одного із індикаторів розвитку ринку туристичних послуг. Для побудови достовірних прогнозів оцінимо адекватність обраних нами даних (за допомогою MS Excel) (рис. 2.17).



**Рис. 2.17. Оцінка адекватності вхідних даних для побудови прогнозів розвитку**

Основою стало використання поліноміальної функції, яка найкраще відображає тренд за вказаним показником. Достовірність апроксимації є високою, тобто побудована модель на 87% адекватна вихідним даним, а отже, і прогнозовані дані є реалістичними.

У якості прогнозованої змінної було обрано саме дохід від надання туристичних послуг, як ключовий показник розвитку туризму в країні враховуючи діючий курс валют, стан економічного розвитку, податкове

навантаження та рівень інфляції. На основі відкритої інформації [14,45] та за допомогою спеціального забезпечення у MS Excel спрогнозуємо сценарії розвитку туризму в Україні за трьома варіантами: песимістичним, реалістичним та оптимістичним (табл.2.6).

Таблиця 2.6

**Прогноз доходів від надання туристичних послуг в Україні, млн. грн.**

	Песимістичний	Реалістичний	Оптимістичний
2018	21366,08	21685,65	23850,5
2019	21937,29	22447,95	27250,4
2020	21613,81	22849,41	32002,5

Отже, отримані в ході дослідження прогностичні дані свідчать, що 2018 рік при будь-якому зі сценаріїв розвитку покаже зростання доходів від надання туристичних послуг у порівнянні з 2017 роком. Внесена інформація є актуальною та достовірною на даний момент, похибка достовірності прогнозованих даних при розрахунку моделі склала 5%.

У той же час, розвиток туризму в найближчі два роки буде залежати більше від факторів зовнішнього середовища, яке хоча й впливає опосередковано, однак його вплив є надзвичайно великим. Яким сценарієм буде розвиватися ринок туристичних послуг залежатиме і від того, наскільки ефективно кожен суб'єкт буде здійснювати свою діяльність.

Проаналізувавши динаміку розвитку ринку туристичних послуг України протягом 2011-2017 років, можна зробити висновок, що туризм – сфера, яка приносить не лише доходи, але й має великий потенціал для розвитку. Володіючи значними природними ресурсами, вдалим географічним розташуванням країни, великою кількістю туристичних атракцій, маючи висококваліфікований персонал, долаючи інфраструктурні та інвестиційні проблеми, туризм може розвиватися за оптимістичним сценарієм розвитку, тим самим покращуючи не лише свою ефективність, але й результативність

суміжних з ним сфер. Однак занедбаність об'єктів туристичної спадщини, нерациональність у використанні наявних природних ресурсів, відсутність інвестицій у розвиток не лише інфраструктури, але й туризму в цілому, відтік персоналу за кордон можуть стати ключовими факторами вибору песимістичного шляху розвитку. Тому оцінюючи реальну ситуацію на ринку туристичних послуг України слід відмітити, що туризм тільки почав відновлюватися за економічними показниками, а головне - зростає довіра не лише іноземних туристів, але в першу чергу, українських громадян, що свідчить про позитивні зрушення, однак без державної підтримки даної сфери економіки туризм не зможе розвиватися за оптимістичним сценарієм, що і стане предметом подальших досліджень.

### **Ключові терміни і поняття**

Туристичний ринок, туристичний регіон, управління туризмом, стратегія розвитку туризму.

### **Контрольні питання:**

1. Яким чином впливає розвиток туризму впливає на національну економіку країни?
2. Які основні нормативно-правові акти регулюють туристичну діяльність в Україні?
3. Наведіть сучасну структуру управління туризмом в Україні.
4. Назвіть головні принципи державного регулювання туристичної діяльності.
5. Назвіть мету державного регулювання туристської діяльності.
6. У чому полягають концептуальні задачі державного регулювання туристського бізнесу на сучасному етапі розвитку економіки?
7. Назвіть інструменти державної політики в частині інформаційно-маркетингової промоції, організаційно-інституційного та фінансово-економічного забезпечення.



8. Які основні стратегічні цілі розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року

### **ТЕМА 3. АКТУАЛЬНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЇХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ**

**3.1. Перспективи розвитку міжнародного туризму.**

**3.2. Шляхи підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг та туристичних регіонів.**

**3.3. Нові напрямки інтеграції національної туристичної галузі до Європейського туристичного регіону.**

#### **3.1. Перспективи розвитку міжнародного туризму**

На сучасному етапі світовий туризм набуває все більшого значення та виступає найбільш динамічно розвинутою сферою світового господарства. Туризм, в якості глобального явища, прогресує та розповсюджується на усі регіони і країни світу та являє собою високоприбуткову галузь світового господарства. Визначальними чинниками, які дозволяють розглядати туристичну галузь в якості важливого фактору, що сприяє економічному зростанню та підвищенню міжнародної конкурентоспроможності країн в межах світового господарства, є зростання надходжень від міжнародного туризму та збільшення доходу у формуванні ВВП країн. Таким чином, стан та активний рівень розвитку туристичної галузі країн є вирішальним чинником суспільно-економічного, політичного та культурного розвитку, тому з метою виявлення подальших напрямків розвитку туристичних регіонів було проведено прогнозування основних показників розвитку туристичної галузі, зокрема міжнародних прибуттів до регіону та обсягів надходжень від міжнародного туризму за основними туристичними регіонами, що аналізувалися.

Для розрахунку прогнозних оцінок використано різні підходи прогнозування, зокрема, на основі аналізу трендів, побудови адаптивних прогнозних моделі (моделі Хольта і Брауна) та авторегресійних прогнозних моделей (модель Бокса-Дженкінса і ОЛІМП).

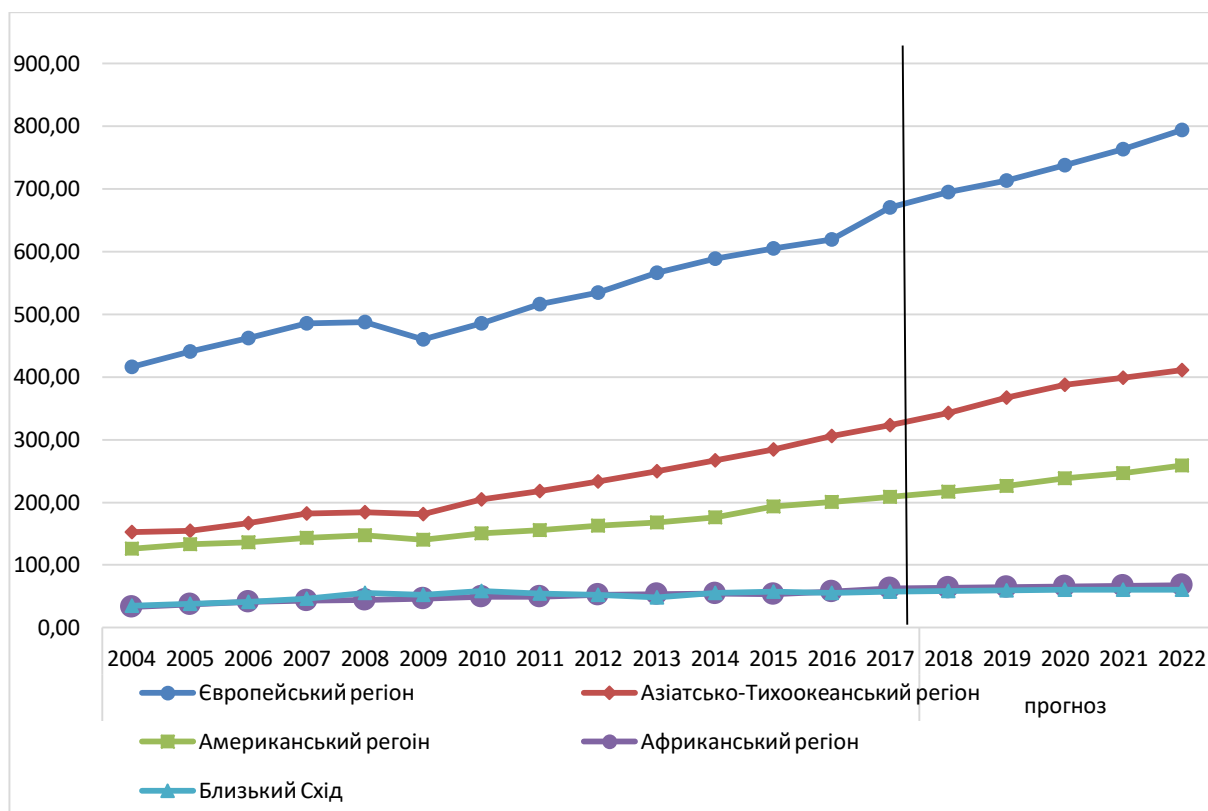
Результати статистичної оцінки наведених типів прогнозних моделей на адекватність, точність та достовірність дозволили обрати найкращий тип моделі (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Результати оцінки та вибору найкращого типу прогнозної моделі**

Регіон	Показник	Тип моделі	Моделі
Європейський	Міжнародні прибуття, млн. осіб	Трендова	$\hat{y}_t = 216,2 + 122,6 \ln x$
	Надходження від туризму, млрд. дол. США	Авторегресійна Бокса-Дженкинса	$\hat{y}_t = -0,907y_{t-1} + 0,028y_{t-2} - \varepsilon_t - 0,225\varepsilon_{t-1} - 0,299\varepsilon_{t-2}$
Азійсько-Тихоокеанський	Міжнародні прибуття, млн. осіб	Трендова	$\hat{y}_t = 75,26 + 13,44x - 0,11x^2$
	Надходження від туризму, млрд. дол. США	Трендова	$\hat{y}_t = 81,12 + 0,77x + 1,38x^2$
Американський	Міжнародні прибуття, млн. осіб	Авторегресійна Бокса-Дженкинса	$\hat{y}_t = -0,189y_{t-1} - \varepsilon_t - 0,536\varepsilon_{t-1} - 0,255\varepsilon_{t-2}$
	Надходження від туризму, млрд. дол. США	Авторегресійна Бокса-Дженкинса	$\hat{y}_t = -0,15y_{t-1} - \varepsilon_t + 0,582\varepsilon_{t-1}$
Африканський	Міжнародні прибуття, млн. осіб	Трендова	$\hat{y}_t = 6,64 + 17,5 \ln x$
	Надходження від туризму, млрд. дол. США	Авторегресійна Бокса-Дженкинса	$\hat{y}_t = 0,023y_{t-1} - \varepsilon_t + 0,232\varepsilon_{t-1}$
Близький Схід	Міжнародні прибуття, млн. осіб	Авторегресійна ОЛІМП	$\hat{y}_t = -0,508y_{t-1} - 0,126y_{t-2} - \varepsilon_t + 0,293\varepsilon_{t-1}$
	Надходження від туризму, млрд. дол. США	Авторегресійна ОЛІМП	$\hat{y}_t = -0,169y_{t-1} - 0,669y_{t-2} - \varepsilon_t + 0,251\varepsilon_{t-1}$

На основі побудованих моделей були отримані прогнозні оцінки динаміки потоків міжнародних туристів до регіонів та обсягів надходжень від туризму (рис. 3.1).

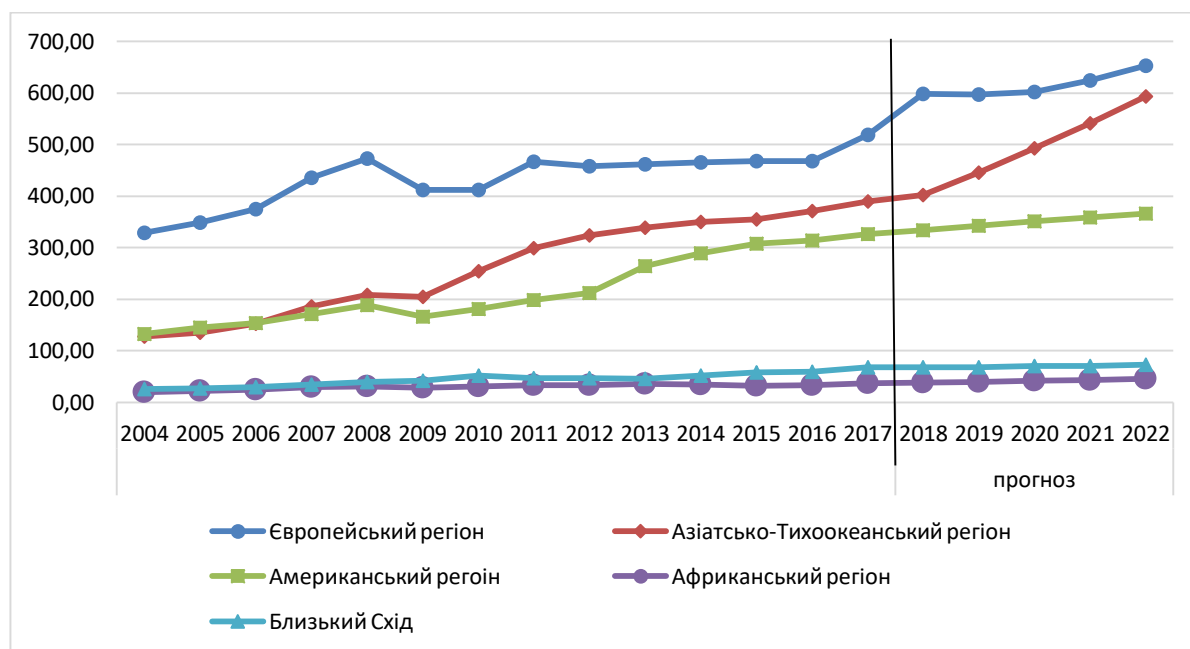


**Рис. 3.1. Прогнози динаміки міжнародних туристських прибуттів до основних туристичних регіонів світу, млн. осіб**

Отже, як свідчать отримані дані, на період 2018-2022 рр. спостерігається загальна тенденція зростання обсягів міжнародних прибуттів до всіх туристичних регіонів. При цьому в середньому щорічно за період 2018-2022 рр. туристські потоки зростатимуть у Європейському регіоні на 3,4%, у Азійсько-Тихоокеанському – на 4,7%, у Американському регіоні – 4,5%, у Африканському регіоні – на 1,6%, на Близькому Сході – на 0,8%. Таким чином, випереджальними темпами зростатимуть туристичні потоки до Азійсько-Тихоокеанського регіону. З іншого боку, Європейський регіон залишатиметься безперечним лідером щодо туристичної атрактивності, потоки до регіону більш ніж в 2 рази більші порівняно з Азійсько-Тихоокеанським регіоном, в 3 рази більші за Американський регіон.

Динаміка обсягів туристичних надходжень тісно корелює з динамікою чисельності туристичних потоків, і, як наслідок, має схожу динаміку зростання

за всіма туристичними регіонами у прогностному періоді 2018-2022 рр. (рис. 3.2).



**Рис. 3.2. Прогнози динаміки обсягів надходжень від міжнародного туризму до основних туристичних регіонів, млрд. дол.**

При цьому в середньому щорічно за період 2018-2022 рр. обсяги надходжень від туризму до Європейського регіону зростатимуть на 2,4%, до Азійсько-Тихоокеанського – на 10,7%, до Американського регіону – 2,3%, до Африканського регіону – на 4,8%, до регіону Близького Сходу – на 1,4%. Аналогічно, випереджальними темпами зростатимуть надходження від міжнародного туризму до Азійсько-Тихоокеанського регіону.

Наведені на рисунках 3.1-3.2 базові прогностні оцінки динаміки ключових показників розвитку туристичної галузі не дають повної картини щодо імовірних змін показників на перспективу.

Таблиця 3.2

**Прогнозні сценарії динаміки потоків міжнародних туристів до туристичних регіонів у 2018-2022 рр., млн. осіб**

Регіон	Роки	Прогнозні сценарії розвитку					
		<i>базовий</i>		<i>песимістичний</i>		<i>оптимістичний</i>	
		Млн. осіб	Темпи зміни, %	Млн. осіб	Темпи зміни, %	Млн. осіб	Темпи зміни, %
Європейський	2019	713,60	2,66	449,33	1,74	963,01	0,85
	2020	738,10	3,43	456,54	1,60	970,67	0,80
	2021	763,80	3,48	463,33	1,49	977,90	0,74
	2022	794,10	3,97	469,73	1,38	984,75	0,70
Американський	2019	226,10	4,05	264,79	0,78	281,67	1,66
	2020	238,70	5,57	268,46	1,39	285,81	1,47
	2021	246,20	3,14	272,43	1,48	289,86	1,42
	2022	259,00	5,20	276,45	1,48	293,90	1,39
Азійсько-Тихоокеанський	2019	367,10	7,12	243,33	4,23	480,57	2,15
	2020	387,50	5,56	252,99	3,97	490,48	2,06
	2021	399,00	2,97	262,42	3,73	500,17	1,98
	2022	411,40	3,11	271,63	3,51	509,64	1,89
Африканський	2019	65,15	1,77	46,56	2,44	83,75	1,39
	2020	66,21	1,63	47,60	2,23	84,85	1,31
	2021	67,21	1,51	48,58	2,06	85,85	1,18
	2022	68,16	1,41	49,50	1,89	86,82	1,13
Регіон Близького Сходу	2019	59,82	1,39	54,23	1,08	65,42	1,66
	2020	60,32	0,84	54,69	0,85	65,94	0,79
	2021	60,67	0,58	55,05	0,66	66,29	0,53
	2022	60,91	0,40	55,29	0,44	66,54	0,38

У зв'язку з цим на основі абсолютної величини статистичної похибки прогнозу було розраховані імовірнісні сценарії динаміки показників, що визначалися в межах довірчих інтервалів прогнозу. Результати сценарного прогнозування наведені у таблицях 3.2, 3.3.

Таблиця 3.3

**Прогнозні сценарії динаміки обсягів надходжень від міжнародного туризму до туристичних регіонів світу у 2018-2022 рр., млрд. дол. США**

Регіон	Роки	Прогнозні сценарії розвитку					
		<i>базовий</i>		<i>песимістичний</i>		<i>оптимістичний</i>	
		Млрд. дол. США	Темпи зміни, %	Млрд. дол. США	Темпи зміни, %	Млрд. дол. США	Темпи зміни, %
Європейський	2019	597,26	-0,33	558,95	-0,50	635,56	-0,19
	2020	602,77	0,92	564,45	0,98	641,09	0,87
	2021	624,83	3,66	569,51	0,90	646,15	0,79
	2022	653,27	4,55	573,95	0,78	650,59	0,69
Американський	2019	342,10	2,61	357,65	-1,08	408,11	-0,33
	2020	351,90	2,86	367,98	2,89	418,61	2,57
	2021	358,20	1,79	380,34	3,36	430,99	2,96
	2022	366,20	2,23	393,01	3,33	343,66	-20,26
Азійсько-Тихоокеанський	2019	446,32	10,80	92,31	87,66	800,34	5,80
	2020	492,58	10,36	138,19	49,70	846,98	5,83
	2021	541,60	9,95	186,82	35,19	896,38	5,83
	2022	593,37	9,56	238,21	27,51	948,53	5,82
Африканський	2019	39,65	5,20	36,53	3,31	42,78	6,90
	2020	41,63	4,99	38,27	4,76	44,99	5,17
	2021	43,61	4,76	40,19	5,02	47,03	4,53
	2022	45,59	4,54	42,15	4,88	49,02	4,23
Регіон Близького Сходу	2019	68,36	-0,09	53,09	-0,15	63,63	-0,05
	2020	70,50	3,13	54,81	3,24	66,20	4,04
	2021	70,83	0,47	55,13	0,58	66,52	0,48
	2022	72,32	2,10	56,59	2,65	68,05	2,30

В результаті використання сценарного підходу отримано три сценарії зміни потоків міжнародних туристів та обсягів надходжень за аналізованими туристичними регіонами: базовий, песимістичний, оптимістичний.

На основі наведених оцінок можна зробити такі висновки:

– Європейський регіон на перспективу 2018-2022 рр. характеризуватиметься невисокими сповільненими темпами зростання як числа міжнародних туристів, так і надходжень від міжнародного туризму.

– До 2022 р. можна очікувати зростання числа туристів до 794,10 млн. осіб (при найгіршому сценарію розвитку до 469,73 млн. осіб, при найсприятливішому – до 984,75 млн. осіб), надходження від міжнародного туризму зростуть до 653,27 млрд. дол. (при найгіршому сценарію розвитку до 573,95 млрд. дол., при найсприятливішому – до 650,59 млрд. дол.).

Таким чином, Європейський туристичний регіон залишається незмінно потужним та конкурентоспроможним туристичним регіоном. Це обумовлено впливом деяких чинників, серед яких потужний та різноманітний історико-культурний, природний туристичний потенціал: велика кількість морських пляжів, річок та озер, різноманітність ландшафтів, наявність багатоманітних архітектурних надбань, археологічних пам'яток, значна кількість культурних атракцій.

Сприятливий соціально-економічний стан туристичного регіону робить його привабливим для іноземних туристів. Завдяки високому рівню економічного розвитку країн Європейського регіону, сучасній та якісній транспортній інфраструктурі, високому рівню життя, багатій культурній спадщині, а також досить низькому рівню злочинності формуються значні туристичні потоки, які, в свою чергу, забезпечують високий рівень надходжень від міжнародного туризму. Не варто забувати про сприятливий політичний клімат та стабільність політичної ситуації, яка також забезпечує високий рівень розвитку Європейського туристичного регіону.

Однак, на тлі наведених позитивних чинників розвитку Європейського туристичного регіону мають місце й негативні фактори, які сповільнюють темпи зростання за досліджуваними показниками. Старіння туристичного продукту, погіршення екологічного стану регіону, зношення матеріально-технічної бази туристичного регіону стримують та сповільнюють розвиток туристичної індустрії та галузі в цілому, що призводить до зменшення міжнародних прибуттів та надходжень від туризму.



Азійсько-Тихоокеанський регіон серед географічних туристичних регіонів характеризується найбільш високими темпами зростання ключових туристичних індикаторів на період 2018-2022 рр., однак також можна констатувати сповільнення темпів зростання як потоків туристів, так і надходжень. До 2022 р. можна очікувати зростання числа туристів до 411,40 млн. осіб (при найгіршому сценарію розвитку до 271,63 млн. осіб, при найсприятливішому – до 509,64 млн. осіб), надходження від міжнародного туризму зростуть до 593,37 млрд. дол. (при найгіршому сценарію розвитку до 238,21 млрд. дол., при найсприятливішому – до 948,53 млрд. дол.). Таким чином, можна стверджувати, що Азійсько-Тихоокеанський туристичний регіон є лідером за темпами зростання обох показників. Серед основних факторів, які впливають на привабливість туристичного регіону, є віддаленість від Європейського та Американського туристичних регіонів, велика кількість країн розташованих на островах, які омиваються Тихим та Індійським океанами, різноманітна культура та релігія, наявність світових святинь, що робить можливим подорожі з метою паломництва, розвинений шопінг-туризм у Гонконзі, Сінгапурі та Китаї, екзотична природа, що приваблює багато туристів, наявність великої кількості неповторних та унікальних природних об'єктів.

Серед негативних чинників привабливості, які формують міжнародну конкурентоспроможність Азійсько-Тихоокеанського туристичного регіону, необхідно виділити наступні: низький розвиток транспортної інфраструктури ряду країн регіону, слабкий економічний розвиток (економічна відсталість) Камбоджі, В'єтнаму, Ірану тощо через переважання ідеологічних інтересів, що впливає на професійну підготовку та туристичний сервіс цих країн, відсутність інвестування в економіку країн регіону, низький рівень освіти та культури населення.

Американський регіон характеризується більш високими прогнозними темпами зростання туристичних індикаторів на 2018-2022 рр. порівняно з Європейським регіоном, однак меншими порівняно з Азійсько-

Тихоокеанським. Так, якщо чисельність туристських прибуттів до регіону за прогнозними оцінками зростатиме приблизно стабільними темпами щорічно на 4,5%, то надходження – на 2%. До 2022 р. можна очікувати зростання числа туристів до 259,00 млн. осіб (при найгіршому сценарію розвитку до 276,45 млн. осіб, при найсприятливішому – до 293,90 млн. осіб). Отже, у порівнянні з іншими регіонами величина варіації різних сценарних прогнозів значно менша. Надходження від міжнародного туризму в регіоні зростуть до 366,20 млрд. дол. (при найгіршому сценарію розвитку до 393,01 млрд. дол., при найсприятливішому – до 343,66 млрд. дол.). Американський туристичний регіон володіє багатьма позитивними рисами, які впливають на загальний рівень міжнародної конкурентоспроможності регіону, серед яких: різноманітний природно-ресурсний потенціал, багата історико-культурна спадщина, розгалужена та розвинена транспортна і туристична інфраструктура, високий економічний розвиток туристичної галузі та регіону в цілому, застосування інноваційних методів впровадження туристичної діяльності, високий рівень екологічного стану регіону. Але існуючі загрози, серед яких сейсмічна активність, стихійні лиха, урагани, наявність мало освоєних районів для здійснення туристичної діяльності, уповільнюють розвиток Американського туристичного регіону.

В Африканському регіоні надходження від туризму зростатимуть випереджальними темпами порівняно зі збільшенням туристських прибуттів (1-2% порівняно з 4-5% в середньому). Інтенсивність динаміки туристичних індикаторів в цьому регіоні близька до динаміки в Американському регіоні, хоча абсолютні значення показників майже у 8 разів менші. Так, до 2022 р. можна очікувати зростання числа туристів до 68,16 млн. осіб (при найгіршому сценарію розвитку до 49,50 млн. осіб, при найсприятливішому – до 86,82 млн. осіб), надходження від міжнародного туризму зростуть до 45,59 млрд. дол. (при найгіршому сценарію розвитку до 42,15 млрд. дол., при найсприятливішому – до 49,02 млрд. дол.).

Таким чином, така тенденція для Африканського туристичного регіону пов'язана з перевагою у регіоні природних туристичних ресурсів. Ресурсний потенціал регіону є сприятливим для іноземних туристів, за рахунок флоро-фауністичних та ландшафтних складових, природних та кліматичних умов. Розвиток пляжного, лікувального-оздоровчого та пізнавального туризму робить Африканський туристичний регіон привабливим для відвідування міжнародними туристами. Однак велика кількість міжетнічних конфліктів, бідність, регулярні спалахи небезпечних захворювань, серед яких СНІД, відсутність хоча б яких умов для гігієни роблять Африканський туристичний регіон непривабливим з точки зору туристичної діяльності, що призводить до його низької міжнародної конкурентоспроможності.

Регіон Близького Сходу у прогнозованому періоді 2018-2022 рр. характеризується найменш інтенсивною динамікою як прибуттів, так і надходжень, хоча обсяги надходжень від туризму зростатимуть випереджальними темпами порівняно з туристичними прибуттями. До 2022 р. можна очікувати зростання числа туристів до 60,91 млн. осіб (при найгіршому сценарію розвитку до 55,29 млн. осіб, при найсприятливішому – до 66,54 млн. осіб), надходження від міжнародного туризму зростуть до 72,32 млрд. дол. (при найгіршому сценарію розвитку до 56,59 млрд. дол., при найсприятливішому – до 68,05 млрд. дол.). Стримана позитивна динаміка наведених показників пояснюється нестабільною політичною ситуацією країн туристичного регіону, а також відсутністю якісної та розвиненої туристичної інфраструктури.

Реальні труднощі, в яких на сьогодні знаходиться близькосхідний туристичний регіон, формують негативне тло його розвитку. Проте велика різноманітність природних та культурно-історичних рекреаційних ресурсів, сприятливі кліматичні умови та сусідство з державами Європейського туристичного регіону позитивно впливають на розвиток туристичної галузі регіону. Таким чином, у майбутньому можна розраховувати на поступове збільшення міжнародних туристичних прибуттів та надходжень від міжнародного туризму.

Таким чином, навіть в умовах економічної кризи у світовій галузі туризму зберігатимуться позитивні тенденції. Враховуючі прогностичні тенденції та пов'язані з ними фактори впливу на них, вважаємо доцільним навести обґрунтування шляхів підвищення міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу. В свою чергу, це надасть можливість комплексно розглянути ключові конкурентні переваги регіону, які формують міжнародну конкурентоспроможність туристичних регіонів світу.

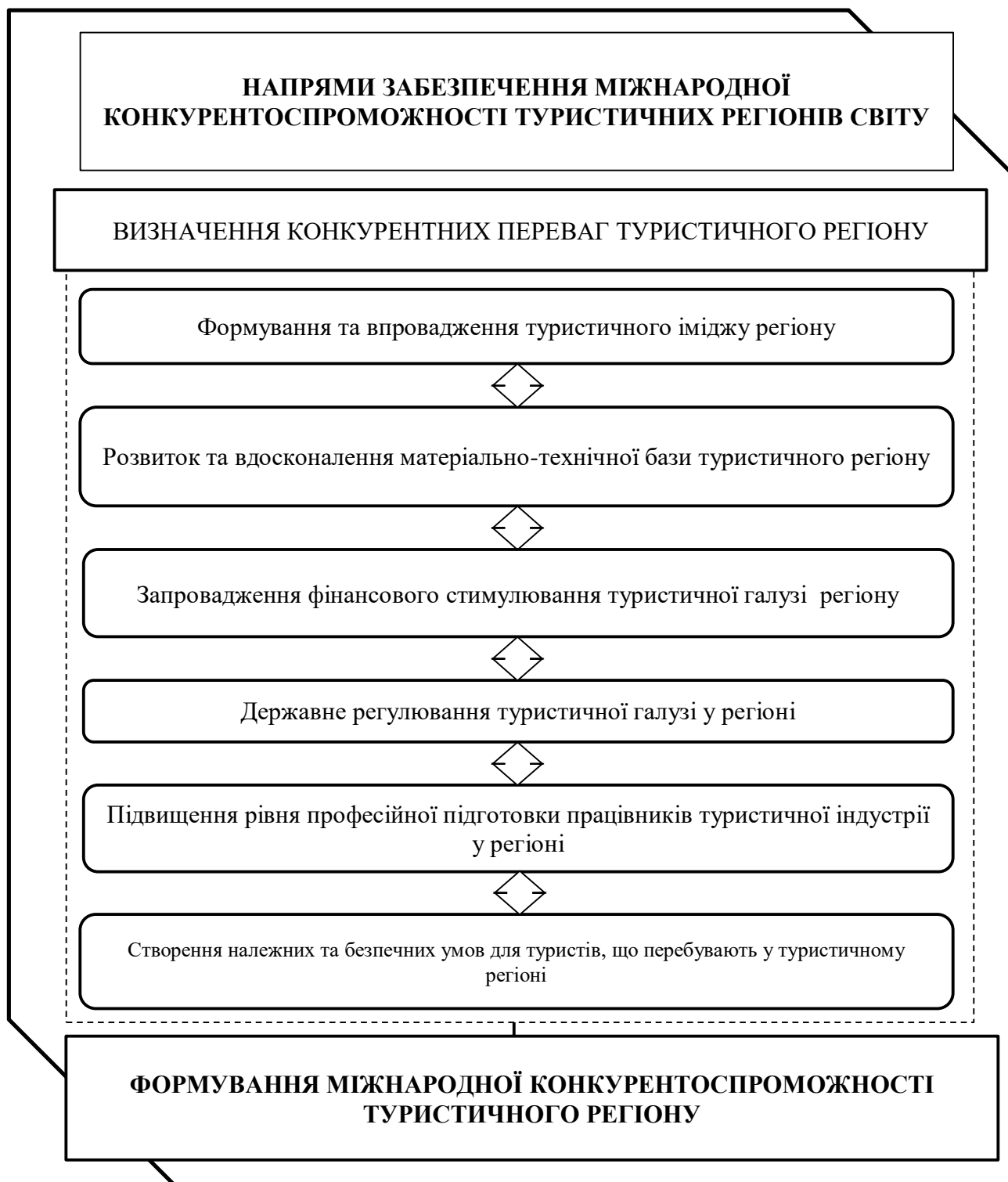
### **3.2. Шляхи підвищення міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу.**

Дослідження перспективних напрямків розвитку туристичних регіонів світу дозволило встановити, що для ефективного функціонування галузі туризму потрібно запровадити чіткі координаційні дії за різними складовими розвитку туристичного регіону. У зв'язку з цим, актуальною та необхідною є реалізація комплексу заходів розвитку туристичної галузі регіонів світу, перш за все на основі пошуку та визначенні конкурентних переваг туристичного регіону, спрямованих на підвищення міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів (рис.3.3.).

Це потребує запровадження стійкого та позитивного туристичного іміджу регіону, оновлення та зміцнення матеріально-технічної бази туристичного регіону, фінансове забезпечення туристичної індустрії та галузі в цілому, створення сприятливих умов та реалізація наявного туристичного потенціалу для функціонування галузі в регіоні за рахунок державної підтримки, усунення диспропорцій та підвищення рівня професійної підготовки працівників туристичної індустрії регіону, створення належних та безпечних умов для туристів, що перебувають у туристичному регіоні.

Визначення конкурентних переваг туристичного регіону створює фундамент для розуміння перспективних напрямів та задач, що постають перед туристичною галуззю. Таким чином, стає можливим оцінити та забезпечити

ефективну діяльність учасників туристичного бізнесу, органів виконавчої влади.



**Рис. 3.3. Напрями забезпечення міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу**

Відомо, що на сьогоднішній день за наявності природно-ресурсного та культурно-історичного потенціалу туристична сфера може виступати в якості провідного напрямку розвитку міжнародних регіонів. При цьому, на нашу думку, на території туристичного регіону має бути розроблений і впроваджений механізм, який би враховував специфічні особливості туристичного регіону (культурні, історичні, природні, соціальні і т.п.).

Запропоновані автором організаційно-економічні заходи забезпечення міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу засновані на детальному вивченні основних елементів, що формують конкурентні переваги міжнародних туристичних регіонів. Але слід зазначити, що наведені заходи можуть використовуватися для підвищення конкурентоспроможності туристичних регіонів не тільки на мегарівні, але знайти своє застосування на макро- і мікрорівнях.

Першим елементом, який формує конкурентні переваги міжнародного туристичного регіону, є формування та впровадження туристичного іміджу регіону. У туристичній сфері імідж займає важливе місце, оскільки лише при встановленні позитивного туристичного іміджу регіону або окремих його країн можна бути впевненим у його привабливості, і як наслідок його конкурентоспроможності в порівнянні з іншими туристичними регіонами. У зв'язку з цим особливого значення в сфері туризму набуває маркетинг, завданням якого є виявлення та задоволення потреб туристів, інформування про доступні або необхідні туристичні продукти/послуги, а також про місця, де можна ці продукти/послуги придбати.

Замислюючись про туристичну поїздку, турист сприймає туристичний регіон як образ, який формується завдяки різним факторам, серед яких може бути географічне розташування туристичного регіону, його історико-культурна спадщина, екологічний, соціально-економічний стан туристичного регіону, а також фактори суб'єктивного характеру, такі як відгуки та судження родичів, друзів.

Таким чином, в цілому сукупність перерахованих факторів дає уявлення про імідж туристичного регіону, який сформувався в індивідуальній і масовій підсвідомості людей. З цього випливає, що туристичний імідж здатний впливати на поведінку учасників туристичного процесу, тим самим формуючи його туристичну конкурентоспроможність на різних рівнях.

Для того, щоб сформувати туристичний імідж регіону, необхідно провести заходи, пов'язані з розширенням та повним описом туристичного регіону. У першу чергу, потрібно зрозуміти, як відбувається його формування та наповнення певними, властивими конкретному туристичному регіону характеристиками. Також необхідно визначити фактори об'єктивного і суб'єктивного характеру, які впливають на регіональний імідж. До об'єктивних факторів можна віднести науково-технічний потенціал, ресурсну базу, історичні та культурні відмінності, інвестиційний клімат. До суб'єктивних факторів належить відношення та сприйняття туристичного регіону туристами, туристичний образ регіону, який склався у свідомості туристів, рівень гостинності туристичного регіону та людей, які в ньому проживають і т.п.

У своєму розумінні, туристичний імідж являє собою інструмент, що дозволяє здійснити реалізацію стратегічних цілей, які стосуються основних напрямків діяльності регіону. Зрозуміло, що позитивний імідж туристичного регіону підвищує його привабливість серед споживачів туристичних продуктів/послуг, але він (імідж) не є постійним, бо під впливом різних чинників (економічних, політичних, екологічних, історичних і т.д.) уявлення про туристичний регіон може змінюватися. Виникнення військових конфліктів, екологічних катастроф, природних стихійних лих завжди призводить до ослаблення туристичного іміджу та зниження конкурентоспроможності туристичного регіону.

Таким чином, необхідність формування та впровадження туристичного іміджу регіону цілком очевидна. Посилення запропонованого елемента стратегії міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону буде сприяти ефективному економічному розвитку регіону, посиленню

інвестиційних ініціатив, збереженню історичних та культурних пам'яток, привертанню туристичного інтересу з боку споживачів туристичних товарів та послуг.

Другим важливим заходом щодо забезпечення міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону є розвиток та вдосконалення матеріально-технічної бази туристичного регіону. Для ефективного функціонування туристичної індустрії є необхідним стимулювання розвитку інфраструктури в туристичному регіоні та вдосконалення матеріально-технічної бази туризму за рахунок побудови сучасних туристичних комплексів або їх модернізації згідно зі світовими туристичними стандартами, а також реконструкція громадських споруд, пам'яток, пов'язаних з історичними подіями, культурними традиціями. Реконструкція туристичних об'єктів регіону є важливим елементом у формуванні міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону. Тому для поступового оновлення інфраструктури туристичного регіону з використанням сучасних технологій необхідні в достатньому обсязі інвестиційні ресурси.

Туристична привабливість регіону залежить від стану матеріально-технічної бази туризму, яка визначає рівень розвитку засобів розміщення та обслуговування споживачів туристичних товарів і послуг. В свою чергу, невідповідність якості послуг світовим туристичним стандартам спричинить зниження міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів.

На думку автора, необхідно оновлювати і розширювати готельну базу, будувати нові та переоснащувати існуючі туристичні об'єкти, які були б в змозі забезпечити високий рівень конкурентоспроможності туристичного регіону; вбачаємо необхідним проведення тендерів та конкурсів, які б давали можливість реконструювати застарілі засоби розміщення та об'єкти туристичної діяльності.

Важливим є стан транспортної інфраструктури в туристичному регіоні, яка також повинна відповідати сучасним світовим стандартам переміщення і рівня безпеки. Для здійснення ефективного розвитку транспортної



інфраструктури необхідно забезпечити надання якісних транспортних послуг, а також їх невисоку вартість. Це може бути здійснено шляхом державного регулювання через нормативні та тарифні методи або за рахунок укладання договорів між туристичними підприємствами регіону та національними і приватними транспортними компаніями.

Таким чином, постійно розвиваючи та вдосконалюючи матеріально-технічну базу, туристичний регіон матиме всі необхідні умови для надання повного та різноманітного комплексу туристичних послуг, що в свою чергу, слугуватиме гарантом розвитку міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону. Відтак, жодній країні світу не варто ігнорувати цей важливий елемент конкурентних переваг та, навпаки, приділяти йому значну увагу за рахунок виділення фінансових коштів на підтримку та розвиток матеріально-технічної бази туризму.

Задля успішного та ефективного функціонування туристичної галузі регіону необхідним є його фінансове забезпечення, головною метою якого є створення якісного середовища щодо залучення та перерозподілу фінансових коштів для розвитку туристичного регіону. Виділення та розподіл фінансових ресурсів у туристичному регіоні забезпечить формування таких важливих напрямів розвитку, як просування національного туристичного продукту, формування інвестиційних проектів пов'язаних з реконструкцією туристичної інфраструктури, здійснення якісної рекламної та інформаційної діяльності, вітчизняних та міжнародних туристичних виставок, ярмарок, презентацій, семінарів тощо. Варто зауважити, що фінансове забезпечення галузі туризму характеризується наявністю деяких специфічних особливостей, пов'язаних з механізмом її функціонування. Завдяки фінансуванню суміжних сфер діяльності туристичної галузі, серед яких різні заклади розваг, готельне та ресторанне господарство, транспортні засоби обслуговування та транспортна інфраструктура, досягається соціальний ефект, який полягає у використанні модернізованої туристичної інфраструктури не тільки особами, що подорожують, а й місцевим населенням.

Фінансування туристичної галузі державою залежить, перш за все, від місця та ролі туристичної галузі в національній економіці. Спираючись на світову практику, можна стверджувати, що в багатьох країнах перше місце у цьому процесі відводиться державі. Важливою складовою державного фінансового забезпечення туристичної галузі є фінансова підтримка малих та середніх підприємств туристичного бізнесу регіону, в яких дуже часто існують проблеми із власним забезпеченням фінансовими коштами.

Основними напрямками фінансового забезпечення туристичної галузі виступають прямі та опосередковані джерела фінансування. Розглядаючи прямі джерела фінансування, варто виокремити ресурси місцевого бюджету, позабюджетні та індивідуальні ресурси туристичних підприємств. До опосередкованих слід віднести залучений капітал, за рахунок коштів приватного та іноземного капіталу, а також кошти громадських організацій.

Здійснюючи фінансування туристичної галузі регіону та створюючи належні умови для її позитивного розвитку, є необхідним постійне збалансоване планування туризму. В іншому випадку зростання кількості туристів може вплинути на погіршення екологічного стану регіону, збільшення цін, виникнення сезонності туризму, незадоволення місцевого населення.

Таким чином, враховуючи специфічність функціонування галузі туризму у регіоні, підвищення його міжнародної конкурентоспроможності за рахунок належного фінансового забезпечення має базуватися на комплексному підході та враховувати наступні аспекти:

- створення якісного національного туристичного продукту на основі раціонального та належного використання туристичних ресурсів регіону;
- ефективне функціонування туристичної галузі потребує наявної туристичної інфраструктури, тому основним напрямом фінансування має стати залучення коштів у її розвиток;

– комплексний підхід у регулюванні соціально-економічних та фінансових відносин у туристичній діяльності за рахунок прийняття чіткої концепції ефективного розвитку туризму;

Формування туристичного іміджу та розвиток матеріально-технічної бази туризму неможливий без створення необхідних умов для функціонування туристичної сфери в регіоні. На нашу думку, вкрай необхідним є підвищення рівня життя населення в туристичному регіоні, здійснення економічної підтримки суб'єктів туристичної діяльності в регіоні, а також стимулювання механізму державного регулювання туристичної сфери регіону. Особливу увагу слід приділити державному регулюванню туристичної галузі в регіоні. Ключовими напрямками регулювання сфери туризму є розробка методичних рекомендацій та положень, які стимулюють здійснення і забезпечують досягнення пріоритетних напрямків та цілей державного регулювання.

Необхідно зазначити, що основною метою державного регулювання туристичної сфери має бути розвиток туристичної індустрії, яка забезпечить задоволення потреб громадян при здійсненні туристичної поїздки, появу нових робочих місць, зростання доходів населення туристичного регіону, збереження об'єктів туристичного інтересу.

На нашу думку, підвищення ефективності державного регулювання туристичної сфери регіону має складатися з пріоритетних напрямів, серед яких:

– удосконалення нормативно-правової бази туристичної сфери, завданням якої є регулювання діяльності організацій туристичної сфери, а також забезпечення їх захисту при виникненні питань організаційно-правового характеру;

– здійснення заходів щодо залучення в туристичну сферу регіону не тільки нових суб'єктів туристичної діяльності, а й підприємницького сектора в цілому;

- проведення державними природоохоронними органами регулярного екологічного контролю з метою запобігання природного дисбалансу на території туристичного регіону;
- вдосконалення інформаційної та статистичної бази туристичної сфери з метою здійснення детального аналізу та контролю туристичної діяльності в регіоні;
- інформаційно-рекламне забезпечення туристичного регіону за допомогою використання сучасних маркетингових досліджень, а також інформаційних і комунікаційних технологій.

Не менш важливим елементом конкурентних переваг є підвищення рівня професійної підготовки працівників туристичної індустрії у регіоні. Підвищення кваліфікаційного рівня кадрів туристичної сфери є одним з основних заходів, що здійснюється державою з метою регулювання та удосконалення туристичної індустрії.

Регулярне оновлення та підвищення рівня професійної підготовки посадових осіб і державних службовців туристичної сфери дозволить відповідати сучасним і динамічним вимогам сфери управління туризму. Сучасний етап розвитку туристичної сфери характеризується поступовим зростанням складності завдань і вимог, які ставляться перед співробітниками сфери туризму. Тому, на наш погляд, є необхідним прискорення формування та оновлення складу управлінських кадрів не тільки місцевого самоврядування, але й керівного складу.

Щоб відповідати сучасним стандартам якості обслуговування, туристичний персонал повинен володіти декількома мовами, а також діловою етикою спілкування, комп'ютерною технікою та технологіями, бути готовим безперервно вдосконалювати і поглиблювати свої спеціалізовані знання в туристичній сфері.

У сучасних умовах фінансово-економічної кризи не варто недооцінювати вплив кадрового забезпечення на розвиток сфери туризму в міжнародних

регіонах й у світі в цілому. Туристична сфера потребує професійних співробітників, які змогли б задовольнити потреби споживачів завдяки наданню якісного сервісу. Тому підвищення кваліфікаційного рівня персоналу туристичної сфери регіону має бути однією зі стратегічних цілей, яка в свою чергу забезпечить посилення конкурентних переваг міжнародного туристичного регіону, оскільки систематичний та безперервний розвиток персоналу забезпечить адаптивність туристичного регіону до сучасних вимог туристичної галузі.

Однак, у сфері кадрового забезпечення існують ключові проблеми, які можуть перешкоджати ефективному розвитку та підвищенню рівня професійної підготовки працівників туристичної сфери у регіоні. Автором пропонується виділити наступні проблеми кадрового забезпечення:

- недосконалість нормативно-правової бази туристичної діяльності, яка регламентує питання кадрової політики;
- невідповідність кадрової політики сучасним світовим трансформаційним процесам туристичної сфери;
- відсутність єдиної, чітко сформульованої політики в роботі з персоналом;
- відсутність інтеграції наукових підходів та результатів досліджень освітньої бази;
- недостатній розвиток кадрових інститутів туристичної сфери.

На думку автора, на підставі існуючого комплексу проблем, які слугують перешкодою на шляху розвитку туристичної галузі міжнародного регіону, можна виділити ряд рекомендацій, які сприятимуть більш ефективному розвитку туристичного регіону:

- підвищення кваліфікації співробітників служб управління туристичної сфери;
- конкретна постановка цілей і чітко визначена політика діяльності персоналу сфери туризму;

- цілеспрямованість кадрової політики, а також розвиток кадрових ресурсів;
- здійснення реформування освітньої системи у сфері туризму, оскільки якісна освіта є основою розвитку туристичних професій;
- необхідність у розробці та впровадженні єдиних стандартів, правил акредитації для освітніх програм, які дозволять поліпшити якість підготовки професійних кадрів у галузі туризму;
- впроваджувати сучасні технології в освітній процес підготовки туристичних кадрів;
- усвідомити, що підготовка, а також підвищення її якості є фундаментом професійної освіти та розвитку туристичної професії.

Таким чином, динамічний розвиток туристичної галузі вимагає розвитку та вдосконалення рівня професійної підготовки персоналу сфери туризму в регіоні, що дозволить підвищити рівень міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону.

Однак, варто наголосити на тому, що найважливішим елементом в організації туристичної діяльності виступає забезпечення безпеки життя і здоров'я туристів. Суб'єкти туристичної сфери регіону повинні запобігати можливості виникнення будь-яких ризиків пов'язаних з фізичною або соціальною небезпекою, які можуть призвести до появи ризику здоров'я та життя туристів.

Висока якість туристичного обслуговування неможлива без наявності у туристичному регіоні сукупності факторів (економічних, соціальних та ін.), які б враховували національні і суспільні інтереси громадян, які перебувають на його території. Створення необхідних та безпечних умов для перебування туристів в туристичному регіоні є невід'ємною ключовою конкурентною перевагою стратегії міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону. Безпека туристичній галузі неможлива без урахування особливостей природного і екологічного середовища. Тому органам державної влади регіону,

а також органам місцевого самоврядування необхідно здійснювати комплекс заходів щодо:

- забезпечення безпеки життя і здоров'я громадян, які здійснюють туристичні подорожі;
- надання відповідної допомоги громадянам, які опинилися в ситуації, що небезпечна для їхнього життя і здоров'я;
- забезпечення особистої безпеки туристів, а також охорони їх майна;
- надання туристам якісної юридичної, медичної, соціальної та інших видів допомоги, якими вони можуть скористатися при виникненні непередбачених ситуацій;
- інформування туристичних суб'єктів про виникнення небезпеки для туристів в місці їх перебування;
- заборони на використання сфери туризму з метою незаконних видів діяльності (контрабандистської, сексуальної, трудової і т.п.)
- прийняття необхідних заходів, які дозволять забезпечити туристу базову страховку у разі виникнення непередбачених ризикових ситуацій (хвороба, напад);
- створення на території кожної держави, що входить до складу міжнародного туристичного регіону, спеціального централізованого органу, який би займався забезпеченням і просуванням заходів попереджувального характеру з метою зниження ризику виникнення стихійних лих, епідемій, терористичних актів, а також фізичного насильства проти туристів;
- ефективної співпраці між компетентними органами на всіх рівнях і туристичними комплексами, готельними асоціаціями, авіакомпаніями, транспортними компаніями, які зацікавлені у вирішенні питань галузі безпеки та захисту туристів.

На нашу думку, задля створення належних та безпечних умов для перебування туристів у туристичному регіоні в рамках впровадження заходів

щодо забезпечення міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів необхідно:

- впроваджувати і застосовувати ефективну політику, яка буде спрямована на створення та забезпечення безпеки та охорону життя туристів;
- при спрощенні заходів, пов'язаних з туристичними поїздками, забезпечувати необхідний рівень безпеки туристів, а також об'єктів туристичного інтересу;
- готувати всю необхідну інформацію, а також пов'язану з нею документацію, яка може знадобитися в разі загрози туристичним пам'яткам та об'єктам туристичної діяльності;
- у межах встановлених юридичних положень, закріплених законодавством кожної окремої країни у сфері захисту туристів, забезпечувати правоздатність туристів з ефективного захисту в разі виникнення ситуацій, які спричинили фізичний, матеріальний або моральний збиток;
- співробітництво держав міжнародного регіону в рамках СОТ при реалізації та здійсненні програм, метою яких є регулювання та контроль питань, що стосуються безпеки та захисту туристів.

Отже, безпека міжнародного туризму та туристичного регіону, зокрема, включає в себе систему стратегічних та цілеспрямованих заходів, метою яких є повне усунення таких умов, при яких життя або здоров'я туриста може опинитися під загрозою. При цьому дані методи захисту не повинні обмежувати свободу і права, завдавати шкоди як туристам, так і мешканцям цієї країни чи регіону.

Таким чином, підсумовуючи все вищенаведене, варто зробити висновок, що перспективний розвиток туристичних регіонів світу та підвищення їх міжнародної конкурентоспроможності неможливі без створення необхідних умов для розвитку галузі туризму. З нашої точки зору, необхідно запроваджувати позитивний імідж туристичного регіону за рахунок підвищення рівня життя населення, здійснювати фінансову підтримку суб'єктів туристичної



галузі, зміцнювати та розгалужувати матеріально-технічну базу індустрії туризму та галузі в цілому, створювати належні умови у туристичному регіоні для успішного функціонування галузі за рахунок державної підтримки та регулювання туризму, підвищення кваліфікації працівників туристичної галузі регіону, забезпечення належними умовами туристів для безпечного перебування у туристичному регіоні. Системне та комплексне виконання всіх наведених елементів забезпечення міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону створить необхідні умови для функціонування та розвитку туристичної галузі регіону, тим самим забезпечуючи його конкурентоспроможність в системі світового господарства.

### **3.3. Напрями інтеграції національної туристичної галузі до Європейського туристичного регіону.**

Аналіз основних туристичних показників (за статистичними даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO)) міжнародних регіонів, серед яких міжнародні туристичні прибуття та надходження від туризму, дозволив визначити безперечне лідерство Європейського туристичного регіону. Його ринкова частина складає більш ніж 50%, що, в свою чергу, характеризує високий стан та рівень розвитку туристичної галузі. Однак власна деталізована оцінка динаміки та особливостей розвитку міжнародної конкурентоспроможності Європейського туристичного регіону, яка заснована на аналізі системи одиничних показників, що з різних аспектів характеризує атрактивність регіону, вказує на наявність стримуючих факторів розвитку туристичної галузі регіону, основними серед яких є: екологічна атрактивність (обсяги викидів двоокису вуглеводу, викиди на душу населення, обсяги викидів парникового газу, приріст чисельності населення), комунікаційна атрактивність (показник фіксованого телефонного зв'язку, показник мобільного телефонного зв'язку, фіксована широкосмугова підписка, кількість передплатників, кількість Інтернет-користувачів), стан криміногенної ситуації в регіоні (кількість грабежів, кількість крадіжок, крадіжки зі зломом, викрадення людей), загальний

імідж регіону (доходи на душу населення, кількість економічно активного населення, напади на людину, кількість злочинів, рівень безробіття). Безумовно, зниження темпів розвитку за наведеними туристичними чинниками не говорить про дестимулюючий розвиток Європейського регіону. Однак, при подальшому збереженні наявних стримуючих тенденцій можливе поступове зменшення туристичної привабливості та міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону, що призведе до втрати лідерства серед основних туристичних мегарегіонів світу.

Більш ніж десятиліття провідні місця за туристичними показниками посідають Великобританія, Франція, Німеччина, Італія та Іспанія. Однак очевидним є той факт, що з кожним роком туристичний продукт Європейського регіону старіє, а відтак зменшується його туристична привабливість. Глобалізаційні процеси світової економічної системи сприяють активізації розвитку міжнародного туризму й в Україні. Українська держава – досить молода туристична дестинація Європи, але наявні туристичні ресурси дають змогу розглядати Україну як конкурентоспроможний туристичний регіон з потужний туристичним потенціалом. Включення України до процесів міжнародного туризму в якості туристичного регіону надасть додатковий динамічний поштовх для розвитку Європейського регіону. Туристична співпраця України має будуватися шляхом її інтеграції до Європейського туристичного регіону, яка потребує від держави серйозних трансформацій в соціально-економічній та політичній сферах, що призведуть до перетворення України на європейську державу. На нашу думку, такий варіант розвитку є найбільш оптимальним для реалізації туристичного потенціалу України та динамічного розвитку країни. В умовах сучасного цивілізаційного процесу вибір Україною європейського напряму співробітництва є цілком об'єктивним. Він (вибір) визначається прогресуючими глобалізаційними процесами, збільшенням значущості туристичного бізнесу, високим рівнем ІТ-технологій, підвищенням ролі інноваційних ініціатив, затвердженням стратегічних засад

сталого розвитку, який сприяє економічному зростанню держави, її збагаченню та розширенню можливостей її громадян.

Відомо, що туристична галузь характеризується динамічним розвитком та посідає одне з перших місць серед видів економічної діяльності, яка приносить великий прибуток для країн та держав в цілому. Завдяки своєму географічному положенню, природним та історичним особливостям, активній участі у міжнародному поділі праці, залученні іноземних інвестицій у туристичну галузь, наявності на внутрішньому ринку високоякісних товарів та послуг, стабільності національної валюти Україна має великі перспективи щодо розвитку не тільки внутрішнього туризму, а й міжнародного. З іншого боку, в регіонах України спостерігається досить незначний економічний результат від туристичної діяльності, що вказує на неефективне функціонування сектору туризму, а також низький рівень конкурентоспроможності національних послуг у порівнянні з пропозицією послуг у міжнародній туристичній індустрії.

На нашу думку, в умовах взаємоінтегрованого світового розвитку найбільш ефективною економічною моделлю є відкритість та єдність економіки, а також розширення зовнішньоекономічних зв'язків. Варто розуміти, що розвиток України, в тому числі й в туристичній галузі неможливий без міжнародного співробітництва. Відтак, необхідна поступова розбудова туристичної індустрії України, яка була б спроможна інтегруватися до міжнародних туристичних взаємовідносин. Наявні туристичні ресурси, геополітичні параметри та кордони, науково-технологічний, культурний та людський потенціал надає Україні вагомі конкурентні переваги, які в перспективі дозволять зайняти поважне місце з-поміж країн Європейського регіону.

В умовах глобалізації світового господарства, лібералізації міжнародних економічних відносин процеси регіональної інтеграції стають важливою ланкою на шляху повної інтеграції регіональних економік до глобальної системи [44]. Інтеграція України до Європейського туристичного регіону повинна відбуватися на двох рівнях, а саме на мікрорівні (на рівні окремих

суб'єктів туристичної діяльності) та макрорівні (на загальнодержавному рівні). Інтеграційний механізм, що відбувається на макрорівні, повинен бути забезпечений конкретними національними суб'єктами туристичної діяльності, які можуть гарантувати просування національного туристичного продукту та його конкурентоспроможність на міжнародному рівні. Серед суб'єктів, які характеризують українську туристичну індустрію в цілому, виступають крупні туристичні оператори, великі готельні та транспортні підприємства. Метою кожного з наведених туристичних суб'єктів макрорівня є забезпечення та надання якісного продукту або послуги. Що ж стосується інтеграції країни на мікрорівні, то в такому випадку необхідна активізація участі органів державної влади в формуванні та реалізації національного туристичного продукту. Для цього має здійснюватися підписання двосторонніх угод та інших документів про співробітництво у туристичній галузі, участь та співробітництво зі спеціалізованими міжнародними організаціями з туризму, розширення національного представництва в спеціальних радах, комітетах, які функціонують у складі інтеграційних угруповань, членом яких є Україна або прагне бути. Таким чином, за умов активної взаємодії суб'єктів туристичної галузі на мікро- та макрорівні буде досягнутий рівень міжнародного співробітництва, який забезпечить державі реалізацію туристичного потенціалу на рівні Європейського туристичного регіону. Відтак, можлива інтеграція України до Європейського регіону з конкурентоспроможним національним туристичним продуктом.

На сьогоднішній день туристична сфера України характеризується відсутністю комплексного походу до аналізу поточного стану галузі, а також дослідження негативних тенденцій і пошуку шляхів їх вирішення з метою генерації нових напрямків розвитку туристичної сфери. Для більш повного уточнення та всебічного вивчення сильних та слабких сторін вітчизняної туристичної галузі автором проведено SWOT-аналіз розвитку сфери туризму України (табл. 3.4).

## SWOT-аналіз туристично-рекреаційного потенціалу України

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сприятливе геополітичне розташування та кліматичні умови;</li> <li>2. Значна історико-культурна спадщина;</li> <li>3. Наявність диверсифікованих природних та рекреаційних ресурсів;</li> <li>4. Етнічна строкатість;</li> <li>5. Забезпеченість матеріально-технічною базою;</li> <li>6. Географічне положення України у центрі Європи;</li> <li>7. Активізація конкуренції серед українських туристичних операторів;</li> <li>8. Достатній рівень розвитку культури відпочинку населення.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сезонність туристичного продукту;</li> <li>2. Недостатнє інвестиційне забезпечення інфраструктури туризму;</li> <li>3. Недостатнє бюджетне фінансування заходів, які спрямовані на розвиток туристичної та курортної сфери країни;</li> <li>4. Диспропорція між ціною та якістю туристичного продукту;</li> <li>5. Нестабільність природно-екологічного стану країни;</li> <li>6. Проблема накопичення та утилізації відходів виробництва та споживання;</li> <li>7. Застарілість та зношеність історико-культурних пам'яток;</li> <li>8. Низький рівень: розвитку транспортної інфраструктури; інформаційних технологій;</li> <li>9. Невідповідність якості послуг, які надаються світовим туристичним стандартам;</li> <li>10. Наявність мовного бар'єру серед населення країни;</li> <li>11. Негативні податкові умови для розвитку малого та середнього бізнесу;</li> <li>12. Туристична пропозиція є нерівномірною в географічному відношенні;</li> </ol>
<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зниження цін на туристичні послуги, за рахунок діяльності в Україні європейських туристичних операторів;</li> <li>2. Розробка інвестиційних програм для удосконалення туристичної сфери;</li> <li>3. Збільшення різних туристичних напрямів (зелений, екстремальний, історичний та ін.);</li> <li>4. Розвиток маркетингової політики в туристичній галузі;</li> <li>5. Застосування якісної реклами з метою інформування інших держав про Україну в якості туристичного регіону;</li> <li>6. Розвиток інформаційних систем у туристичній галузі;</li> <li>7. Реалізація транскордонного співробітництва у туристичній галузі</li> <li>8. Підтримка внутрішнього туризму.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нестабільний економічний стан держави;</li> <li>2. Поступове збільшення ціни на туристичні послуги, зменшення туристичної активності населення;</li> <li>3. Зміна кліматичних умов;</li> <li>4. Природні катаклізми;</li> <li>5. Наявність конкуренції серед країн, які мають суміжні туристично-рекреаційні дані;</li> <li>6. Нестабільність політичної ситуації в країні.</li> </ol>

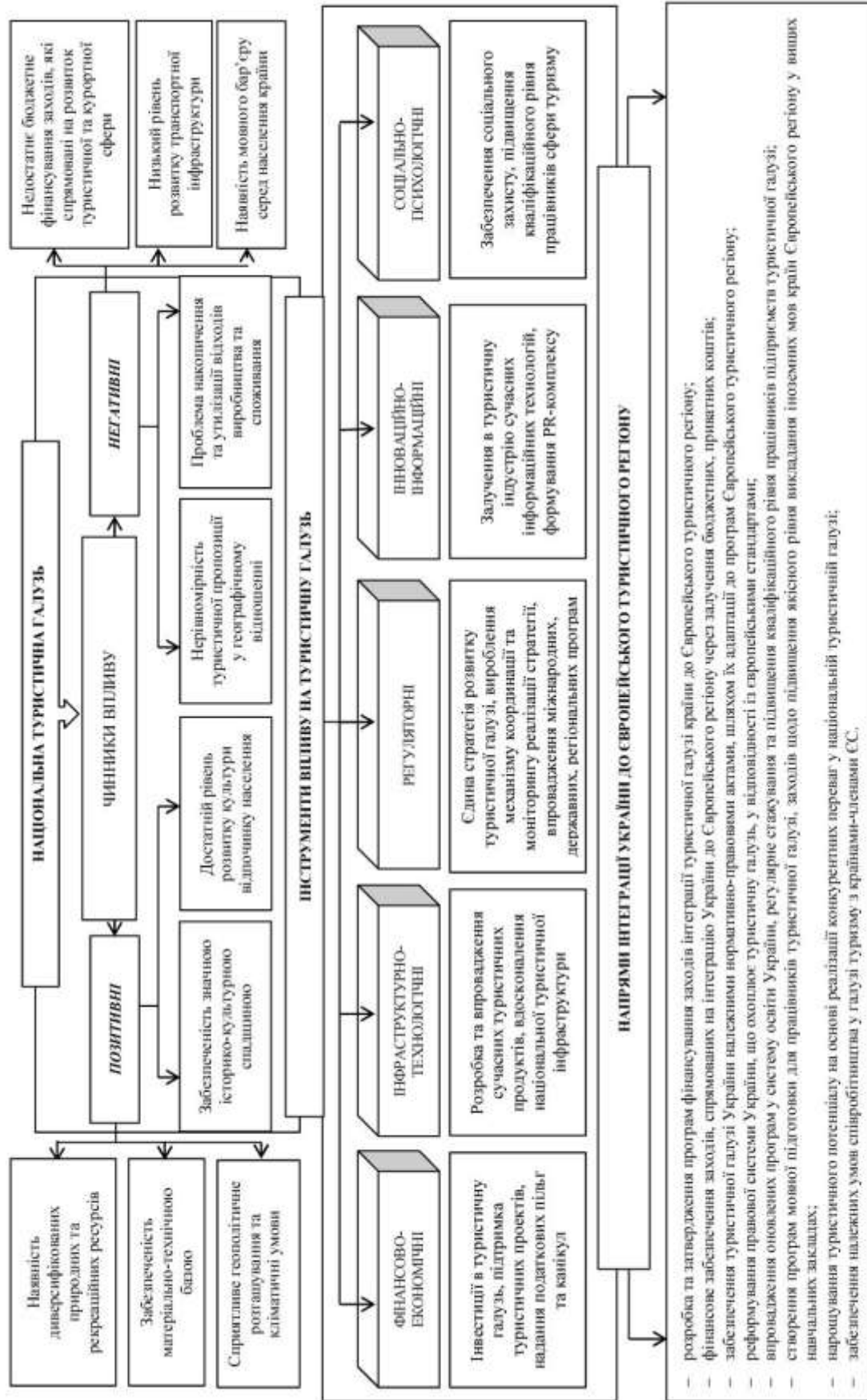
Аналіз існуючих проблем формує думку про те, що Україні вкрай необхідно проводити реформування туристичної галузі з метою подолання негативних тенденцій, які стримують формування та розвиток конкурентоспроможного туристичного продукту країни.

Проаналізувавши основні тенденції розвитку туристичної галузі України та визначивши її місце у рейтингу країн Європейського регіону констатовано, що незважаючи на усвідомлення важливості туристичного сектора для держави, все ж таки в більшості випадків це проявляється декларативно.

Україна потребує визначення конкретних напрямків співпраці з Європейським регіоном, які дозволять створити сприятливі умови для розвитку міжнародної туристичної конкурентоспроможності, економіки знань та культури. З метою стимулювання міжнародного туризму та створенню сприятливих умов розвитку національної туристичної галузі автором запропоновано систему взаємоузгоджених інструментів впливу на туристичну галузь України та визначено основні напрями інтеграції України до Європейського регіону у сфері туризму (рис.3.6).

На наш погляд, запропоновані напрями відображають можливість практичної реалізації тісної взаємодії України як туристичного регіону з Європейським регіоном та міжнародним інтеграційним угрупованням Європейського регіону – Євросоюзом, за умови, що міжнародна політика Міністерства культури і туризму України буде націлена на розвиток і підтримку конкурентоспроможності, економіки та інновацій.

Ключовим напрямом інтеграції національної туристичної галузі України до Європейського регіону є розбудова документальної бази туризму, що координує процеси інтеграційної взаємодії України та Європейського туристичного регіону.



**Рис. 3.6. Система взаємозгоджених інструментів впливу на національну туристичну галузь в умовах євроінтеграції**

В рамках запропонованого напрямку необхідно приділити пильну увагу укладанню та здійсненню відповідних міжурядових та міжвідомчих угод про туристичне співробітництво, міжнародних договорів, протоколів, а також перспективних стратегій та програм розвитку, які покликані стимулювати та розширювати можливості туристичної співпраці на міжнародному рівні.

Необхідним є розвиток двосторонніх та багатосторонніх інституційних зв'язків в межах міжнародних туристичних організацій, здійснення євроінтеграційних спрямувань та завдань у галузі туризму, організація та проведення в Україні та за її межами міжнародних заходів, а саме міжнародних семінарів, конференцій науково-практичного, інституціонального або інформаційного характеру, які будуть присвячені вивченню іноземного досвіду туристичних організацій, ознайомленню з новими туристичними ринками та їх туристичним продуктом, визначенню тенденцій розвитку передових технологій у сфері туристичного обслуговування, розробці стандартів та стратегій розвитку туристичної галузі.

Вкрай важливим є налагодження системи обміну досвідом між Україною та відповідними структурними елементами Європейського союзу, а також державними органами, що координують питання туристичної галузі країн-членів Європейського союзу відносно підтримки продуктивності та конкурентоспроможності туристичної діяльності ефективними законодавчими та організаційними важелями, зокрема адаптація чинної національної законодавчої бази у сфері туризму відповідно до директив та стандартів Європейського союзу, створення стандартизованої та сертифікаційної системи для підприємств туристичних послуг, яка відповідає нормам Європейського союзу, організація процедури відповідності якості туристичних послуг світовим туристичним стандартам.

Для розширення міжнародного туристичного співробітництва з Європейським туристичним регіоном необхідним є вирішення питань, пов'язаних з лібералізацією митних та прикордонних формальностей, насамперед це стосується візових процедур для туристів, які подорожують між



Україною та державами Європейського туристичного регіону. Зняття візових бар'єрів Україною може призвести до збільшення обсягів туристичних потоків, та, як наслідок, поповнення державного бюджету валютними надходженнями, зміцнення конкурентоспроможності національного туристичного продукту на європейському ринку, розвитку та економічної підтримки регіонів, створенню робочих місць та, загалом, підвищення соціально-економічного, культурного стану життя населення держави.

Одним з основних напрямів інтеграції України до європейського простору є зміцнення конкурентоспроможності туристичної галузі за рахунок впровадження фінансово-економічних інструментів. Економічне стимулювання туристичної галузі можна трактувати як підвищення зацікавленості державних органів влади до галузі туризму, збільшення припливу твердої валюти, поліпшення платіжного балансу та значні надходження до державного бюджету. Галузь туризму безпосередньо впливає на підвищення рівня зайнятості населення країни, сприяє розгалуженню туристичної інфраструктури та розвитку виробництва товарів та послуг, а також регіональним комунікаціям. Також до складових економічного стимулювання з розвитку конкурентоспроможності туристичної галузі варто віднести розробку регіональних програм з наступною їх реалізацією; створення регіональних фондів, які будуть забезпечувати фінансування заходів зі збереження історичних, природних, культурних та інших вагомих ресурсів туристичної галузі. Відтак, Україна з точки зору туристичного регіону матиме можливість використати свій туристичний потенціал набагато ефективніше.

Між тим, в сучасних умовах розвитку туристичної сфери першочерговою метою економічного стимулювання має стати збільшення доходності туристичної галузі України за рахунок ефективного функціонування її території, яка повинна характеризуватися високим рівнем кадрового, організаційного та фінансового потенціалу, та умовами, що зумовлюють розвиток підприємств туристичної індустрії. Стимулювання економічних інтересів суб'єктів туристичної діяльності буде сприяти активізації

підприємницьких ініціатив, що матиме позитивний вплив на економічний стан у туристичному регіоні через збільшення валютних надходжень до державного бюджету за рахунок витрачених коштів туристів, а також через зростання кількості зайнятих у туризмі.

Наступним напрямом інтеграції до європейського туристичного простору має стати впровадження соціального захисту, підвищення кваліфікаційного рівня працівників сфери туризму. Цей напрям забезпечується соціально-психологічними інструментами впливу, які включають стимулювання праці у туристичній галузі, що являє собою наявність суб'єктів та об'єктів мотивації, до яких прийнято відносити органи управління туристичною сферою державного та регіонального рівня та підприємства туристичної галузі. Головною метою органів управління є створення умов для трудової діяльності, які у подальшому дадуть результати, що були заплановані заздалегідь з метою задоволення потреб суспільства. Таким чином, відбувається реалізація механізмів стимулювання, вплив яких обумовлює способи здійснення мотивацій конкретних об'єктів. Важливого значення набуває кадрове забезпечення туристичної галузі України як пріоритетного напрямку розвитку індустрії туризму. На сучасному етапі розвитку національної туристичної сфери гостро стоїть питання професіоналізму та якості підготовки кадрів туристичної індустрії. Внаслідок недостатньої, а в деяких випадках, неякісної освітньої підготовки фахівців з туризму у вищих навчальних закладах формується низький рівень конкурентоспроможності національної туристичної галузі. Туристична індустрія потребує від фахівців постійного вдосконалення не тільки теоретичних, а й практичних навичок роботи на підприємствах туристичної діяльності, готельно-ресторанного господарства, розважальних, транспортних закладах і т.п. Усвідомлення необхідності у кваліфікованих професійних туристичних кадрах забезпечить високий рівень організації туристичної діяльності, сприятиме підвищенню міжнародної конкурентоспроможності України, а також створенню умов для міжнародних туристичних взаємовідносин з Європейським регіоном.

Інструменти інфраструктурно-технологічного впливу формуються на основі розробки та впровадження сучасних туристичних продуктів, а також вдосконалення національної туристичної інфраструктури. Впровадження сучасної туристичної інфраструктури сприяє формуванню високого рівня туризму. Від стану матеріально-технічної бази туристичної сфери залежить якість туристичних послуг суб'єктів господарювання та привабливість країни як туристичної території взагалі. Вкрай важливим є відповідність національної матеріально-технічної бази туризму світовим стандартам якості прийому та обслуговування подорожуючих. Задля досягнення відповідних міжнародних норм одним із необхідних заходів має стати запровадження інновацій у розвиток як матеріально-технічної бази туризму, так і туристичного продукту зокрема. Використання сучасних технологій та ефективне управління туристичною інфраструктурою створить об'єктивні підстави для формування конкурентних переваг національної туристичної галузі та, як наслідок, посилить її конкурентні позиції на міжнародному ринку послуг. Вкрай важливим для посилення євроінтеграційних спрямувань України в галузі туризму є залучення в туристичну індустрію сучасних інформаційних технологій, а також формування PR-комплексу.

Залучення в індустрію туризму результатів науково-технічного прогресу сприятиме підвищенню якості та удосконаленню механізму надання туристичних послуг, стимулюванню інноваційного та інформаційного розвитку туристичної галузі. На сьогоднішній день, в умовах постійної конкурентної боротьби впровадження інновацій у національну туристичну галузь є необхідним процесом, який сприяє формуванню сучасного привабливого туристичного продукту/послуги не тільки на національному, а й на міжнародному рівні.

Таким чином, запропонована система взаємоузгоджених інструментів впливу на туристичну індустрію України як складова регуляторного механізму національної туристичної галузі дає можливість виділити основні напрями розвитку національної сфери туризму в умовах євроінтеграції. За умов

реалізації наведених інструментів можливо підвищення стандартів якості обслуговування туристів до європейського рівня та створення сприятливих умов для реалізації вітчизняного туристичного потенціалу галузі з метою входження України у Європейський туристичний регіон на правах рівноправного партнера

### **Ключові терміни і поняття**

Туристична індустрія, туристичний імідж, туристична привабливість, туристичнорекреаційний потенціал, інтеграція.

### **Контрольні питання:**

1. Дайте визначення поняттю «туристичний імідж».
2. Проаналізуйте фактори об'єктивного і суб'єктивного характеру, які впливають на регіональний імідж.
3. Від чого залежить туристична привабливість регіону?
4. Наведіть напрями забезпечення міжнародної конку-рентоспроможності туристичних регіонів світу.
5. З яких напрямів повинно складатися державне регулювання туристичної сфери регіону?
6. Проаналізуйте сильні та слабкі сторони вітчизняної туристичної галузі.
7. Які Ви знаєте інструменти впливу на національну туристичну галузь?
8. Наведіть напрями інтеграції України до Європейського туристичного регіону.

## ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

*1. Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є:*

- а) забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;
- б) створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності;
- в) безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;
- г) усі відповіді вірні;

*2. Пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є:*

- а) удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;
- б) розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;
- в) розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;
- г) вірної відповіді немає;

*3. До виключних повноважень Верховної Ради України в галузі туризму належать:*

- а) визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму;
- б) визначення правових засад регулювання відносин у галузі;
- в) визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі;
- г) усі відповіді вірні;

*4. Виконавчі органи місцевих рад в межах їх повноважень:*

- а) розробляють проекти місцевих програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідним місцевим радам;

- б) внесення у встановленому порядку до Міністерства культури і туризму України пропозицій про анулювання ліцензій, виданих туроператорам та тур агента;
- в) надання суб'єктам туристичної діяльності методичної і консультативної допомоги щодо організації їх діяльності;
- г) організують проведення інвентаризації туристичних ресурсів місцевого значення.

*5. Головна мета управління розвитком туризму в обласному регіоні:*

- а) узгодження всіх елементів системи управління регіональним розвитком туризму;
- б) збалансованість та комплексний розвиток туризму;
- в) організація інформатизації населення в галузі туризму;
- г) наукове обґрунтування управлінських рішень.

*6. У рамках туристичної політики регіону розробляються:*

- а) концепція розвитку туризму;
- б) концепція соціально-економічного розвитку регіону;
- в) стратегія розвитку туризму в регіоні;
- г) усе вищеперераховане.

*7. До економічних індикаторів розвитку регіону належить:*

- а) індекс зміни валового регіонального продукту;
- б) співвідношення легальної та тіньової економіки;
- в) відношення оплати праці до валового регіонального продукту;
- г) індекс споживчих цін на товари та послуги.

*8. Туроператор- це:*

- а) юридична або фізична особа (підприємець), яка здійснює на основі ліцензії діяльність по просуванню і реалізації сформованого туроператором туру (туристичного продукту).
- б) юридична або фізична особа (мається на увазі підприємець), яка здійснює на основі ліцензії діяльність по формуванню, просуванню та реалізації туристичного продукту.

в) фізична особа, яка комплектують тури і програми обслуговування в місцях прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі угоди з постачальниками послуг.

*9. Систематизована і цілеспрямована діяльність підприємства сфери туризму, пов'язана із наданням туристичних послуг і туристичного продукту іноземним туристам на території своєї країни і наданням туристичних послуг туристичного продукту за кордоном, — це туризм:*

- а) в'їзний;
- б) міжнародний;
- в) виїзний.

*10. Тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місцепроживання в межах національних кордонів тієї самої країни для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом і в інших туристичних цілях — це туризм:*

- а) внутрішній;
- б) виїзний;
- в) міжнародний.

*11. Управління туризму підпорядковується:*

- а) Кабінету Міністрів України;
- б) Президенту України;
- в) Державній туристичній адміністрації України;
- г) Верховній Раді України.

*12. Метою діяльності управління є:*

- а) реалізація державної політики у сфері туристичної діяльності;
- б) становлення туризму як високорентабельної галузі економіки та важливого засобу культурного розвитку громадян;
- в) залучення населення до занять туризмом;
- г) всі варіанти вірні.

*13. Одним з основних напрямків діяльності управління у галузі туризму є:*

- а) створення дієвих дисконтних систем для молоді та студентів;

- б) аналіз стану справ щодо туристичної діяльності та прогнозування розвитку туризму;
- в) створення умов для сезонного працевлаштування молоді в туристичній галузі;
- г) забезпечення умов для залучення до активного споживання туристичних послуг пенсіонерів, військовослужбовців, малозабезпечених та багатодітних громадян та їх родин.

*14. За масштабами міжнародного туризму та формою організації туристичної галузі для України найбільш прийнятна:*

- а) перша модель управління;
- б) друга модель управління;
- в) третя модель управління;
- г) четверта модель управління.

*15. Суб'єктом туристичної діяльності є:*

- а) підприємства, незалежно від форм власності пов'язані з наданням туристичних послуг;
- б) підприємства, установи, організації, що зареєстровані і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг ;
- в) пам'ятники історії, архітектури;
- г) природний заповідний фонд регіону, країни.

*12. Які з суб'єктів належать до організаційні форми туристичної діяльності:*

- а) фірма-туроператор (турорганізатор), фірма-турагент;
- б) готельні комплекси;
- в) санаторії, курорти;
- г) організатори громадського харчування.

*13. Що являє собою туристичний кластер?*

- а) група географічно локалізованих підприємств, що сформувались на базі туристичних активів регіону та пов'язані з обслуговуванням туристів;
- б) група осіб, які придбали туристичну подорож;
- в) підприємства, що надають туристичні послуги;



г) персонал, який бере участь у наданні туристичних послуг.

*14. Основною метою діяльності туристичних кластерів є:*

- а) облік туристів які відвідали регіон за певний період часу;
- б) розвиток конкурентних переваг регіону шляхом активізації всіх видів туризму
- с) побудова прогнозів розвитку туризму регіону;
- в) оцінка туристичної діяльності регіону.

*15. Яка з туристичних моделей не є кластерною:*

- а) модель туристичного кластеру як відокремленої структури, утвореної незалежним суб'єктом господарювання;
- б) модель туристичного кластеру як відокремленої структури, утвореної державним органом влади;
- в) модель туристичного кластеру як відокремленої структури, утвореної учасниками туристичного бізнесу;
- г) модель туристичного кластеру утворена на основі територіального фактору.

*16. В чому полягає ідея типової туристичної кластерної моделі:*

- а) ініціативна група, що формує туристичний кластер представлена незалежними фахівцями, що не мають прямого відношення до туристичного бізнесу;
- б) ініціативним елементом виступає управління культури і туризму області, що утворює відокремлений неприбутковий підрозділ;
- с) якщо між підприємствами туристичного бізнесу виникають хаотичні відносини то вони укладають угоди між собою про співробітництво;
- в) це створення ініціативної групи, що формує туристичний кластер.

*17. Вимоги до суб'єктів туристичної індустрії:*

- а) туристична діяльність підлягає обов'язковому державному ліцензуванню;
- б) готельні послуги та послуги харчування, підлягають обов'язковій сертифікації;
- в) страхування туристів не обов'язкове;

г) обов'язкова наявність службового приміщення (офісу), яке відповідає певним, визначеним законодавством, умовам.

*18. Що не є типом дестинацій в туристичному бізнесі:*

- а) комплексна;
- б) основна;
- в) не подільна.
- г) орієнтована не тільки на туристів.

*19. Недоліком у стратегії конкурентного розвитку (за М. Портером) — лідерства в мінімізації витрат є:*

- а) зниження вартості послуг;
- б) встановлення тісних контактів зі споживачами;
- в) прибуток навіть за наявності сильної конкурентної боротьби;
- г) достовірність ще більшого здешевлення послуг конкурентами.

*20. Недоліком у стратегії конкурентного розвитку (за М. Портером) — диференціації послуг є:*

- а) зниження чутливості споживача до ціни;
- б) високі вхідні бар'єри на ринок завдяки лояльності споживачів;
- в) можливість забезпечення довготривалих конкурентних переваг;
- г) формування позитивного іміджу туристичної фірми — новатора;
- д) значний ціновий розрив порівняно з лідером у витратах.

*21. Недоліком у стратегії конкурентного розвитку (за М. Портером) — фокусування ринкового сегмента є:*

- а) можливість реалізації в межах такого стратегічного напрямку стратегії зниження витрат або диференціації;
- б) комплексне обслуговування споживачів;
- в) необхідність в обслуговуванні великого сегмента для відшкодування витрат.

*22. Стратегія проникнення на туристичний ринок передбачає встановлення:*

- а) невисоких цін на туристичні пакети;
- б) середньоринкових цін на туристичні пакети;
- в) цін на туристичні пакети на рівні, адекватному цінності туристичного пакета.

*23. Стратегія підтримки присутності на туристичному ринку передбачає встановлення:*

- а) невисоких цін на туристичні пакети;
- б) середньоринкових цін на туристичні пакети;
- в) цін на туристичні пакети на рівні, адекватному цінності туристичного пакета.

*24. Стратегія розвитку на туристичному ринку передбачає встановлення:*

- а) невисоких цін на туристичні пакети;
- б) середньоринкових цін на туристичні пакети;
- в) цін на туристичні пакети на рівні, адекватному цінності туристичного пакета.

*25. Посилена конкуренція на туристичному ринку:*

- а) є конкуренцією між організованими і неорганізованими формами проведення дозвілля;
- б) виявляється в конкуренції між туристичними продуктами, призначеними для задоволення певної мети;
- в) є конкуренцією між туристичними фірмами, які реалізують на ринку подібний за властивостями товар або послугу;
- г) є наслідком зростання кількості туристичних підприємств, які до того ж мають схожі можливості і недостатньо диференційований туристичний продукт, що ускладнює споживчу поведінку.

*26. Під час оцінки туристичної привабливості країни-партнера за наявністю абсолютних переваг на світовому, макро- регіональному і субрегіональному ринках застосовують такий етап маркетингового дослідження:*

- а) загальна характеристика стану внутрішнього ринку вибраної для аналізу країни (економічні, соціальні, політико- правові, екологічні аспекти);
- б) ступінь інтегрованості ринку цієї країни у світову економіку;
- в) туристично-рекреаційні ресурси;
- д) територіальна організація ринку пропозиції країни-партнера.

*27. Під час визначення територій пріоритетного розвитку туризму та їх спеціалізації на видових і територіальних ринках країни застосовують такий етап маркетингового дослідження:*

- а) загальна характеристика стану внутрішнього ринку вибраної для аналізу країни (економічні, соціальні, політико- правові, екологічні аспекти);
- б) ступінь інтегрованості ринку цієї країни у світову економіку;
- в) туристично-рекреаційні ресурси;
- г) сфера гостинності;
- д) територіальна організація ринку пропозиції країни-партнера.

*28. Турист – це:*

- а) особа, яка здійснює подорож;
- б) подорожуюча особа, яка зобов'язана покинути країну чи місце перебування у зазначений термін;
- в) особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої держави;
- г) відповіді доповнюють одна одну.

*29. До туризму в оздоровчих цілях слід віднести:*

- а) поїздки у закордонну лікарню;
- б) поїздки на курорт;
- в) поїздки у заповідники;
- г) відвідини театрів та музеїв.

*30. Гостинність – це:*

- а) створення господарем приязної атмосфери для перебування гостя, яка полягає в діях та поведінці, спрямованій на створення комфортних і безпечних умов тимчасового перебування людини поза місцем постійного проживання;
- б) юридичний термін, під яким мається на увазі юридично оформлене місце, в якому індивідуум має постійне та довгострокове помешкання;
- в) відношення до людини, орієнтоване на сприяння його блага, на здійснення добра.

*31. Рекреаційно-туристський потенціал є:*

- а) об'єкти та явища природного, природно-антропогенного, соціально-економічного походження, що використовуються для туризму, лікування, оздоровлення та впливають на територіальну організацію рекреаційної

діяльності, формування рекреаційних районів (центрів), їх спеціалізацію та економічну ефективність;

б) сукупна продуктивність розвіданих природних ресурсів та культурних цінностей території, які можуть бути мобілізовані, використані з рекреаційною метою: з метою відпочинку, лікування, туризму.

в) цілісна системою відносин людина - довкілля, які складаються на певному етапі суспільного розвитку в процесі вивчення, освоєння, використання, перетворення, охорони та відтворення природно-ресурсного потенціалу території задля задоволення індивідуальних і суспільних рекреаційних потреб.

*32. Туристичний дохід не влучає наступні статті:*

а) експорт товарів туристичного попиту

б) імпорт товарів для обслуговування туристів

в) транспортні витрати в'їзних туристів

г) інвестиції іноземного капіталу

*33. Ознаки туризму як самостійної галузі національної економіки:*

а) суб'єктами туризму є досить однорідні за призначенням і технологією виробництва товари і послуги підприємства;

в) створення Державної туристичної організації України;

г) створення однорідної за цільовим призначенням продукції;

д) усі відповіді правильні.

*34. Регулювання розвитку туристичної індустрії на державному рівні необхідне з метою:*

а) збільшення валового національного доходу від рекреаційно-туристичної діяльності;

б) зменшення кількості туристів, які надають перевагу відпочинку за кордоном;

в) захисту прав споживача туристичних послуг;

г) відповіді 1 і 3 правильні.

*35. Збільшення валового національного доходу за рахунок туризму регулюється:*

а) податковим законодавством України;

б) місцевими податками;

- в) місцевими зборами та платежами;
- г) правильної відповіді не зазначено.

*36. Захист споживача туристичних послуг на державному рівні здійснюється:*

- а) для фізичних осіб (громадян) в межах Закону України “Про захист прав споживачів”;
- б) для фізичних осіб у судовому порядку;
- в) для юридичних осіб у судовому порядку через арбітражний суд;
- г) усі відповіді правильні;
- д) правильні відповіді 2 і 3.

*37. Підтримка внутрішнього і в'їзного туризму може проявлятися у формі:*

- а) збереження та охорони рекреаційно-туристичних ресурсів;
- б) прямих інвестицій і формування туристичної інфраструктури;
- в) податку на мито;
- г) правильної відповіді не зазначено.

*38. Організація рекреаційно-туристичної діяльності у правових рамках регулюється:*

- а) нормативно-правовими актами реєстрації юридичних осіб, а також фізичних осіб, які займаються підприємницькою діяльністю;
- б) законодавчими актами про сертифікацію туристичних підприємств;
- в) податковим законодавством;
- г) усі відповіді правильні.

*39. Права громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я закріплені:*

- а) клятвою Гіппократа;
- б) санітарною книгою;
- в) Конституцією України;
- г) всі відповіді вірні.

*40. Основними напрямками діяльності туристичних формувань, що масово виникали в 1992 - 1994 рр. були:*

- а) орієнтація на відправлення туристів за кордон;

- б) орієнтація на внутрішній ринок;
- в) залучення національних та іноземних інвестицій для розвитку національного туризму;
- г) усі відповіді правильні.

*41. Визначить завдання Державної туристичної адміністрації України:*

- а) аналіз стану справ у сфері туризму;
- б) контроль рівня зовнішньоторговельних цін на послуги та роботи на туристичних підприємствах;
- в) організація у своїй сфері управління бухгалтерським обліком та звітністю, контрольно-ревізійною роботою;
- г) усі відповіді правильні.

*42. Визначить наслідки втрати жорсткої державної опіки для туристичних організацій:*

- а) роздержавлення та акціонування туристичних об'єктів;
- б) припинення їхньої діяльності;
- в) об'єднання низових туристичних структур в асоціації та формування крупних туристичних об'єднань;
- г) відповіді 1 і 3 правильні.

*43. Національне законодавство про туризм має базуватись на основі:  
звичаєвого права;*

- а) принципів і норм міжнародного товариства;
- б) резолюцій міжнародних конференцій;
- в) правильна відповідь не зазначена.

*44. В основу національного законодавства і міждержавних угод в галузі туризму повинні бути покладені принципи, сформульовані в таких документах:*

- а) Загальна резолюція конвенції ООН по міжнародному туризму і подорожах;
- б) Директива Ради Європи про оцінку наслідків виконання проектів для навколишнього природного середовища;
- в) Хартія туризму;
- г) правильні відповіді 1 і 3.

*45. Держава:*

- а) приділяє туризму мало уваги в силу нерентабельності галузі;
- б) ігнорує галузь туризму, адже існуючі умови його розвитку не відповідають міжнародним стандартам;
- в) перешкоджає розвитку туризму, оскільки він призводить до заподіяння шкоди навколишньому середовищу;
- г) проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки і створює умови для туристичної діяльності.

*46. Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:*

- а) створення відповідної туристичної інфраструктури;
- б) спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку охорони природного середовища;
- в) ліцензування туристичної галузі;
- г) правильні відповіді 1 і 2.

*47. Спрощення і гармонізація податкового, валютного, митного прикордонного та інших видів регулювання зовнішньоекономічних зв'язків є:*

- а) пріоритетним напрямком державної політики в галузі туризму;
- б) створенням сприятливих умов для розвитку туризму;
- в) домінуючим фактором, який перешкоджає розвитку внутрішнього туризму;
- г) правильні відповіді 1 і 2.

*48. Пріоритетними напрямками державної політики в галузі туризму є:*

- а) забезпечення доступності туризму;
- б) утвердження України на світовому туристичному ринку;
- в) створення нових робочих місць;
- г) всі відповіді правильні.

*49. Договором на туристичне обслуговування є:*

- а) ваучер;
- б) турпакет;
- в) ліцензія на туристичну діяльність туроператора;
- г) правильна відповідь не зазначена.



50. Ваучер – це:

- а) попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, що реалізуються за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та ін.;
- б) ліцензійне право турагенції проводити туристичні операції;
- в) документ, який засвідчує відповідне фінансове забезпечення туроператора (турагента) своєї цивільної відповідальності;
- г) форма письмового договору на туристичне обслуговування, яка може використовуватись відповідно до закону.

51. Передовою країною в сфері підготовки кадрів для туристичної індустрії є:

- а) Туреччина;
- б) Єгипет;
- в) Швейцарія;
- г) США.

52. В якій країні існує державна структура, що займається дослідженням туристичного ринку та рекламно-інформаційною діяльністю?

- а) Великобританія;
- б) США;
- в) Німеччина;
- г) всі відповіді правильні.

53. В якому році був прийнятий Закон України “Про туризм”?

- а) 1985;
- б) 1995;
- в) 1990;
- г) 1997.

55. Державна туристична політика базується на:

- а) концепції туризму;
- б) формуванні економічних механізмів;
- в) туристичній стратегії;
- г) туристичній тактиці;

- д) правильної відповіді не зазначено;
- є) правильні відповіді 3 і 4.

*56. Прийняття закону “Про власність” обумовило появу на ринку туристичної індустрії:*

- а) величезної кількості суб’єктів туристичної діяльності з різними формами власності;
- б) організації захисту прав споживача туристичних послуг;
- в) правильної відповіді не зазначено;
- г) усі відповіді вірні.

*57. Туристична політика держави – це:*

- а) нормативно-правові акти реєстрації юридичних осіб;
- б) конкретні дії і прийоми досягнення поставленої мети у конкретно визначених умовах;
- в) сукупність форм, методів та напрямів впливу держави на функціонування туристичної індустрії для досягнення конкретних цілей, збереження та розвитку соціально-економічного комплексу;
- г) всі відповіді правильні.

*58. Туристична стратегія – це:*

- а) забезпечення виконання підвідомчими підприємствами державних замовлень і контрактів;
- б) розробка загальної концепції розвитку і цільових програм, для реалізації яких необхідні час і значні фінансові ресурси;
- в) правильної відповіді не зазначено;
- г) відповідь 2 доповнює відповідь 1.

*59. Поповнення місцевих бюджетів за рахунок туристично-рекреаційної діяльності досягається:*

- а) додатковими місцевими податками;
- б) зборами і платежами в межах чинного законодавства;
- в) всі відповіді правильні;
- г) правильної відповіді не зазначено.

*60. В якому році створено Національну раду по туризму?*

а) 1997;

б) 1990;

в) 1996;

г) 2001.

## ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

**Виконавець туристської послуги** - юридична особа або індивідуальний підприємець, що надає послуги споживачу.

**Готель (колективний засіб розміщення, готельне підприємство)** - юридична особа або індивідуальний підприємець, що має на праві власності, на умовах оренди або на іншій законній підставі майновий комплекс (нерухоме майно), що знаходиться під єдиним управлінням (керівництвом), з кількістю номерів не менше десяти, і призначений для надання громадянам послуг готелів та аналогічних місць проживання. За нормативними документами Російської Федерації, готелі, включаючи туристські, входять до складу готельних підприємств, до яких також відносяться мотелі, кемпінги, гуртожитки для приїжджих та інші засоби розміщення.

**Готельна діяльність** - діяльність юридичних осіб і індивідуальних підприємців, які володіють або наділені в установленому порядку майновими правами на будь-який колективний засіб розміщення безпосередньому розпорядженню і управлінню ним, для надання послуг розміщення і обслуговування громадян, а також інша діяльність з організації та надання готельних послуг, включаючи їх реалізацію.

**Готельна послуга (hotel service)** - дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу під час розміщення та проживання в готелі.

**Готельний мережа (Hotel chain)** - одна з мережевих, франшизних або інших готельних систем, члени якої користуються певними привілеями, особливо в національній системі бронювання.

**Добровільна сертифікація** - сертифікація якості надаваних послуг проводиться за ініціативою юридичних осіб і індивідуальних підприємців на основі договору між заявником і органом по сертифікації.

**Дослідження ринку** - систематичне виробниче дослідження ринків, їх здатності забезпечувати відтворення товарів або послуг для задоволення наявних і потенційних споживачів. Дослідження охоплює ринки збуту, робочої сили, капіталу, сировини та матеріалів; кількісний і якісний аналіз одного або сукупності ринків для одержання інформації про потенціал, місткість ринку, характеристики конкурентного середовища, ціни.

**Дослідження споживача туристичних послуг** - має за мету виявити найбільші ймовірні групи потенційних туристів, щоб доцільно направити рекламу з урахуванням їхніх демографічних, економічних, соціальних і психологічних характеристик.

**Економічна взаємозалежність** – економічно взаємозалежні туристичні регіони, пов'язані між собою внутрішньорегіональною торгівлею товарів та послуг, ступінь якої визначається пропорціями до національного доходу.

**Екскурсійна діяльність** - діяльність юридичних і фізичних осіб, володіють в установленому порядку права на організацію відвідувань громадянами туристських ресурсів в країні (місці) тимчасового перебування і їх реалізації, а також інша діяльність, яка не включає ночівель екскурсанта в місці перебування і охоплює період перебування не більше 24 год.

**Екскурсійне бюро** - юридична особа або індивідуальний підприємець, здійснює в установленому порядку екскурсійну діяльність, у тому числі з планування, організації, просування і реалізації комплексної екскурсійної послуги, включаючи проведення екскурсії, а також надання інших послуг, пов'язаних з проведенням екскурсії.

**Екскурсія** - відвідування з метою ознайомлення музеїв, виставок, інших місць туристського інтересу, короткочасні поїздки (прогулянки) з освітніми, спортивними або іншими цілями на колективній або індивідуальній основі.

**Екскурсовод (гід, гід-перекладач)** - фізична особа, яка має відповідну професійну освіту та підготовку, супроводжує туристів при відвідуванні ними місць туристичного інтересу і дає необхідні туристам відомості на їх рідною мовою.

**Ефективність організації** - результативність організації, співвідношення результатів діяльності і витрачених на їх досягнення трудових і матеріальних ресурсів. Суть процесу збільшення ефективності організації полягає в підвищенні економічних результатів на кожен одиницю витрат.

**Замовлення на туристську послугу** - попередній договір між споживачем і виконавцем послуги, що визначає юридичні, економічні і технічні відносини сторін.

**Зарубіжний (виїзний) туризм** - це поїздки осіб - резидентів країни (регіону), які здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їхньої країни.

**Індустрія гостинності (готельна індустрія) Industry of hospitality (hotel industry)** - сукупність готельних комплексів та інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваг, об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську й турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги і послуги гідів - перекладачів.

**Істотний недолік** - недолік, який робить неможливим чи неприпустимим використання товару (роботи, послуги) відповідно до його цільового призначенням.

**Кластерний аналіз** - аналіз, який дає змогу об'єднувати об'єкти в групи чи так звані кластери таким чином, щоб розходження між об'єктами, які складають один кластер, були б менші за їхні відмінності від інших кластерів.

**Конкурентоспроможність продукції** – це сукупність споживчих і вартісних характеристик виробленої продукції, що дозволяє їй витримати конкуренцію на конкретному ринку і в певному проміжку часу

**Конкурентоспроможність регіону** – це його здатність в умовах зовнішньої конкуренції на основі ефективного використання традиційних та створення унікальних ресурсів локального розвитку стимулювати підвищення продуктивності виробництва та рівня життя місцевого населення у довгостроковій перспективі

**Ліцензіат** - юридична особа або індивідуальний підприємець, що має ліцензію на здійснення конкретного виду діяльності.

**Ліцензійні вимоги і умови** - сукупність встановлених положеннями про ліцензування конкретних видів діяльності вимог і умов, виконання яких ліцензіатом обов'язково.

**Ліцензія** - спеціальний дозвіл на здійснення конкретного виду діяльності при обов'язковому дотриманні ліцензійних вимог і умов, видане ліцензіюючим органом юридичній особі або індивідуальному підприємцю. Ліцензія може бути анульована рішенням суду на підставі заяви ліцензируючого органу.

**Ліцензований вид діяльності** - вид діяльності, на здійснення якої на території Російської Федерації потрібне отримання ліцензії. В туризмі до ліцензованих видів діяльності відносяться: туроператорська та турагентська діяльність, діяльність з продажу прав на клубний відпочинок.

**Міжнародний туризм** - це сукупність іноземного (в'їзного) та зарубіжного (виїзного) туризму.

**Моніторинг** - цілеспрямована діяльність, що включає перманентне спостереження, аналіз, оцінку та прогноз стану об'єкта (процесу, явища, системи); це аналітична система спостереження.

**Недолік послуги** - окрема невідповідність послуги обов'язковим вимогам стандартів, умовам договору, а також інформації, наданої виконавцем або продавцем послуги.

**Обов'язкова сертифікація послуг** - сертифікація, яка підтверджує безпеку надаються юридичними особами та індивідуальними підприємцями послуг.

**Обслуговування** - діяльність виконавця при безпосередньому контакті з споживачем послуги.

**Опис туристичної послуги** - інформація про основні характеристики туристської послуги, умов та вартості обслуговування.

**Перевізник** - юридична особа або індивідуальний підприємець, має на праві власності, на умовах оренди або на іншій законній підставі права на пасажирський транспортний засіб (наземне, водне або повітряне) і здійснює регулярні або чартерні перевезення туристів та їх багажу на комерційній основі.

**Повітряний перевізник (авіаперевізник)** - експлуатант, який має ліцензію на здійснення повітряного перевезення пасажирів, багажу, вантажів, пошти та здійснює регулярні або чартерні перевезення туристів та їх багажу на комерційній основі.

**Політична взаємозалежність** – туристичні регіони, які політично взаємозалежні та взаємопов'язані один з одним, за рахунок системи національних і міжурядових структур;

**Політична ідентичність** – до складу туристичного регіону входять держави, які мають схожі політичні властивості; кожна з держав дотримується однакової поведінки на світовій арені та має спільне бачення зовнішнього світу;

**Послуги матеріальні** - послуги, що забезпечують відновлення (зміна, збереження) споживчих властивостей виробів або виготовлення нових виробів за замовлення громадян (туристів), а також перевезення вантажів і людей, створення умов для споживання. Зокрема, до матеріальних послуг можуть бути віднесені побутові, з ремонту або виготовлення, житлово-комунальні, послуги громадського харчування, транспорту і т.д.

**Послуги соціально-культурні** - послуги, що забезпечують підтримання та відновлення фізичного здоров'я, духовний розвиток особистості, підвищення професійної майстерності. Зокрема, до даного виду послуг можуть бути віднесені медичні послуги, послуги культури, туризму, освіти і т.д.

**Претензії до якості туристичного продукту** - офіційна заява туриста про недоліки і порушення у наданні послуг (порушення договору про



туристському обслуговуванні), яке надсилається в письмовій формі туроператору або турагенту протягом 20 днів з моменту закінчення дії договору. Претензії до договором відповідно до законодавства підлягають розгляду (задоволення) протягом 10 днів.

**Просування туристичного продукту** - сукупність заходів, включаючи пряму рекламу, участь у туристських виставках, ярмарках, видання спеціалізованих каталогів, буклетів, організацію інформаційних поїздок та інших заходів, спрямованих на реалізацію турпродукту.

**Регіон** – це відносно цілісна відтворювальна соціо-еколого-економічна система господарської території, самостійна в адміністративно-правовому відношенні, яка є складовою частиною країни, виділяється своїм економіко-географічним положенням, комплексом природних, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, спеціалізацією і структурою господарства, спільністю екологічних проблем, а також високим рівнем внутрішніх соціально-економічних зв'язків

**Ресторан (Restaurant)** - підприємство громадського харчування, що пропонує гостям різноманітний асортимент страв складного і фірмового приготування, високий рівень сервісу, послуги офіціантів, метрдотелів; організацію культурного й розважального дозвілля клієнтів, корпоративного й банкетного обслуговування.

**Сегмент (Segment)** - це частина ринку. Покупці в одному сегменті однаково реагують на спонукальні стимули маркетингу (товар, ціну, рекламу, тощо).

**Сегмент ринку**-певним чином виділена частина ринку, група споживачів, які мають загальні характеристики.

**Сегментація (Segmentation)** - творчий процес поділу ринку на сегменти. Робота на конкретний сегмент забезпечує туристичній фірмі кращу взаємодію з покупцями, однак сегмент повинен бути достатнім за кількістю принесеного прибутку, щоб забезпечувати рентабельність розробки спеціальної програми маркетингу, розрахованої на конкретну групу покупців.

**Сертифікація послуги** - діяльність з підтвердження відповідності послуг встановленим в стандарті вимогам. Сертифікація туристичних послуг поділяється на обов'язкову та добровільну.

**Соціокультурна однорідність** – однорідність туристичних регіонів в культурному та соціальному відношенні. Кожна з держав туристичного регіону однаково ставиться до сформованих внутрішніх атрибутів;

**Спеціалізовані засоби розміщення** - санаторно-курортні (лікувально-профілактичні) організації, організації відпочинку і туризму. У їх числі - санаторії і пансіонати з лікуванням, санаторії-профілакторії, будинки відпочинку, пансіонати, бази та інші організації відпочинку, туристські бази.

**Споживач туристської послуги** - громадянин (турист, екскурсант), що має намір замовити або придбати або замовляє, що купує або використовує туристські товари, роботи, послуги виключно для особистих потреб, не пов'язаних з отриманням прибутку.

**Стратегія (Strategy)** - план реалізації стратегічної концепції туристичного підприємства, припускає визначення основних напрямків розподілу її обмежених ресурсів. Результатом стратегічних рішень повинна бути поява в туристичній компанії довгострокових конкурентних переваг.

**Стратегія проникнення на ринок** - базується на навмисно низькому рівні цін із метою надання впливу на можливо більше число споживачів.

**Стратегія розвитку ринку** - полягає в тому, що фірма повинна прагнути збільшити збут існуючих товарів на нових ринках та сегментах, попит на які ще не задоволений.

**Тур** - Індивідуальна або групова подорож, що складається з комплексу послуг (перевезення, проживання в готелі, екскурсії, трансфер, харчування).

**Турагент** - юридична особа або індивідуальний підприємець, що діють на підставі ліцензії натуррагентскую діяльність і здійснює просування пакет туристських послуг, необхідних для здійснення подорожі (поїздки), запропоновані на договірних засадах туроператором, а також роздрібний продаж пакета послуг споживачеві (туристу), що включає відповідно ОКДП,

також бронювання послуг, оформлення виїзних документів на подорож по закордонним країнам, а також бронювання квитків міжнародних перевізників.

**Туризм виїзний** - подорожі осіб, які постійно проживають в Україні, в іншу країну.

**Туризм в'їзний** - подорожі в межах України осіб, які не проживають постійно в Україні.

**Туризм самодіяльний** - різновид туризму, більшу частину якого складають спортивно-оздоровчі заходи, подорожі, що організовуються туристами самостійно з використанням активних способів пересування відповідно до діючими нормативними документами. Як правило, учасники подібних подорожей ставлять перед собою мету одержання спортивних розрядів і звань в туризмі.

**Туризм соціальний** - різновид туризму, субсидованого з коштів, що виділяються на соціальні потреби з метою створення умов для подорожей, відпочинку і лікування дітям, молоді, пенсіонерам, інвалідам, ветеранам війни і праці та іншим громадянам, яким держава, державні і недержавні фонди, інші благодійні організації надають соціальну допомогу; перелік і категорії соціальних туристів визначаються відповідними законами і правовими актами.

**Турист** - Мандрівник, який проживає в місці призначення не менше 24 годин, мета поїздки якого - відпочинок, бізнес, сім'я, певна місія, зустріч.

**Туристична дестинація**- країни, регіони, міста та інші території, які приваблюють туристів, є головними місцями локалізації туристичної діяльності, потоків туристів та їх витрат; місця максимальної концентрації визначних туристичних пам'яток, засобів розміщення, харчування, розваг, інших послуг та економічного, соціального і фізичного впливу туризму

**Туристична індустрія регіону** – це комплекс, до складу якого входять всі ресурси регіону, інфраструктура (всі її види), продукція (послуги і товари) підприємств регіону, які використовуються для організації туризму і задоволення потреб і потреб туристів

**Туристичний продукт** - попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше, ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та інші, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

**Туристичний регіон** - територія, що має у своєму розпорядженні об'єкти туристичного інтересу, та у межах якої у відповідному обсязі здійснюється використання і реалізація туристичних ресурсів, а набір пропонованих туристичних послуг є значно ширшим від мінімально необхідного, з врахуванням специфіки конкретного туристичного регіону

**Туристська діяльність** - діяльність юридичних осіб або індивідуальних підприємців, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, діяльність по плануванню та організації відпочинку в клубах з проживанням (клубах відпочинку), включаючи продаж прав на клубний відпочинок, а також інша діяльність з планування, організації, просування і продажу поїздок і подорожей.

**Туристська індустрія** - сукупність готелів та інших засобів розміщення, засобів транспорту, розваги і торгівлі, об'єктів громадського харчування, пізнавального, ділового та іншого призначення, організацій, здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, надають екскурсійні послуги і послуги гідів-перекладачів, інші послуги, необхідні при організації та здійсненні подорожей (поїздок).

**Туристська інфраструктура** - сукупність шляхів сполучення (дороги, під'їзні шляхи, вокзали, аеропорти, пристані тощо), комунікацій (водопровідна, електрична і газова мережі, опалення, каналізація, засоби зв'язку тощо), туристських ресурсів, об'єктів туристського показу, засобів розміщення та харчування, об'єктів торгівлі, побутового та лікувально-профілактичного обслуговування, спортивних споруд, а також інших об'єктів, необхідних для забезпечення і розвитку індустрії туризму.

**Туристська послуга** - результат безпосередньої взаємодії виконавця послуги і її споживача (туриста), а також власна діяльність виконавця послуги по задоволенню потреби споживача в організації поїздки (подорожі) її здійсненні та інших, пов'язаних з цим потреб. За функціональним призначенням туристська послуга може бути матеріальною (розміщення, харчування, транспорт) і соціально-культурної (екскурсії та інші подібні заходи).

**Туристські ресурси** - природні, історичні, соціально-культурні та інші об'єкти в країні (місці) тимчасового перебування, здатні задовольнити духовні потреби туристів і екскурсантів, сприяти відновленню та розвитку їх духовних і фізичних сил. До туристським ресурсів належать і особоохораняемые природні території (ООПТ), а також лікувально-оздоровчі місцевості та курорти.

**Туристські формальності** - процедури, пов'язані з дотриманням туристами, перетинають державний кордон, визначених умов, правил і вимог, встановлених державними органами країни виїзду та перебування. Формальності поділяються на групи: паспорти та візи; валютний контроль і контроль за обміном валюти; митні правила і медичні формальності.

**Туроператор** - компанія, що спеціалізується в плануванні, складанні турів (туристичних маршрутів) і що продає турпутівки за допомогою турагентів або безпосередньо туристові.

**Турпакет** - Туристичний план (маршрут), що охоплює основні елементи відпочинку: транспорт, розміщення, екскурсії та ін. послуги.

**Форс-мажор** - обставина, настання якої не могло бути попереджено стороною, відповідальною за виконання зобов'язання, і є причиною невиконання останнього (наприклад, війна, стихійне лихо тощо).

**Франкфуртська таблиця по зниженню цін на поїздки** - документ, що визначає норму (у відсотках) зменшення вартості послуги залежно від зазначених туристом недоліків її надання.

**Франчайз** - незалежний готель або мотель, який має право користуватися фірмовою маркою і платить за це право.

**Фрахтування** - висновок чартеру.

**Хостел**- вид готелю з невеликим набором послуг.

**Чартер** - оптова купівля літака для перевезення пасажирів або вантажу.

Чартерні перевезення призначаються на конкретний час, в конкретний день, в конкретно замовлене місце.

**Чартерний рейс**- рейс, замовлений ексклюзивно для спеціальної групи людей, які належать одній організації або їх переліт організовується від одного імені (наприклад, туроператором). Чартерні рейси зазвичай набагато дешевше, ніж регулярні рейси авіаліній за розкладом. Ці рейси можуть здійснюватися додатковими літаками або літаками, які виконують регулярні рейси.

**Час закриття дня**- довільно обрана менеджером готелю година, коли закінчується один день і починається інший.

**Шатл-сервіс** - позначення транспорту (літака, автобуса, поїзда), який здійснює дуже часті рейси, в основному на дуже коротку відстань.

**Шведський стіл** - вид самообслуговування в ресторанах, кафе, що відрізняється тим, що відвідувачі за єдину середню плату одержують будь-яку кількість страв за своїм бажанням серед запропонованих, заздалегідь виставлених в залі.

**Шенгенська віза** - єдина віза терміном до трьох місяців, яка дає можливість безперешкодно пересуватися по території країн Шенгенської групи (Німеччина, Франція, Бельгія, Голландія, Люксембург, Іспанія, Португалія, Італія та ін.) протягом терміну дії візи.

**Шоп-тур** - туристична поїздка, метою якої є купівля певних видів товарів, характерних для країни перебування.

**Якість туристського обслуговування** - сукупність властивостей туристських послуг і процесів обслуговування по задоволенню обумовлені або передбачувані потреб туристів, що характеризується якістю послуг і культурою обслуговування.

**Якість туристської послуги** - сукупність характеристик туристської послуги, визначають її здатність задовольняти встановлені або передбачуваним потребам туриста.

## ЛІТЕРАТУРА

1. регіонів України / В. О. Безугла // Коммунальное хозяйство городов : научно-техн. сб. – 2006. – № 70. – С. 53–60.
2. Белозубенко В. С. Онтология интеграционных процессов на уровне регионов мира / В. С. Белозубенко, А. С. Усова // Научные труды ДонНТУ. Серия : Экономическая : сб. науч. тр. – Донецк, 2005. – Вып. 91. – С. 79–86.
3. Брикова І. В. Детермінанти міжнародної конкурентоспроможності національних регіонів у глобальному економічному просторі / І. В. Брикова // Міжнародна економічна політика. – 2007. – № 2(7). – С. 5–33.
4. Булатова О. В. Регіональна складова глобальних інтеграційних процесів : монографія / О. В. Булатова. – Донецьк : ДонНУ, 2012. – 386 с.
5. Бунаков О. О. Кластерный подход к позиционированию в туризме [Электронный ресурс] / О. О. Бунаков // Управление экономическими системами : электронный науч. журнал. – 2011. – № 4. – Режим доступа: <http://uecs.ru/marketing/item/423-2011-05-23-10-00-04>
6. Воскресенский А. Д. Региональные подсистемы международных отношений и регионы мира: (к постановке проблемы) / А. Д. Воскресенский // Восток – Запад – Россия : сб. ст. – Москва : Прогресс–Традиция, 2002. – С. 131–144.
7. Герасимчук З. В. Організаційно-економічний механізм формування та реалізації стратегії розвитку регіону : монографія / З. В. Герасимчук, І. М. Вахович. – Луцьк : ЛДТУ, 2002. – 248 с.
8. Гладій І. Міжнародна регіональна економіка як наука / І. Гладій // Журнал європейської економіки. – 2006. – Т. 5, № 3. – С. 220–236.



9. Головне управління статистики у м. Києві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/>
10. Голозубова Н. В. Інтеграція як форма економічного партнерства між постачальниками сировини та виноробними підприємствами : дис. ... канд.. екон. наук: 08.00.04 / Голозубова Надія Віталіївна – Одеса, 2011. – 250 с.
11. Гонтаржевська Л. Г. Ринок туристичних послуг в Україні / Л. Г. Гонтаржевська. – Донецьк : Схід. видавн. дім, 2008. – 180 с.
12. Гончарук Т. І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток в перехідній економіці / Т. І. Гончарук. – Суми : ВВП Мрія-1 ЛТД, УАБС, 2003. – 60 с.
13. Гранберг А. Г. Основы региональной экономики / А. Г. Гранберг. – 4-е изд. – Москва : ГУ ВШЭ, 2004. – 495 с.
14. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
15. Домбровська С.Н. Державне регулювання туристичної галузі України: монографія / С.Н.Домбровська, О.М.Білотіл, А.Л.Помаза-Пономаренко. – Х.: НУЦЗУ, 2016. – 196с.
16. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко // К.: Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.
17. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / авт.-уклад. В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух ; передм. В. М. Литвина. – Київ : Слово, 2006. – 372 с.
18. Земляна Г. С. Форми інтеграції промислових підприємств в умовах трансформаційної економіки [Електронний ресурс] / Г. С. Земляна // Збірник наукових праць студентів НУК. – Миколаїв : НУК, 2009. – № 1. – Режим доступу: <http://ev.nuos.edu.ua/connect/formi-integratsiipro-mislovikh-pidpriemstv-v-umovakh-transformatsiinoi-economiki>

19. Иванова М. В. Введение в регионоведение : учебное пособие / М. В. Иванова. – Томск : Изд-во Томского политехнического ун-та, 2008. – 177 с.

20. Иншакова Е. И. Мегарегионы: теория и практика идентификации в пространстве мегаэкономики / Е. И. Иншакова, А. Ю. Волошина // Региональная экономика. Юг России. – 2013. – № 2. – С. 16–21.

21. Иншакова Е. И. Формирование мегарегионов в мировой и национальной экономике [Электронный ресурс] / Е. И. Иншакова // Особенности кризиса в странах и регионах : темат. конф. I Рос. эконом. Конгресса, 7–12 дек. 2009. – Режим доступа: <http://www.econorus.org/consp/files/teqq.doc>

22. Иншакова Е. И. Функции мегарегионов и мегагородов в глобальной экономической системе / Е. И. Иншакова, А. Ю. Волошина // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3, Экономика. Экология. – 2010. – № 1. – С. 159–166.

23. Ильчук В. П. Формування кластерів, як засіб підвищення конкурентоспроможності економіки регіону [Електронний ресурс] / В. П. Ильчук, І. В. Лисенко // Проблемы формирования новой экономики XXI века : материалы I междунар. науч.-практ. Интернет-конф., 17–19 дек. 2008 г. – Режим доступа : [http://www.confcontact.com/2008dec/5\\_ilchuk.html](http://www.confcontact.com/2008dec/5_ilchuk.html)

24. Кифяк В. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.

25. Київська міська державна Адміністрація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kyivcity.gov.ua/>

26. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму / В. Кіптенко. – Київ : Знання, 2010. – 502 с.

27. Ковальчук С.В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування / С.В. Ковальчук, В.В. Миколишина // Вісник Хмельницького національного університету. – Серія: Економічні науки. – 2011. – №6, Т. 4. – С. 60–65.

28. Косар Н. Дослідження розвитку туризму в умовах кризи / Н. Косар, Н. Кузьо // Актуальні проблеми економіки. – 2016. - №2 (176), С. 115-125

29. Конкуренентоспроможність в умовах глобалізації: реалії, проблеми та перспективи : матеріали VI міжнар. наук.-практ. конф. (26–27 квіт. 2012 р.) / Київ. ін-т бізнесу та технологій Житомир. філ. ; [за ред. І. В. Саух]. – Житомир : Вид-во ЖДПУ ім. І. Франка, 2012. – 437, [6] с.

30. Конкуренентоспособность регионов: теоретико-прикладные аспекты : науч. издание / под ред. Ю. К. Перского, Н. Я. Калужновой. – Москва : ТЕИС, 2003. – 472 с.

31. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева. – Київ : Альта-прес, 2002. – 436 с.

32. Ляшкевич П. Туризм в Україні: Сучасний стан та пріоритети розвитку / П. Ляшкевич // Освіта України. – 2014. – №85. - С. 178.

33. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. - Київ: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.

34. Макарычев А. Западные рубежи России: проблемы безопасности и транснационального регионализма / А. Макарычев. – Москва, 1999. – 20 с. – (Рабочие материалы Московского центра Карнеги ; Вып. 8).

35. Маниліч М. І. Трансформація регіонального економічного механізму : монографія / М. І. Маниліч. – Чернівці : Книги-XXI, 2004. – 164 с.

36. Мартынович В. И. Развитие интеграционных процессов в масложировой промышленности : дис. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством / Мартынович Вадим Иванович ; Сарат. гос. соц.-эконом. ун-т. – Саратов, 2007. – 214 с.

37. Матросова Л. Н. Формирование кластеров для активизации инновационной деятельности предприятий / Л. Н. Матросова // Менеджер. – 2001. – № 2(14). – С. 53–57.

38. Матыцын А. К. Вертикальная интеграция: теория и практика : монография / А. К. Матыцын. – Москва : Новый век, 2002. – 368 с.

39. Мешко Н. П. Культура управління інноваціями: кадровий аспект. Теорія і практика професійного становлення особистості в соціокультурному просторі: Монографія / Кол. авторів; ред. О.О.Лаврентьевої, О.П.Крупського, Є.В.Намлієва. – Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2014. – С. 115-126.

40. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://minfin.gov.ua>

41. Нечай О. О. Оцінка конкурентоспроможності регіону / О. О. Нечай // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. пр. / Приазов. держ. техн. ун-т. – Маріуполь, 2010. – Т. 3. – С. 179–184.

42. Осипенко К.В. Розвиток міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу: моногр. / К.В. Осипенко. – К.: СПД Чальчинська Н.В., 2017. – 219 с.

43. Пестушко В. М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи / В.М. Пестушко // Географія та основи економіки. – 2015. - № 7. – С. 257 -265.

44. Похильченко О. А. Концепція кластера у формуванні потенціалу конкурентоздатності деревообробних підприємств : дис. ... канд. екон. наук: спец.08.00.04 / Похильченко Олена Анатоліївна ; Ужгород. нац. ун-т. – Ужгород, 2011. – 314 с.

45. 4 Пілюшенко В.Л. Управління інноваційно-інвестиційним розвитком території: монографія / В.Л. Пілюшенко, Б.І. Адамов, І.В. Шкрабак. – Донецьк: ВІК, ДонДУУ, 2007. – 317 с.

46. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт / авт.-сост. С. Ф. Пятинкин, Т. П. Быкова. – Минск : Тесей, 2008. – 72 с.

47. Рейтинг туроператорів України у 2016 році[Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://joinuplviv.com/reitynh-turoperatoriv-ukrainy-2016/>

48. Семенов В. Ф. Дослідження потенціалу туристичних територій для оцінки привабливості регіонального ринку туристичних послуг / В. Ф. Семенов, О. В. Басюк // Менеджмент підприємницької діяльності : матеріали XII научно-практ. конф. студентів, аспірантів і докторантів. – Симферополь : ДИАПИ, 2014. – С. 255–256.

49. 3 Сокол Т.Г. Основи туризмознавства : навчальний посібник / Т.Г. Сокол. - К.: ЗАТ "Слов'янський дім", 2006. - 76 с

50. Смаль І. В. Особливості і проблеми розвитку міжнародного туризму у контексті глобалізаційних процесів / І. В. Смаль // Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. – 2008. – Вип. 24. – С. 327–335.

51. Тарасова О. О. Інтегральні оцінки визначення конкурентоспроможності регіону / О. О. Тарасова // Прометей : регіон. зб. наук. пр. з економіки / Донец. економіко-гуманітар. ін-т МОН України ; Ін-т економіко-правових дослідж. НАН України. – Донецьк, 2006. – Вип. 3. – С. 52–55.

52. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа : пер. с англ. / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – 12-е изд. – Москва : Вильямс, 2008. – 928 с.

53. Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, «отношенческая контрактация» / О. И. Уильямсон. – Санкт-Петербург : Лениздат, 1996. – 702 с.

54. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку : монографія : у 2 т. / Д. Лук'яненко, Л. Антонюк, А. Поручник та ін. – Київ : КНЕУ, 2006. – Т. 1. – 816 с. ; Т. 2. – 592 с.

55. Українська маркетингова група [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.umg.ua/>

56. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – Москва : Экономика, 2005. – 504 с.

57. Фролова Г.І. Організаційні засади маркетингових досліджень у сфері туризму / Г.І. Фролова, В.Ю. Фролова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014.– №3. – С. 52–56.

58. Хамідова О. М. Мотивація туристичних підприємств Криму до інтеграційних процесів [Електронний ресурс] / О. М. Хамідова, К. В. Захарова // Бізнесінформ. – 2011. – № 7(1). – С. 80–83. – Режим доступу: [http://business-inform.net/pdf/2011/7\\_1/80\\_83.pdf](http://business-inform.net/pdf/2011/7_1/80_83.pdf)

59. Шохзода С. Некоторые теоретические подходы к определению региона и региональных макропроцессов взаимодействия

(регионализация, регионализм) [Электронный ресурс] / С. Шохзода. – Режим доступа: <http://www.centralasia.narod.ru/articles/12.pdf>

60. Eurostat [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ec.europa.eu/eurostat>

61. Entrepreneurship [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.usnews.com/news/bestcountries/entrepreneurship-rankings>

62. Gunnarsson M. Regionalism and security – two concepts in the wind of change / M. Gunnarsson // Nuclear Risks, Environmental, and Development Co-operation in the North of Europe: Proceedings from the Conference in Apatity, June 19–23, 1999. – Centre for Regional Science, Univ. (CERUM), 2000 – ULR://[http://www.umu.se/cerum/publikationer/pdfs/NSB\\_1\\_00\\_6\\_1.pdf](http://www.umu.se/cerum/publikationer/pdfs/NSB_1_00_6_1.pdf)

63. Harris D. Country Classifications for a Changing World / D. Harris, M. Moore, H. Schmitz. – Bonn : Brighton, 2009. – 48 p.

64. Russet B. International relations and international system / B. Russet. – Chicago : Rand McNally, 1967.

65. UNWTO World Tourism Barometr [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mkt.unwto.org/barometer>

66. World Tourism [Electronic resource] : official site – Mode of access: <http://www.world-tourism.org>.

