

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет економіки і менеджменту  
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу**

**«ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА СОЦІАЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ»**

Кваліфікаційна робота (проект)  
на здобуття ступеня вищої освіти “бакалавр

Виконала: студентка IV курсу  
Спеціальності: 242 Туризм  
Освітньо-професійної  
Програми: ТУРИЗМ  
Дубровна М.І

Керівник проф. Орленко О.В.  
Рецензент доц. Синякова К.М

Херсон – 2020

# ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	1
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЗВИТКУ</b> .....	4
1.1 Зміст міжнародного туризму та його значення .....	4
1.2 Види та форми міжнародного туризму.....	10
1.3 Аналіз основних чинників, що впливають на формування і функціонування туристичного ринку .....	16
<b>РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ</b> .....	20
2.1 Аналіз розвитку туризму в провідних країнах світу.....	20
2.2. Значення туристичної діяльності для розвитку економічної інфраструктури країни.....	23
<b>РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ, ЙОГО ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ</b> .....	28
3.1 Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі України.....	28
3.2 Стратегія розвитку туристичної галузі в умовах євроінтеграції....	32
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	36
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	40

## ВСТУП

**Актуальність:** Туризм - багатогранне явище, яке поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, а отже має потенціал для постійного прогресу, тісно працює з багатьма галузями економіки, що робить його важливим фактором у соціально-економічному житті країн і народів. Динамічний розвиток туристичного сектора має безпосередній вплив на інші галузі економіки, де прискорюється інвестиційна діяльність та прискорюється рух грошових коштів. Причини такої ситуації - складна соціально-економічна ситуація механізми стимулювання туристичної галузі не регулюються в державі, відсутність ефективної стратегії розвитку цієї галузі. Такий стан туристичної галузі в Україні повинен активізувати процеси, створити потужну індустрію дозвілля в нашій країні, яка здатна задовольнити потреби як жителів України, так і іноземців. Слід мати на увазі, що організація туристичної діяльності - це перш за все економічне та соціальне завдання, яке є сьогодні повинно вирішуватися як на національному, так і на регіональному рівні.

Міжнародна практика показує нам, що на сучасному етапі розвитку економічних систем туризм є найбільш швидкозростаючою сферою. Темпи її зростання майже вдвічі перевищують темпи зростання інших галузей світової економіки, тому як галузь економіки сприяє активному подоланню розбіжностей економічного та соціального розвитку окремих регіонів, економічній та соціально-демографічній виразності, поживає традиційні економічні торги місцевого населення, інтегрує місцеву економіку у світову економічну систему тощо.

На сьогодні дуже актуальне питання наукового обґрунтування місця та ролі туризму в системі соціально-економічних пріоритетів регіонального та місцевого розвитку, розробка методики оцінки

ефективності розвитку туристичного потенціалу, та механізмів її практичної реалізації. Викладене вище визначає вибір теми та актуальність дослідження проблеми розвитку туристичної галузі в Україні та вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України.

Деякі вчені вважають, що туризм як економічне явище зводиться до поняття туристичного туру, тобто до діяльності туроператорів та турагентів. Деякі зарубіжні та вітчизняні вчені дотримуються такої точки зору: М. Кабушкін, В. Хонцікер, запевняючи, що лише незначна частина організацій спеціалізується на виробництві товарів та послуг виключно для туристів. Тому, на думку прихильників «загальної теорії туризму», яку вивели професори Бернського університету В. Гунзікер та К. Крапф, немає необхідності виділяти туризм в окрему сферу.

Мета дослідження: Метою дослідження є теоретичне обґрунтування і розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення ефективності механізмів регулювання розвитку туристичної галузі України на національному, регіональному та місцевому рівнях з урахуванням зарубіжного досвіду.

На основі мети, були поставлені такі завдання:

- провести докладний аналіз нормативно-правової бази туристичної галузі України;
- дослідити формування державної туристичної політики в провідних країнах світу;
- охарактеризувати чинники, які сприяють розвитку міжнародного туризму;
- дослідити вплив міжнародного туризму на соціально економічний розвиток України;
- визначити проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні.

Об'єкт дослідження – міжнародний туризм в Україні.

Предмет дослідження: теоретико-методологічні аспекти міжнародного туризму

Методи дослідження: Теоретичною основою дослідження були основні законодавчі закони України, а також наукові роботи вітчизняних та зарубіжних вчених у галузі туристичних послуг, які демонструють соціально-економічні функції туризму та його роль в економічному розвитку.

Практичне значення: Розроблені в ході дослідження теоретичні узагальнення, висновки та рекомендації можуть бути використані для більш активного розвитку туристичної сфери в Україні та діяльності органів влади при розробці зовнішньоекономічних стратегії України, зокрема для прискорення процесу покращення у сфері міжнародних туристичних послуг.

Структура атестаційної роботи. Атестаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 43 сторінки.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЗВИТКУ

### 1.1 Зміст міжнародного туризму та його значення

Поняття «туризм» почало формуватися з настанням масового переміщення великої кількості людей з метою змістовного дозвілля. Сьогодні ми можемо говорити про туризм як соціальне явище, яке пов'язане з добровільною тимчасовою зміною місця проживання, оточенням та ритмом життя, а також безпосереднім контактом із середовищем (природним, культурним чи соціальним).

«Це соціальне явище настільки багатогранне, що йому неможливо дати точне і повне визначення. Туризм можна розглядати широко та вузько» [53]. У широкому розумінні під туризмом розуміється будь-який маршрут руху людини у просторі, що виходить за рамки повсякденного життя або поза повсякденними справами. Щоденні поїздки з дому на роботу та з роботи додому в туризмі не рахуються, а постійні поїздки на риболовлю чи ліс - це вже туризм. У вузькому розумінні туристичними вважаються всі спеціальні маршрути руху людей, що здійснюються за власний рахунок (або за рахунок установ, що їх направляють), за винятком тих, що стосуються виконання професійних обов'язків.

Фактично організацією туризму займаються спеціальні організації (туристичні компанії, бюро, туристичні агентства тощо), які в основному називають суб'єктами туризму. Згідно із законом України «Про туризм», суб'єкти туристичної діяльності - це підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг. У сучасній літературі можна знайти багато визначень поняття

«туризм», які відрізняються один від одного, завдяки тому, що їх автори розглядають туризм з різних аспектів.

Було багато спроб визначити термін «туризм». Одне з найбільш твердо встановлених визначень, дане Беркарте та Медліком у книзі «Туризм: минуле, сьогодення та майбутнє» (опублікована Гейнманом у 1974 р.). «Автори визначають туризм як «тимчасове короткотермінове переміщення людей в місця, відмінні від тих, де вони проживають та працюють звичайно, а також їх діяльність під час перебування в цих місцях» [5]. М. Біржаков вважав, «Туризм - це тимчасове переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну або іншу місцевість у межах своєї країни у вільний час з метою отримання задоволення чи відпочинку, оздоровчих і лікувальних, гостьових, пізнавальних послуг, релігійної або професійно-ділової мети, але без заняття роботою, що оплачується із джерела у місці, яке відвідується» [6].

В. Гуляєв дає визначення, що «Туризм виконує одночасно економічні, соціальні, політичні, гуманітарні та ін. функції. Вчений охарактеризував туризм як тимчасові виїзди громадян, іноземних громадян та осіб без громадянства з постійного місця проживання з професійно-діловою, спортивною, релігійною метою, для оздоровлення, пізнання тощо без заняття роботою, що оплачується в країні (місці) тимчасового перебування» [7]. Відповідно до визначення Організації Об'єднаних Націй, туризм - це всі види переміщення населення, не пов'язані зі зміною місця проживання та роботи, подорожі для дозвілля, участь у наукових, ділових та культурних зустрічах.

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

місці тимчасового перебування. Отже, «турист – особа, яка здійснює подорож у межах своєї країни або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування метою, на термін від 24 годин до шести місяців, без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.»[3] «Туризм у всіх його формах є діяльністю, розвиток якої залежить від низки чинників: матеріальних ресурсів; обсягу вільного часу; віку, статі, стану здоров'я, рівня духовного розвитку, особистих смаків людей; використання певних засобів пересування та ін.»[73]

Масштаб економіки туризму залежить від кількості людей, які мають потреби та бажання - подорожувати. Збільшення кількості людей, які відвідують країну, сприяє збільшенню виробництва туристичних товарів та послуг та створенню нових робочих місць. У 1963 р. Римська конференція Організації Об'єднаних Націй з міжнародних подорожей та туризму запропонувала членам Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (ІСТУ) погодитися тлумачити термін "відвідувач", який повинен характеризувати особу, яка відвідує країну. «Згідно з визначенням Всесвітньої організації туризму (СОТ), відвідувач - це людина, яка подорожує в будь-яке місце за межами звичного місця проживання протягом періоду, що не перевищує 12 місяців поспіль, не займаючись платною діяльністю з джерел відвідуваної країни з будь - якою метою»[19].

Згідно з цим визначенням, усіх відвідувачів можна розділити на дві категорії:

- Відвідувачі- туристи, які проводять принаймні одну ніч у колективних або індивідуальних закладах розміщення країни, що відвідується, з будь-якою метою, крім оплачуваної діяльності. Туристами також можна вважати екіпажі літаків та кораблів, які



прибувають у країну та використовують засоби розміщення країни перебування;

- Відвідувачі, які не ночують у країні перебування. До них належать: пасажери круїзних суден, які залишаються протягом ночі незалежно від тривалості зупинки; відвідувачів дня; екіпажі, які залишаються в країні на один день для відпочинку, але не ночують; власники та пасажери яхти (якщо вони залишаються на ніч).

«Існує три основні особливості, які дозволяють групувати туристів та екскурсантів у категорію відвідувачів і одночасно відрізнити їх від інших мандрівників»[38]: переміщення за межі звичного середовища перебування; мета поїздки; тривалість перебування в місці призначення.

Міжнародний туризм - це вид туризму. Він охоплює поїздки осіб, які подорожують з туристичною метою за межами країни проживання, а також має кілька особливостей, що відрізняють його від інших видів туризму. Один з них - це перетин державних кордонів, що пов'язане з певними формальностями: паспортами та візами, митними процедурами, валютним та медичним контролем. Ці правила застосовуються державою для боротьби з нелегальною міграцією, міжнародним тероризмом, торгівлею наркотиками, проституцією та з метою дотримання встановленого порядку в'їзду в країну або виїзду з неї. Спеціальні служби перевіряють правильність дотримання паспортного та візового режиму, вимог щодо вакцинації (вакцинації), правил та умов перевезення через кордон речей, товарів, та валютних операцій. Спрощення або ускладнення цих формальностей впливає на міжнародні туристичні потоки, відповідно збільшуючи або зменшуючи їх.

Полегшення цих формальностей національними та міжнародними туристичними організаціями вважається одним із їх головних завдань. Надаючи особливої важливості цій проблемі, Всесвітня організація туризму розробила та прийняла пакет певних рекомендацій.

Формальності, пов'язані з перетином національних кордонів, є обов'язковим для міжнародного туризму і є його особливістю. Чим більше відрізняються грошові системи держав, тим більше формальних перешкод для вільного руху людей. «Ще одна особливість міжнародного туризму виявляється внаслідок впливу міжнародного туризму на платіжний баланс» [40].

В умовах глобалізації світових товарних та фінансових ринків, ускладнення інформаційного простору, транснаціоналізації світової економіки та динамічного розвитку світового ринку послуг туристична галузь набуває все більшого значення у структурі міжнародної торгівлі. Для багатьох країн світу саме ця галузь економіки стає пріоритетною, оскільки забезпечує левову частку сукупного національного доходу і стає сферою міжнародної спеціалізації. Індустрія туризму - це сукупність готелів та інших закладів розміщення, ресторанів, транспортних засобів, закладів громадського харчування, об'єктів та розважальних закладів, об'єктів пізнавальної, медичної, оздоровчої, спортивної, релігійних, ділових, інших цілей, організацій, що здійснюють туроператора та діяльність турагентів, а також організації, що надають туристично-екскурсійні послуги та послуги собак-поводирів. У сучасній світовій економіці туризм відіграє все більш помітну роль, а сучасна індустрія туризму в міжнародній економічній системі займає провідне місце: вона складає близько 10% світового ВВП, близько 30% світової торгівлі послугами, 7% загальних світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат. За даними Всесвітньої організації туризму, за останні 16 років доходи від міжнародного туризму зросли в середньому на 9% на рік.

«У більш ніж 40 країнах туристична галузь є основним джерелом надходжень до державного бюджету» [52]. Збільшення капітальних вкладень та збільшення реального обсягу виробництва, викликані підвищеним попитом на туризм сприяє активізації економічної

діяльності. Поштовх до зростання в туристичній галузі передається по ланцюгу в інші галузі економіки. Вони розширюють свою інвестиційну діяльність, створюючи нові місця для працівників, розширюючи товарообіг і, як наслідок, збільшуючи дохід - зарплата, орендна плата, відсотки та прибуток. Частина отриманого доходу, яка також зростає, надходить до держави у вигляді податків. Крім того, казначейство поповнюється за рахунок ввізного мита.

Зібрані таким чином кошти знову можуть бути спрямовані на фінансування

туристичних проектів, надання фінансової допомоги в організацію та розвитку системи професійного навчання туристичного персоналу тощо.

Розподіляючи кошти на нове будівництво та капітальне переобладнання туристичних об'єктів, держава та інші інвестори прагнуть отримати вигоду від надання позик. Вони розраховують в термін повернути вкладений капітал та відсотки на нього. Матеріальні інтереси змушують інвесторів шукати найкращі умови кредитування. З такою метою вони виходять на іноземні туристичні ринки, ставши експортерами капіталів. Все це дає підставу розглядати туризм як риночку систему.

Туризм - це досить специфічна область економіки, яка крім економічних функцій на підприємстві (прибуток суб'єктів туристичного ринку) виконує важливі соціальні та соціальні завдання. Тому туристична діяльність сприяє відновленню зусиль і спроможності людей, раціональному використанню вільного часу та організації дозвілля. «Туризм відіграє важливу роль у встановленні міжнародних зовнішньоекономічних зв'язків»[19]. Відповідно до практики міжнародних відносин, міжнародний туризм на всіх етапах свого розвитку був фактором зміцнення миру у світі, покращення взаєморозуміння між народами, розширення торговельної, наукової та

культурної співпраці, налагодження добросусідських відносин між державами. Це важливий поштовх для розвитку світової торгівлі, що сприяє розширенню та активізації міжнародної торгівлі. У той же час туризм доцільно розглядати як самостійну форму міжнародних відносин. Без співпраці країн міжнародний туризм не може успішно розвиватися. Якщо країна залишиться байдужою до потреб іноземних туристів, поїздки в цю країну не отримають широкого поширення.

Індустрія туризму, враховуючи свій значний вплив на економічний та соціальний розвиток країни, розгалуження економічних зв'язків, потребує регулювання, підтримки та ретельного контролю з боку держави.

## **1.2 Види та класифікація міжнародного туризму в Україні**

Досі не існує чіткої звичайної класифікації туризму. Це пов'язано насамперед з тим, що неможливо розрізнити чисті форми та види сучасного туризму. «Туризм можна класифікувати за різними ознаками, найважливішими з яких є: ціль подорожі, сезонні характеристики, засоби подорожі, час та тривалість подорожі, територіальні характеристики, індивідуальні потреби клієнта, фінансові можливості клієнтів. Хоча серед дослідників нема одностайності щодо галузевої структури туризму, однак більшість із них класифікують туризм за такими ознаками»: [65]

Види туризму можна класифікувати в залежності від:

- 1) в'їзний- я експорт послуг і виїзний як імпорт;
- 2) цілей ( культурний, діловий, лікувальний);
- 3) фінансування ( соціальний, комерційний);
- 4) час перебування ( довготривалий, короткотривалий);
- 5) дотримання законності ( легальний, нелегальний);
- 6) можливість пересування ( авто, літак, поїзд, мото, велосипед);

7) соціальних та демографічних показників ( дитячий, пенсійний, молодіжний);

У Законі України «Про туризм» визначено такі види туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, для інвалідів, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо.

Проте види туризму, визначені у законодавчому полі України, мають підлягати уточненню, доповненню та більш логічному структуруванню з точки зору функціонального навантаження. Наприклад, постає питання відсутності у цьому переліку таких популярних і перспективних для розвитку в Україні видів туризму, як професійно-діловий, медичний, водний, шопінг-туризм, екстремальний, гастрономічний тощо.

Зі швидкою трансформацією ринків споживання з'являються нові види та напрямки туризму та подорожей. Традиційні види туризму, такі як культурний та пляжний туризм, втрачають популярність або стають частиною інших видів туризму. Їх замінюють нові тенденції, зумовлені змінами споживчого попиту. Зокрема, якщо мета поїздки взяти за основу класифікацію, такий як пляжний, гірськолижний та культурно-пізнавальний, майже перестав існувати в найчистішому вигляді. Пляжний і гірськолижний туризм поєднуються з іншими, такими як оздоровчий, гастрономічний або екстремальний.

Схема основних популярних видів туризму в залежності від мети подорожі представлена на рис.1.1

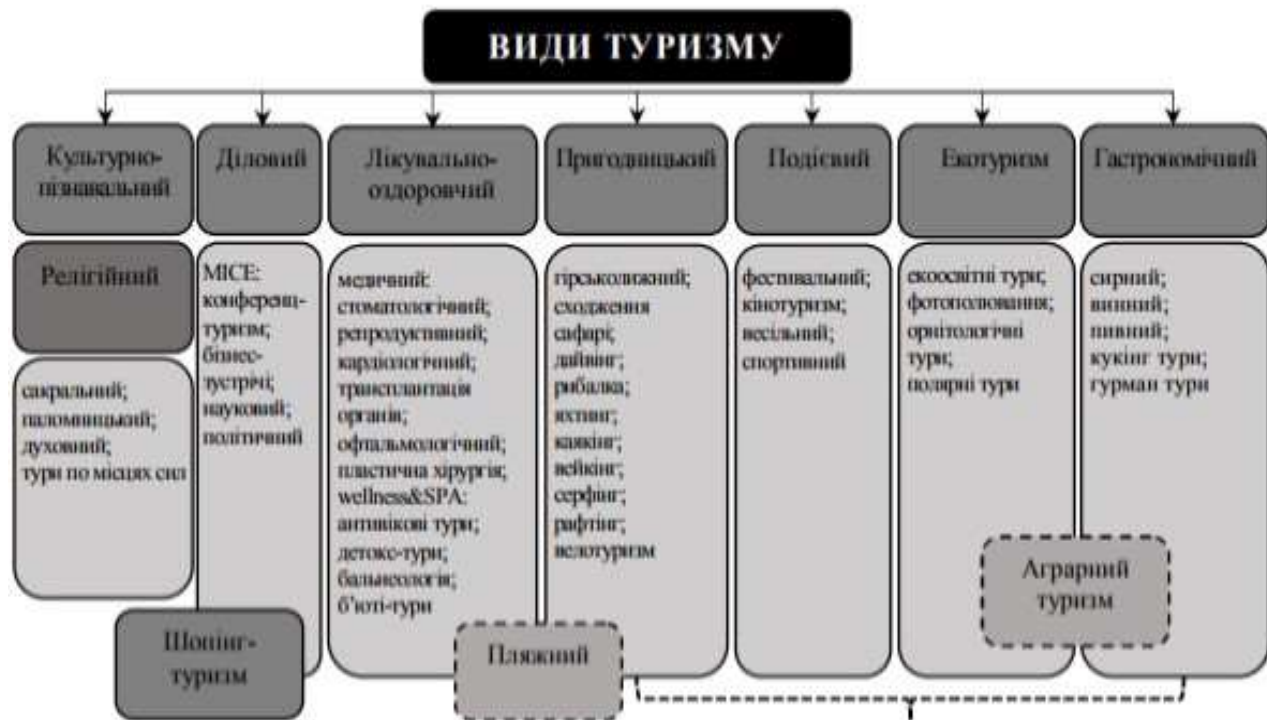


Рис 1.1 Сучасні види туризму за метою подорожі

Розглянемо нові види туризму, які з'явилися і стали актуальними в наш час.

Гетто туризм - передбачає подорож до збіднілих районів, зокрема в Індії, Бразилії, Кенії та Індонезії. Метою цього туризму є надання туристам можливості побачити “нетуристичні” райони країни чи міста.

Кінотуризм - вид туризму, метою якого є подорож до місць, де проходили зйомки фільмів, відвідування кіностудій та місць кіно подій.

Наркотуризм – пряма подорож з метою отримання або вживання наркотиків. Ці препарати можуть бути недоступні в країні походження користувача, або вони можуть бути за низькою ціною, отже, необхідність знайти джерело препаратів в іншому місці. Найбільш популярними країнами де прогресує такий вид туризму є: Нідерланди, Колумбія, Марокко, Бразилія.

Політичний туризм - подорожі з політичною метою. Політичний туризм може включати, наприклад, поїздки, здійснені в ім'я солідарності, поїздки організовані політичними організаціями чи

групами інтересів, політичних делегацій до нової утопії на сході або поїздки, що передбачають активну участь у громадянських війнах.

Репродуктивний туризм - це вид медичного туризму, в якому пацієнти їдуть до інших держав або країн, які шукають лікування беспліддя у різних формах, оскільки ці методи лікування не доступні у власній державі чи країні з будь-якої кількості причин.

Шопінг-туризм - вид туризму, метою котрого є подорож для відвідання торгово-розважальних центрів, інших комерційних закладів, а також торговельних виставок і модних показів.

Халяльний туризм – це категорія туризму яка спрямована на відвідування мусульманських країн для пізнання їх культури та традицій.

Круїзний туризм - форма подорожі для дозвілля, яка передбачає відпустку на круїзному судні, що включає все-таки, щонайменше 48 годин, відповідно до конкретного маршруту, в якому круїзне судно курсує в декілька портів або міст.

Інклюзивний туризм - вид туризму, розрахований на осіб з інвалідністю, передбачає прилаштування туристичної інфраструктури до людей з особливими потребами та наявність спеціальних зручностей, створених у туристичних об'єктах.

Мною був розроблений аналіз найбільш привабливих видів туризму в Україні за метою подорожі.

Таблиця 1.2 Матриця видів туризму

Область	Діловий	Зелений	Екологічний	Культурно-пізнавальний	Освітній	Подієвий	Рекреаційний
Вінницька		+		+			+
Волинська		+		+			
Дніпропетровська		+		+			+
Донецька	+						
Житомирська		+					
Закарпатська		+		+			+
Запорізька		+	+	+		+	+
Івано-Франківська		+	+				+
Київська	+			+	+		
Кіровоградська				+			+
Луганська		+		+			
Львівська		+			+		+
Миколаївська				+			+
Одеська	+			+			+
Полтавська		+		+		+	+
Рівненська		+	+				+
Сумська							+
Тернопільська		+	+	+			+
Харківська		+		+	+		
Херсонська		+	+				+
Хмельницька		+		+			+
Черкаська				+		+	+
Чернігівська		+		+		+	
Чернівецька		+					+
$\Sigma$	3	17	5	17	3	4	17

Отже, аналізуючи матрицю можна виділити 3 групи за різними видами туризму:

До першої ми відносимо: Житомирська, Херсонська, Рівненська, Чернігівська, Закарпатська, Львівська, Волинська. Виходячи з цього, в цих областях переважає рекреаційний та зелений туризм.

До другої групи ми відносимо: Одеська, Харківська, Черкаська, Полтавська, Київська, Дніпропетровська. Найбільш популярні види туризму: релігійний, діловий, зелений.

До третьої відносяться: Луганська, Сумська, Кіровоградська. В цих областях туризм не розвивається і не має широко різноманіття.

Формулювання особливостей та групування туризму за регіонами України з метою подорожей допомагає визначити державний напрям розвитку як окремих регіонів, так і держави загалом.



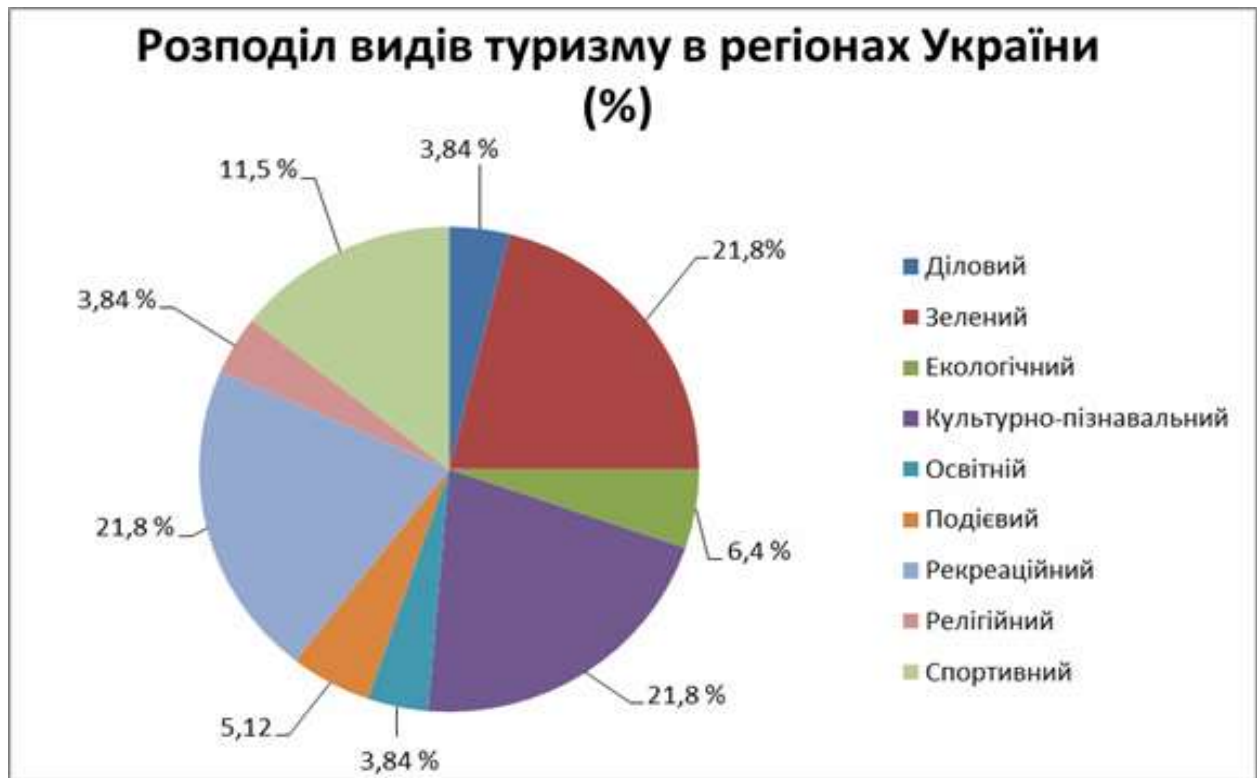


Рис 1.2 Розподіл видів туризму в регіонах України

З малюнка можна зробити висновок, що найпоширенішими видами туризму є зелений, рекреаційний, культурно-пізнавальний. Важливо підкреслити внутрішню перспективу споживання туристичних продуктів через ці види. Ці види здатні створити альтернативу як імпортованим, так і вітчизняним туристичним продуктам.

Позитивні результати залежатимуть від обґрунтованої політики уряду, заснованої на співпраці з національними туристичними компаніями, зміцненні матеріально-технічної бази туристичних ресурсів та підвищенні якості національного туристичного продукту.

Отже, поділ регіонів України на окремі туристичні зони (групи) дає можливість більш гнучко підходити до розвитку та просування туристичної продукції на національному та міжнародному рівнях. Крім того, групування видів туризму є основою для оптимізації використання туристичних ресурсів та спрощує державний підхід до розвитку туризму на основі можливостей та особливостей туристичного ринку в кожному регіоні.

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

Чинники, що впливають на розвиток туризму дуже різноманітні. Наявність сприятливих чинників приводить до лідерства окремих регіонів і країн у світовому туризмі (Таб. 1.2), і, навпаки, небажані чинники знижують туристичний потік.

Таблиця 1.2 Чинники росту привабливості країн для туристів

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

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, можна розділити на дві групи: статичні та динамічні. [27] Статичні включають ряд природно-географічних факторів, які мають постійне значення: природно-кліматичні, географічні та культурно-історичні фактори. Людина лише адаптує їх до туристичних потреб і робить їх більш доступними для використання. До динамічних факторів належать: демографічні, соціально-економічні, матеріально-технічні та політичні

фактори, які можуть мати різні оцінки, значення, що змінюються в часі та просторі. Фактори, що впливають на розвиток туризму, також поділяються на:

- 1) зовнішня (екзогенна);
- 2) внутрішня (ендогенна).

Зовнішні фактори впливають на туризм через зміни в суспільстві і не впливають чітко на різні елементи туристичної системи, а також на фінансові та економічні умови. Серед численних зовнішніх факторів, що впливають на розвиток туристичної галузі, доцільно розмежовувати її основні групи: політичну, правову, економічну, соціально-демографічну, науково-технічну, екологічну. До природних та кліматичних факторів належать природні та рекреаційні ресурси, тобто ресурси, що відновлюють здоров'я та працездатність людини, а також естетичні ресурси - ряд природних факторів, що позитивно впливають на духовний стан людей. Серед природних, рекреаційних, естетичних та інших видів туристичних ресурсів величезне значення для туристів мають ландшафт, клімат, флора і фауна, водні ресурси, рельєф. Тепер розглянемо окремо чинники впливу на туристичний ринок:

Демографічні фактори. Зростаюче населення впливає на збільшення кількості туристів. Важливим демографічним фактором є змінна вікова структура населення. Зростання середньої тривалості життя у багатьох країнах означало, що все більше людей мають вільний час та можливість виїхати за кордон. Крім загального приросту населення, до демографічних факторів належить також урбанізація, тобто збільшення частки міського населення за рахунок зменшення кількості сільських жителів. Звідси висновок, що цей процес, коли міське населення подорожує активніше, призводить до зростання темпів розвитку міжнародного туризму.

Соціальні фактори. Сюди можна віднести зростання добробуту населення розвинених країн, які активно залучаються до обміну

туризмом, збільшення тривалості оплачуваних відпусток та скорочення тривалості робочого тижня. Крім того, на розвиток туризму впливають такі соціальні фактори, як рівень освіти, ставлення людей до духовних цінностей замість матеріальних тощо.

Культурні фактори. Перш за все, це підвищення культурного рівня населення багатьох країн і в цьому контексті прагнення людей ознайомитись із зарубіжними культурними цінностями.

Політичні та правові фактори. Політичні обставини у світі та в окремих країнах, послаблення адміністративного контролю в туристичній сфері, стандартизація податкової та грошово-кредитної політики. На сповільнення розвитку туризму вплинули події в Ірані, Афганістані, США, та інших країнах.

Науково-технічні фактори. Науково-технічний прогрес спричиняє стрімкий розвиток матеріально-технічної бази міжнародного туризму, інакше кажучи - це галузь, яка створює необхідні умови для масового туризму. Йдеться про мережі готелів та інше колективне житло, транспортні засоби для масового пасажиропотоку. Науково-технічні фактори дозволяють вчасно визнати, які можливості відкриває розвиток науки і техніки для виробництва нових видів послуг, їх маркетингу та вдосконалення обслуговування клієнтів.

Екологічні чинники – це фактори , які спричиняють погіршення стану екології який негативно впливає на туризм.

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

Економічні фактори та розвиток туризму найбільш тісно пов'язані, оскільки економічний розвиток країни залежить від доходів населення, рівня розвитку логістичної бази туризму та його інфраструктури. До зовнішніх та фінансових факторів належать також фінансово-економічні умови: Поліпшення (погіршення) економічного та фінансового

становища призводить до збільшення (зменшення) особистих доходів. Якщо збільшити дохід, ви можете витратити більше грошей на відпустку, подорожі та дозвілля. Розвинені економіки, як правило, лідирують за кількістю туристичних поїздок.

Розвиток міжнародного туризму в рекреаційно-туристичному комплексі регіону насамперед вимагає пріоритетності вільних економічних зон туризму та дозвілля, що створюють особливі економічні, правові, фінансові та митні законодавчі умови, що стимулюють розвиток інфраструктури соціального туризму та Забезпечення припливу іноземної валюти в економіку, по-друге, потреба та здатність створювати регіональні туристичні компанії та спільні підприємства з іноземним капіталом, які інтегрують регіон у глобальну систему туристичних послуг. Особливість туризму та дозвілля в Україні полягає в унікальному ландшафті нашої країни, її сприятливому економіко-географічному розташуванні, наявності Чорного та Азовського морів, унікальних за своїми природними та рекреаційними властивостями Криму, Закарпаття та Карпат. Підключення до всіх країн світу. має сприяти залученню великої кількості туристів до регіону та підвищенню ефективності цього економічного сектору

. Наявність в Україні мінеральних вод, печерних печер для дослідження печер та впровадження сучасного методу очищення, який пов'язаний з тривалим перебуванням в умовах особливого клімату соляних шахт; Найдавніші курорти в Слов'янську, Трускавці, Закарпатті та в Криму, унікальні зони відпочинку та відпочинку в долинах Дніпра, Дністра, Південного Бугу, Сіверського Донецька, Стрия, Дністра, Опору та інших років та річок, а також уздовж Чорного та Азовського морів . де купальний сезон 90-95 днів з температурою води до 25-27 градусів; Лісові масиви ландшафту поряд із водоймами та іншими зонами - весь цей лід відповідає характеристикам рекреаційно-відпочинкових зон

регіону та перспективі побудови великої кількості курортів, оздоровчих закладів, дитячих оздоровчих таборів та різних баз відпочинку.

## **РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

### **2.1 Аналіз розвитку туризму в провідних країнах світу**

Туризм є однією із найбільших галузей світової економіки, яка в більшій мірі залежить від ринкової кон'юнктури. Вплив фінансової кризи, політичні нестабільності в країнах, стихійні явища відображаються в обсягах і динаміці відвідування туристами певних країн, а тому впливають на рівень доходів економіки цих країн.

Сьогодні в організації міжнародного туризму діють загальні принципи його формування, функціонування і розвитку. Вони ґрунтуються на історичних, географічних, кліматичних, економічних та соціальних характеристиках кожної країни чи регіону. За цих обставин туризм, який є важливим фактором відродження економіки країн, їх сталого розвитку та створення робочих місць, потребує посиленої підтримки з боку держави та національних та міжнародних туристичних організацій.

За класифікацією ВТО країни які працюють в сфері міжнародного туризму поділяються на 5 регіонів:

- Африка
- Америка
- Азія і Тихий океан
- Європа
- Середній Схід.

Таблиця 2.1 Динаміка в'їзного туризму за період з 2015 р. до 2018 р. за субрегіонами ( млн.осіб)

Роки	Європа	Африка	Азія та Тихоокеанський регіон	Середній Світ	Америка	Увесь світ
2015	607	54	285	58	194	1,198
2016	622	58	307	55	201	1,243
2017	677	63	324	58	211	1,333
2018	716	68	348	59	1,407	2,598

З таблиці 2.1. очевидно, що туризм значно розвивався з 2015 року і темпи його зростання щороку збільшуються. Порівнюючи темпи зростання в'їзного туризму, можна помітити, що найбільше зростання було зафіксовано в Африці, Азії та Тихому океані, Америці. Країни, яким бракує розвиненої інфраструктури, доклали всіх зусиль для її вдосконалення та розвитку, взяли значну частину світового ринку туристичних послуг і продовжують це робити.

Для комплексного аналізу ми провели дослідження міжнародних туристичних грошових надходжень які представлені у Таб.2.2.

Таблиця 2.2 Динаміка міжнародних туристичних грошових надходжень за період з 2015 р. до 2018 р. ( млрд.дол)

Роки	Європа	Африка	Азія та Тихоокеанський регіон	Середній Світ	Америка	Увесь світ (трлн \$)
2015	471	32	356	58	310	1,227
2016	473	32	371	59	318	1,253

2017	520	36	396	68	329	1,349
2018	571	38	442	73	338	1,462

У всіх туристичних регіонах світу помітне зростання надходжень від туристичної діяльності, причому найвищий показник був характерним для країн Азії та Тихоокеанського регіону і Середнього світу. Як бачимо з таблиці 2.2., більше половини всіх надходжень, припадає на Європу (571 млрд. дол. США). Азії та Тихоокеанського регіону у 2018 році поступився другим місцем (442 млрд. дол. США) країнам Американського регіону, які отримали дохід у 338 млрд. дол. США. Наступні позиції, займають країни Середнього Світу (73 млрд. дол. США,) та Африка (38 млрд. дол. США,).

На основі даних табл. 2.1 – 2.2 можемо бачити, що сфера міжнародного туризму розвивається на досить хорошому рівні, незважаючи на економічні кризи багатьох країн, стихійних явищ та політичних і соціальних проблемах, погані погодні умови в окремих регіонах Європи й США. Унікальні природно-рекреаційні ресурси приваблюють туристів і дозволяють країнам, достойно підтримувати свій високий імідж перед іншими країнами.

За оцінкою ВТО, прогнозується, що при швидкому зростанні кількості туристичних прибуттів в Китай досягне до 2020 року 140млн. осіб, і стане найпопулярнішим туристичним напрямком. На другому за популярністю: США (105 млн.), Франція (97,8 млн.), Іспанія (80 млн.) Щорічні надходження від туристів, збільшаться до 10 млрд. доларів у день. Передбачається значний розвиток виїзного туризму.

Найбільшими країнами з туристичними потоками будуть Німеччина, Японія, США, Китай та Великобританія. Економічна відсталість нових політичних структур Східної Європи є реальною перешкодою для залучення цих країн до міжнародного туризму. Обсяг



туризму між країнами Західної та Східної Європи збільшуватиметься переважно із сходу на захід.

Разом з економічним розвитком країн Східної Європи а також розвиток транспортного та міжнародного туризму для країн, що розвиваються, стануть джерелом не лише валюти, але й створенням нових робочих місць.

В результаті, тенденції розвитку міжнародного туризму мають великі показники на світовій арені. Високий інтерес туристів до інших культур, велика кількість реклами, сприяють збільшенню спілкування між людьми, що дозволяє громадянам інших країн краще розуміти один одного. Проте, як уряди більшості країн світу не розуміють значення ролі туризму у вирішенні глобальних проблем. Туризм, є важливим чинником відродження економіки країн, їх розвитку та створення нових робочих місць, який потребує великої підтримки з боку держави і міжнародних організацій.

До чинників, які послужили покращенню ситуації на туристичному ринку, можна віднести:

- зростання впевненості бізнесу і споживачів;
- низький рівень темпів інфляції;
- відновлення направляючих ринків;
- наявність співробітництва;
- швидке реагування на зміни попиту і нестабільність ринку;
- подолання основних недоліків у сфері туризму і розробка стратегій.

## **2.2. Значення туристичної діяльності для розвитку економічної інфраструктури країни**

Нинішня реформа економічних процесів в Україні, яка швидко прогресує через зміну політичної орієнтації держави, застосовується без винятку для всіх галузей економіки. Будучи однією з найприбутковіших

галузей світової економіки, туристичний сектор є провідним в економічному та соціальному розвитку України.

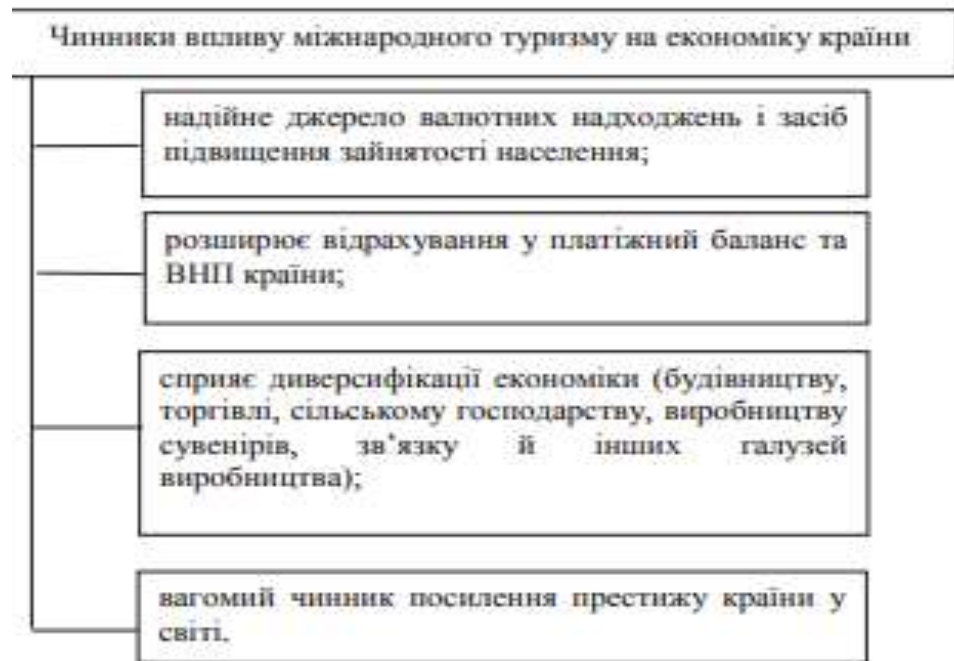


Рис 2.1 Чинники впливу міжнародного туризму на економіку

Економіка туристичного бізнесу складається з ряду соціальних відносин, що виникають внаслідок здійснення туристичної діяльності, а саме виробництва, розподілу, обміну та споживання туристичних послуг (туристичного продукту). Індустрія туризму є невід'ємною частиною національного економічного комплексу як каталізатор економічного зростання [3]. Компанії, що працюють у сфері обслуговування туристів, повинні отримувати значні прибутки, що дає можливість претендувати на туризм як на бізнес-сферу. Економічна орієнтація туристичних компаній дає змогу розвивати організаційні аспекти залучення та підтримки туристів - від планування та підготовки маршрутів до швидкого будівництва готельних комплексів, від співпраці з клієнтами до розвитку туристичної інфраструктури в окремих регіонах. Індустрія туризму повертається до сучасної індустрії дозвілля, лікувальних розваг та бізнесу. Важко переоцінити роль туризму в розвитку економіки, але туристична індустрія має об'єктивні умови для свого розвитку на основі історичних, географічних, культурних та економічних факторів.

Після підписання Україною Угоди про Асоціацію з ЄС, роль туристичної галузі у соціально-економічному розвитку країни потребує вдосконалення механізмів управління державним туризмом, основною метою яких є створення сприятливих умов для ЄС. Сьогодні туристичний бізнес в Україні як частина господарського комплексу характеризується такими ознаками та функціями: створення туристичних послуг, формування туристичного продукту та реалізація при активному використанні маркетингової комунікації; має власну галузь виробництва та надання туристичних послуг; формує ринок туристичних послуг різного рівня складності; працює як мультиплікатор для зростання національного доходу, валового внутрішнього продукту та зайнятості населення; сприяє розвитку місцевої інфраструктури та покращенню життєвого рівня населення; представляє сферу, високий рівень ефективності та швидка віддача інвестицій; є досить ефективним засобом захисту довкілля та історико-культурної спадщини країни, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, що є специфічною сферою діяльності; взаємодіє практично з усіма галузями та людською діяльністю; має переваги в процесах інтеграції та глобалізації, що відбуваються у світі [3].

За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), міжнародний туризм як частина зовнішньо-торговельних відносин становив 6 відсотків загального експорту та 25-30 відсотків світової торгівлі послугами [3]. За кількістю своїх учасників та обсягом доходу відповідної галузі промисловості туризм може посісти перше місце у світовому експорті та перевищити показники витрат на постачання джерел енергії та автомобілів. На думку експертів, прибуток у цій галузі явно перевищить початковий прогноз до 2016 року і становитиме 1,5 трлн доларів [11, 92 - 123]. За даними прикордонних органів, до туристичних та рекреаційних регіонів України щороку приїжджає до 8 мільйонів туристів. Загальна сума іноземної валюти - 791 млн доларів.

Для економіки України міжнародний туризм також повинен стати одним із пріоритетних напрямів зовнішньої торгівлі та ефективною формою інтеграції до міжнародної економічної системи. Наразі Україна значно поступається іншим туристичним регіонам. Здебільшого туристичні агенції не приймають іноземних туристів, а направляють українських туристів до інших країн. Об'єднані Арабські Емірати, Туреччина, Болгарія, Італія, Кіпр, Іспанія, Греція, Єгипет, Угорщина, Фінляндія та Словаччина - найпопулярніші країни, які відвідують їх жителі в Україні. Однак останніми роками частка загальної зовнішньоекономічної діяльності країни-імпортера, резиденти якої приїжджають до України з діловими та діловими візитами, зростає. Перші експерти з Росії, Німеччини, Фінляндії, Швейцарії, Ізраїлю, Греції, Хорватії, Болгарії, Туреччини, Іспанії та Японії.

Мною був зроблений SWOT- аналіз, щодо ситуації розвитку міжнародного туризму і впливу його на економічно-соціальне становище.

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>- сприятливе геополітичне положення України;</li> <li>- можливості для розвитку всіх видів туризму за-безпечені;</li> <li>- наявність різноманітних природних та історико-культурних туристичних ресурсів;</li> <li>- забезпеченість розгалуженою транспортною інфраструктурою (хоча і низької якості);</li> <li>- збільшення конкуренції туристичних операторів;</li> <li>- значний розвиток культури відпочинку українців;</li> <li>- поступове зростання витрат держави на розвиток туризму;</li> <li>- туристична відкритість;</li> <li>- низький рівень ризику небезпечних хвороб.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- повільні темпи зростання інвестицій у розвиток інфраструктури туризму;</li> <li>- відсутність бюджетного фінансування важливих для розвитку туристичної і курортної сфер України за-ходів;</li> <li>- відсутність платоспроможного попиту;</li> <li>- невідповідність національних туристичних послуг між ціною і якістю;</li> <li>- залежність ефективності функціонування галузі від економічної та політичної ситуацій;</li> <li>- низький рівень інформаційних технологій в Україні;</li> <li>- конкурентна несприятливість;</li> <li>- двосторонніх угод щодо авіа обслуговування;</li> <li>- незначні зусилля держави щодо сталого розвитку туризму;</li> <li>- недосконалість, нечіткість і нестабільність природо-охоронного законодавства;</li> <li>- низька ефективність маркетингу і брендингу;</li> <li>- недосконалість мережі міжнародного авіатранспорту;</li> <li>- недосконала інфраструктура автошляхів;</li> <li>- нерозвинена мережа місцевого транспортного спо-лучення;</li> <li>- застаріла станційна інфраструктура наземного тран-спорту;</li> <li>- недостатній рівень розвитку готельної мережі;</li> <li>- низька присутність на ринку провідних компаній з оренди автомобілів;</li> <li>- низький рівень доступності і бізнес-користування інтернет;</li> <li>- несприятливий податковий режим;</li> <li>- високі транспортні тарифи;</li> <li>- комунікаційна обмеженість населення у туристичних контактах;</li> <li>- відсутність цілісної системи державного управління туризмом у регіонах;</li> <li>- недосконалість нормативно-правової бази;</li> <li>- невідповідність переважної більшості туристичних закладів міжнародним стандартам;</li> <li>- незбалансованість соціальної та економічної ефек-тивності використання рекреаційних ресурсів та необ-хідністю їх збереження;</li> </ul>

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>- економічне зростання і соціальний прогрес;</li> <li>- інтенсифікація праці;</li> <li>- розвиток сфери послуг;</li> <li>- забезпечення новими робочими місцями;</li> <li>- розвиток міжнародних зв'язків;</li> <li>- розвиток готельно-ресторанного бізнесу;</li> <li>- спрощення прикордонних формальностей;</li> <li>- перехід до України європейських операторів, що призведе до зниження ціни та збільшення ємності ринку;</li> <li>- інвестування в розширення туристичного бізнесу;</li> <li>- розвиток різноманітних напрямів туризму (екстре-мальний, історико-культурний, науковий, діловий, зелений);</li> <li>- розширення туристичних маршрутів під впливом зміни вподобань українців та втрати популярності масових напрямів;</li> <li>- вдосконалення системи маркетингу в туристичній сфері, введення програм лояльності, впровадження якісної реклами України як туристичного регіону;</li> <li>- вдосконалення інформаційних систем в туризмі.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- несприятлива політично-економічна ситуація;</li> <li>- збільшення цін на туристичні послуги, зменшення попиту;</li> <li>- зменшення пропозицій для населення із середніми доходами;</li> <li>- відмова від туристичного відпочинку.</li> </ul>

На цьому тлі міжнародний туризм є важливим двигуном для економічного зростання, збільшення частки виробництва, зайнятості та міжнародних транзакцій.

## **РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ, ЙОГО ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ**

### **3.1 Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі України**

Важка політична та економічна ситуація в Україні перешкоджає розвитку туристичної галузі. Ситуація незахищеності відлякує потенційних іноземних туристів. Для поліпшення ситуації необхідна грамотна інформаційна політика для створення позитивного іміджу країни. Після вирішення питання про поїздку турист стикається з питанням вибору транспортного засобу. Поки залізниця мала певні переваги серед інших видів транспорту. Подорож на поїзді - популярний тип пересування та за кордоном. Туристичні залізниці є невід'ємною частиною туристичного бізнесу в більшості країн світу. Це свідчить про успішність та великий стратегічний потенціал розвитку цього виду пересування [10].

До переваг залізничного туризму можна віднести можливість використовувати існуючу інфраструктуру та транспортні засоби. Метою розвитку залізничного туризму є: підвищення прибутковості залізниць; задоволення потреб пасажирів; розвиток комплексних залізничних послуг. Туризм є одним із найперспективніших напрямків соціально-економічного розвитку регіонів. Нині багато факторів перешкоджають розвитку туризму, включаючи недосконалість законодавчої бази, обмежений спектр послуг та відсутність коштів на реконструкцію пам'яток історії та архітектури, а також повну інформацію про можливі туристичні маршрути.

Індустрія туризму як така не розвинена в Україні. Різноманітність туристичних послуг в основному включає міста-мільйонери, міста з визначними рекреаційно-туристичними зонами, а також деякі історичні

та культурні центри. Тоді як у більшості міст України можна розвивати оздоровчий, екологічний, та інші види туризму. Аналіз ситуації на внутрішньому туристичному ринку показує, що розвиток туризму в Україні знаходиться лише на ранній стадії. Для вирішення цих проблем потрібна сильна підтримка уряду. Перш за все, потрібно створити належні умови для туристичних компаній, установ та організацій.

Необхідно розробити та впровадити передові методи та стандарти туристичних послуг. Тобто запропонувати сприятливі умови для малих та середніх компаній, підвищити ефективність використання дозвілля та об'єктів культурної спадщини; зміцнити матеріально-технічну базу туризму. Сильна інформаційна політика є одним із важливих напрямків роботи в розвитку туризму [11]. Раніше вказувалося, що внутрішні туристичні ресурси використовуються не повністю.

Дослідження вчених показують, що одночасний потенціал природних ресурсів України з урахуванням можливих забруднень та екологічних потреб становить близько 50 мільйонів людей, тоді як використання внутрішнього туризму та рекреаційних ресурсів України фактично становить 7–9%. Це пов'язано з відсутністю коштів для проведення ефективної маркетингової політики у сфері туризму, необхідність отримати візу для в'їзду в Україну, що створює перше негативне ставлення потенційних туристів; застаріла інфраструктура; низький рівень обслуговування. Існує кілька способів регулювання туристичної діяльності в Україні, і одним із основних державних регуляторів є правове регулювання.

Відповідно до Закону “Про туризм”, державна туристична політика визначається Верховною Радою України. Центральний орган державної виконавчої влади у сфері туризму вже ліквідований Державним комітетом з питань туризму в Україні. Основною метою вищезазначеного закону було створення правової бази для розвитку туризму як високоприбуткової галузі та важливого засобу для

культурного розвитку громадян, забезпечення зайнятості населення, збільшення валютних надходжень та захисту прав, прав та інтересів туристів та теми туристичної діяльності, що визначають їх обов'язки та відповідальність.

Постановою Кабінету Міністрів України затверджено програму розвитку туризму для України до 2020 року, основна мета якої - створити конкурентоспроможний національний туристичний продукт на міжнародному ринку, який максимально зможе задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечуючи комплексний розвиток регіонів на цій основі, дотримуючись екологічного балансу та культурної спадщини. Механізм реалізації стратегічних рішень державними установами потребує подальшого розвитку. Метою є публікація відповідних статутів та на їх основі інструкцій, які б сприяли підвищенню соціально-економічної ефективності туризму в Україні та поповненню бюджетів усіх рівнів.

Вкрай важливо спростити прикордонні та митні формальності, паспортний та візовий режим тощо. На порядку денному стоїть створення неурядової Національної туристичної асоціації (НТА), яка б представляла інтереси інвесторів та споживачів туристичного продукту. Одним із найважливіших кроків державної туристичної політики має бути створення позитивного іміджу України як туристичної держави та активне просування туристичного продукту. Індустрія туризму в основному базується на туристичній інфраструктурі та туристичних послугах. Сучасний стан інфраструктури не задовольняє ні внутрішніх, ні іноземних туристів, а якість послуг не робить сучасні туристичні продукти конкурентоспроможними [3].

Погані дорожні умови, поганий розвиток єдиної мережі руху та брак інформаційних засобів характеризують сучасний стан дорожньої інфраструктури у більшості зон відпочинку. Зрозуміло, що для вирішення всіх описаних проблем, звичайно, потрібні значні державні



фінанси та приватних підприємств. У той же час інвестори повинні мати ефективний механізм стимулювання інвестицій.

Ключовим є оптимізація зв'язків між туризмом та культурою. Саме національна культурна спадщина більшості країн сильно приваблює туристичний потік. Важливими чинниками, які надалі впливатимуть на розвиток туристичного ринку, є: демографічні зміни, матеріальний та соціальний статус населення, освіта, тривалість відпустки, зайнятість. [12].

З урахуванням тенденцій розвитку міжнародного туризму можна провести аналіз кадрового потенціалу на прикладі туристичної фірми "Coral Travel".

"Coral Travel", займається повним комплексом туристського обслуговування, включаючи розміщення, транспортне обслуговування, екскурсії, морські екскурсії, розваги, конференції і VIP - обслуговування, спорт і активний відпочинок.

Відповідно до діючого законодавства фірма належить до числа малих підприємств і здійснює свою діяльність на основі законів України, відомчих постанов, внутрішніх наказів і розпоряджень.

На сьогодні в туристичній фірмі "Coral Travel" працює 44 співробітника (див. табл.3.1).

Таблиця 3.1 Аналіз змін у чисельності і структурі персоналу турфірми "Coral Travel"

Категорії персоналу	Середньооблікова чисельність (чол.)		
	2018 р.	2019 р.	Відхилення (+, -)
1. Обслуговуючий персонал	10	14	+4
2. Керівники	9	9	0
3. Фахівці	18	21	+3
Разом	37	44	+7

Як видно із представлених даних, чисельність персоналу збільшилася з 37 до 44 чоловік, тобто на 7 чоловік, що пояснюється ростом організації й збільшенням обсягу робіт. Структура персоналу за звітний період змінилася - питома вага обслуговуючого персоналу і фахівців збільшився, чисельність керівників залишилася колишньою.

Кадрову політику туристичної фірми "Coral Travel" можна також оцінити, використовуючи показники ефективності роботи з кадрами.

Стан кадрів може бути визначене за допомогою наступних коефіцієнтів:

- коефіцієнт вибуття кадрів (Квк), визначається відношенням кількості працівників, звільнених із всіх причин за даний період Рзв до середньої чисельності працівників за той же період Р:

$$\text{Квк} = \text{Рзв} : \text{Р} \times 100 \% \quad (3.1)$$

За наявним даними обчислимо коефіцієнт вибуття за 2018 рік:

$$\text{Рзв} = 4 \text{ особи}$$

$$\text{Р} = 44 \text{ ос.}$$

$$\text{Квк} = 4 : 44 \times 100 = 9,1 \%$$

Даний показник в 9,1 % говорить про те, що вибуття персоналу не значне;

- коефіцієнт прийому кадрів (Кпк) визначається відношенням кількості працівників, прийнятих на роботу за даний період Рпк і середньообліковою чисельністю працівників за той же період Р:

$$\text{Кпк} = \text{Рпк} : \text{Р} \times 100 \% \quad (3.2)$$

$$\text{Кпк} = 37 \text{ ос. на поч. періоду} - 4 \text{ звл.} = 33 \text{ ос.}; 44 - 33 = 11 \text{ ос.}$$

$$\text{Кпк} = 11 : 44 \times 100 = 25 \%$$

Коефіцієнт прийому кадрів за 2019 рік склав 25 %;

- коефіцієнт стабільності кадрів (Кск) рекомендується використати при оцінці рівня організації управління:

$$\text{Кск} = 1 - (\text{Рзв} : \text{Р}) \times 100 \% \quad (3.3)$$

$d_{Pзв} = 4$  - чисельність працівників, які звільнилися з фірми за власним бажанням і через порушення трудової дисципліни за звітний період;

$P = 44$  - середньооблікова чисельність працюючих на фірмі у період, що передує звітному;

$$K_{ск} = 1 - (4: 44) \times 100 = 90,91 \%$$

Коефіцієнт стабільності склав 90,91 %. Даний коефіцієнт говорить про досить високий рівень організації управління підприємства. В ідеалі коефіцієнт стабільності кадрів повинен бути наближений до 90-95 %.

Таким чином, у туристичній фірмі "Coral Travel" ситуація щодо персоналу нормальна, коефіцієнт вибуття склав 9,1 %, коефіцієнт наймання 25 %, що є гарними показниками.

Аналіз балансу можна провести за допомогою таблиці (див. табл.3.2).

*Таблиця 3.2 - Аналіз активу і пасиву балансів туристичної фірми " Coral Travel " за період з 2017 по 2019 роки (тис. грн., %)*

Показники	Абсолютна величина			Зміни %		
	2017	2018	2019	2017/2018	2018/2019	2019/2017
<b>Актив</b>						
Необоротні активи	110,4	93,0	237,0	-16	+152	+122
Оборотні активи	410,4	1158,0	745,0	+270	-32 %	+85
Витрати майбутніх періодів	0,8	1,0	1,0	+4	0 %	+4
Баланс	522,0	1252,0	983,0	+41	-22	+88
<b>Пасив</b>						
Власний капітал	258,0	672,0	695,0	+160	+3	+169
Розрахунки та інші пасиви в тому числі:	-	-	-	-	-	-
довгострокові позики	0	0	0	0	0	0
короткострокові кредити і позики	0	0	0	0	0	0
кредиторська заборгованість	114,0	459,0	27,0	+302	-94	-76

інші зобов'язання	150,0	120,4	261,0	-20 %	+116 %	110
Доходи майбутніх періодів	0	0	0	0 %	0 %	0 %
Баланс	522,0	1252,0	983,0	+41	-22	+88

За досліджуваний період з 2017 по 2018 роки відбулося збільшення в активі балансу: основних засобів 128,8 тис. грн. при цьому основний ріст доводився на період з 2018 по 2019 роки.

За досліджуваний період зменшилися запаси на 1,3 тис. грн., що говорить про раціональне використання оборотних коштів, при цьому протягом усього досліджуваного періоду у фірми виросла дебіторська заборгованість на 228,1 тис грн., що говорить про не ефективну роботу з покупцями і замовниками.

При цьому в період з 2018 по 2019 рік дебіторська заборгованість знизилася на 117 тис. грн.

У досліджуваному періоді у фірми збільшилася сума коштів на 179 тис. грн. При цьому в період з 2018 по 2019 рік сума коштів зменшилася на 463 тис. грн., збільшилися в досліджуваному періоді інші оборотні активи на 7,5 тис. грн.

Відбулися зміни в пасиві балансу: у період з 2017 по 2019 рік збільшився не розподілений прибуток на 436, 6 тис грн., при цьому фірма не має банківських кредитів, що особливо важливо в кризових умовах.

За досліджуваний період у фірми зменшилася кредиторська заборгованість на 87 тис. грн., при цьому якщо в період з 2018 по 2019 рік кредиторська заборгованість різко зросла, то в наступному періоді фірмі вдалося значно знизити даний показник, що говорить про ефективну роботу по управлінню фінансами.

При цьому у фірми зросли поточні зобов'язання по авансах на 75 тис. грн., у фірми немає заборгованості по оплаті праці, розрахункам з бюджетом.

Далі в процесі аналізу необхідно розрахувати показники фінансової стійкості, ліквідності фірми.

Розрахуємо загальний коефіцієнт ліквідності туристичної фірми "Ірини Біляєвої" у досліджуваному періоді за формулою (3.4).

$$\text{Кол} = \frac{\text{ОА}}{\text{ТЗ}}, \quad (3.4)$$

де ОА - оборотні активи, грн.;

ТЗ - поточні зобов'язання.

Для туристичної фірми " Coral Travel " даний показник становить:

У період з 2017 року по 2018 рік:

1 158,0 тис. грн.: 579,0 тис. грн. = 2,0.

У період з 2018 року по 2019 рік:

745 тис. грн.: 288 тис грн. = 2,58.

Даний показник характеризує достатність оборотних коштів для погашення текучих зобов'язань протягом року й повинен перевищувати значення "2". У цьому випадку в туристичній фірмі " Coral Travel " є достатня кількість коштів для погашення текучих зобов'язань, при цьому даний показник має тенденцію до збільшення. Коефіцієнт абсолютної ліквідності для туристичної фірми " Coral Travel" у досліджуваному періоді можна розрахувати за формулою (3.5):

$$\text{Кал} = \frac{\text{ГК} + \text{ЦП}}{\text{ПЗ}}, \quad (3.5)$$

де ГК - грошові кошти, грн.;

ЦП - високоліквідні цінні папери;

ПЗ - поточні зобов'язання (розділ 4 пасива балансу).

Для туристичної фірми " Coral Travel " даний показник становить у період з 2017 року по 2018 рік:

(642, 0 тис грн. + 0 тис. грн): 264,1 тис. грн. = 2, 43.

У період з 2018 року по 2019 рік:

(179 тис. грн. + 0 тис. грн.): 288 тис. грн. = 0,62 грн.

Даний показник характеризує готовність фірми негайно погасити свою заборгованість, при цьому даний показник може коливатися в межах від 0,25 до 0,35.

В туристичній фірмі " Coral Travel " даний показник перебуває в межах норми, однак, те що він знизився за рік в 4 рази, говорить про виникнення потенційній погрози для підприємства в частині можливостей обслуговувати свої зобов'язання.

Розрахуємо коефіцієнт фінансової автономії туристичної фірми " Coral Travel " у досліджуваному періоді за формулою (3.6)

$$K_{\text{фа}} = \frac{BK}{A}, \quad (3.6)$$

де BK - власний капітал, грн.;

A - величина сукупних активів (валюта балансу), грн.

Для туристичної фірми " Coral Travel " даний показник становить у період з 2017 року по 2018 рік:

672,0 тис грн.: 1252,0 тис. грн = 0,5.

У період з 2018 року по 2019 рік:

695 тис. грн: 983,0 тис. грн. = 0,7.

Даний показник показує питому вагу власного капіталу фірми в загальній вартості коштів, інвестованих у її діяльність і повинен перевищувати значення 0,5. У цьому випадку ця умова виконана, у 2019 році цей коефіцієнт збільшився.

У цілому, аналіз балансу показує, що діяльність фірми можна визнати задовільним з урахуванням сучасного кризового стану економіки України. Для оцінки рівня і динаміки фінансових результатів скористаємося даними звітів про фінансові результати.

Отже, кризові явища в економічній сфері, сучасний стан туристичного ринку обумовили і падіння прибутків туристичної фірми " Coral Travel ", що вимагає підвищення ефективності всіх ланок управління з метою нейтралізації негативного впливу економічного середовища на діяльність фірми.

Отже основними шляхами вирішення проблем розвитку міжнародного туризму можна вважати:



Рис 3.1 Шляхи вирішення основних проблем розвитку міжнародного туризму в Україні

Загалом туристична галузь в Україні має багато недоліків щодо функціонування, управління та нагляду, і кожна з цих проблем потребує системного вирішення, оскільки це призведе не лише до міжнародного туризму, а й до внутрішнього розвитку. Внаслідок зростаючого попиту іноземних туристів на внутрішні послуги збільшуватимуться можливості для вітчизняних продавців послуг та зростатиме їх купівельна

спроможність. Сприйняття країни іншими державами та їх громадянами залежить від того, як ця країна з'являється у світі. Оцінюються не лише заходи управління на міжнародному рівні, але й демократичність та відкритість процесів у країні, добробут громадян та рівень культурного розвитку. Завдяки ефективному використанню свого великого туристичного та рекреаційного потенціалу Україна може бути однією з найбільш розвинених в туризмі у світі.

### **3.2 Стратегія розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції**

Європейська інтеграція України - найважливіша сучасна тенденція, яка сильно впливає на процеси реформ туристичної галузі. Процес глобалізації не менш важливий. Сучасний етап розвитку туризму формується прагненням політичних сил відповідати іміджу лідерів європейської інтеграції, що також впливає на діяльність влади. Однак демонстративно позитивне ставлення до тенденцій євроінтеграції часто супроводжується відсутністю реальних реформ, зокрема, постійністю перешкод та ускладнень у бізнес-операціях, відсутністю позитивних змін у залученні інвестицій та бюджетним фінансуванням соціальних програм розвитку туризму.

Незважаючи на існуючі труднощі, ситуація в українському туризмі поступово змінюється на краще. Стратегія розвитку сфери туризму та курортів України на період до 2022 р. Спрямована на вирішення проблем комплексного розвитку сфери туризму, готельного господарства, курортів, санаторно-курортних послуг, підтримку створення та модернізації туристичної інфраструктури, забезпечення належної якості туристично-курортних послуг, ефективне використання видимого туристичного потенціалу. Україна має багатий природний та рекреаційний потенціал, а також історичні та культурні ресурси. Країна має всі можливості стати країною туризму світового рівня, в якій



туристична галузь матиме значну частку доходів домогосподарств. Для того, щоб сформулювати стратегію розвитку туристичних регіонів, центральними є такі моменти:

- збереження туристичних ресурсів;
- вдосконалення законодавчої бази;
- створення економічних умов для сприяння розвитку туризму;
- надання пільг для організації туристичної роботи;
- залучення інвестицій у розвиток туристичної галузі;
- Сприяння конкуренції;
- Забезпечення безпеки туристів;

Як вже було сказано, туризм зараз є активним фактором вдосконалення міжнародної співпраці. Держава повинна високо цінувати розвиток цієї галузі. Це передбачає не лише величезний потенціал для накопичення фінансових ресурсів, а й міжнародний авторитет та сферу впливу в глобальному середовищі. Для досягнення цього результату Україні потрібна ефективно розроблена стратегія «завоювання» світового ринку туризму. Розробляючи стратегію, слід враховувати, що найкращі умови для розвитку туристичних послуг вже створені та ідеальні в промислово розвинених країнах, що, в свою чергу, сприяє розвитку жорсткої конкуренції на цьому ринку.



Рис 3.3 Стратегії розвитку туризму в Україні

16 березня 2017 року уряд України затвердив стратегію розвитку туризму та курортних курортів на період до 2026 року [6]. Мета цього документа - створити умови для прискореного розвитку туризму та курортів та перетворення його на високоефективну, всесвітньо інтегровану галузь. Реалізація стратегії передбачається у таких напрямках: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів; Впровадження законодавства ЄС про туризм; Забезпечення комплексного розвитку районів, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури; Удосконалення системи професійної підготовки фахівців з туризму; Формування та просування позитивного іміджу України як привабливої для туризму країни [6]. Реалізація закону планується за рахунок коштів держави, місцевих бюджетів та інших джерел, не заборонених законом,

а обсяг фінансування визначається щорічно з урахуванням конкретних завдань та реальних можливостей.

## ВИСНОВКИ

Отже, дослідження впливу міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України та досягнуті результати призводять до таких висновків.

1. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму є позитивними. Проаналізовані дані показують, що туристична індустрія активно розвивається: кількість туристів, які прибувають по всьому світу і, зокрема, в усі туристичні макрорегіони, створює нові робочі місця в туристичній галузі, а їх кількість постійно зростає, а дохід від туризму збільшується.

2. Внутрішня галузь туризму відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті країни. Її статус та зацікавленість держави у подальшому розвитку промисловості зростають, зростає вплив туризму майже на всі сфери людського життя та дії.

3. Позитивними факторами, що визначають майбутній розвиток міжнародного туризму, є збільшення інвестицій в інфраструктуру, маркетинг та рекламу, розвиток внутрішніх ринків, зростання міжрегіональної співпраці та міжгалузевих партнерств.

4. Стратегічну мету розвитку міжнародного туризму в Україні можна визначити як створення конкурентоспроможного туристичного продукту на світовому ринку, який максимально може задовольнити туристичні потреби населення країни з метою забезпечення комплексного розвитку районів та їх соціально-економічних інтересів. Підтримання екологічної рівноваги, а також історичного та культурного середовища. Програма дій для досягнення цієї мети повинна відповідати загальним темпам ринкових механізмів та відповідати структурним економічним реформам. Досвід розвитку туризму у світі також слід враховувати, створюючи сприятливі умови для вдосконалення та розроблення відповідної законодавчої бази для туризму.

5. Важливими факторами, які надалі впливатимуть на розвиток туристичного ринку, є демографічні зміни, матеріальний та соціальний статус населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість та багато інших чинників.

6. Поступове збільшення чисельності працівників, забезпечення більш високого доходу для кожного члена сім'ї, збільшення оплачуваного часу відпустки та гнучкість робочого часу - поступово є такими сегментами туристичного ринку, як відпустка на відпочинок та відпустку, тематичні відвідування розширюють парки та культурні заходи, ділова діяльність. Екскурсії, короткі поїздки та вихідні та багато іншого.

7. Відсутність уваги та підтримки з боку політичних та владних структур є найважливішим фактором розвитку туризму на громадському рівні. Якщо туризм ігнорується, його дохід не визначений, немає ретельного планування і, отже, ніякого розвитку. Після того, як на правовому рівні існує великий інтерес, поєднання зусиль для підняття статусу туристичної індустрії на більш високий рівень не лише у формі заяв, а й конкретних заходів щодо встановлення та підтримання економічних зв'язків. для досягнення видимих результатів.

8. Одне з найважливіших питань, яке слід вирішити найближчим часом, - оптимізація взаємодії між туризмом і культурою як на рівні центральних органів влади, так і на місцевому рівні. Культурна спадщина, музеї та театри більшості країн світу є надзвичайно важливими факторами для залучення туристів та генерування міжнародних та місцевих туристичних потоків. В результаті їх клієнти отримують транспорт та громадське харчування, готелі, місцеву промисловість тощо. Координація стратегічного розвитку культурного сектору та місцевого туризму повинна призвести до тіснішої співпраці місцевих органів влади та бізнесу для вирішення конкретних проблем збереження культурної спадщини, впровадження музею, національних

резервів для передового досвіду управління та узгодження працювати в ринкових вимірах та координувати питання туристичної галузі.

9. Незважаючи на позитивний розвиток розвитку туризму в Україні, існує низка проблем, які необхідно вирішити шляхом впровадження інноваційних форм та методів управління та регулювання туристичної галузі на національному та регіональному рівні.

10. Для багатьох малих міст та сільських поселень в Україні туризм є найбільш перспективним сектором, який сприятиме їх соціально-економічному зростанню. Незважаючи на активізацію міського самоврядування у багатьох містах, відсутність досвіду, традицій та знань уповільнює розвиток туристичної галузі, саме тому необхідна її державна підтримка. Перш за все, необхідно розробити методичні документи, які допомагають органам місцевого самоврядування розвивати туризм, проводити наукові та практичні семінари із залученням іноземних експертів з цих тем, а також спільно розробляти комплексну програму розвитку малих історичних міст України з представниками Союзу невеликих історичних міст України.

11. Одним із напрямків просування місцевого туристичного продукту є створення туристичних інформаційних центрів у формі державних компаній, які підпорядковуються органам місцевого самоврядування та працюють за принципом самодостатності шляхом отримання доходів від туризму. Виробники туристичної продукції.

12. Для активізації туристичної галузі необхідно економічно та фінансово підтримувати її розвиток, покращувати штатний розпис та вибудовувати ефективні партнерські відносини між державою та промисловістю для впровадження інновацій у туристичних продуктах та розвитку інфраструктури. Лише ефективна урядова політика в туристичній галузі створить привабливий інвестиційний клімат для розвитку туризму в Україні.

13. Результати, досягнуті в цій роботі, дозволяють вносити пропозиції щодо поліпшення умов для розвитку міжнародного туризму в Україні. Ми вважаємо, що високий рекреаційно-туристичний потенціал в Україні не буде повністю використаний, і пропонуємо включити в державну комплексну програму розроблення нормативно-правових актів туристичної інфраструктури, яка включає розвиток наукових досліджень з практичних проблем управління туристичною галуззю в Україні дозволяє.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

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



10. Верланов Ю Фінансово-економічний механізм та інструменти політики розвитку туризму в Україні// Наукові праці ЧДУ імені Петра Могили. – 2005. – Випуск 25.
11. Гаврилюк А. Туристично-інформаційні центри як чинник державного регулювання туристичної галузі України /Гаврилюк А. //Вісник НАДУ. – 2009. – № 1. – С. 78-86. 103
12. Дубовікова О. Система фінансування курортно-рекреаційного комплексу//Економіка Криму. – 2009. – №28.
13. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] /Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
14. Заячківська Г. Розвиток міжнародного туризму після світової економічної кризи 2008–2009 рр / Г.Заячківська // Галицький економічний вісник. – 2011. – №1
15. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003
16. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму– К : Знання, 2010. – 502с
17. Кірейцева Г. Г. Гроші. Фінанси. Кредит: Навчально-методичний посібник - Житомир: ЖІТІ. 2001. – 312 с.
18. Коваленко Ю. А.- Дослідження сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні– К : Знання, 2008.
19. Мальська М. П, Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг – К : Знання, 2008. – 601с.
20. Мельник А.О., Сідлецька К.В. Зарубіжний досвід розвитку міжнародного туризму
21. Мельниченко С. Вплив інформаційних технологій на маркетинг туристичних підприємств /Мельниченко С. //Вісник КНТЕУ. – 2007. – № 5. – С. 68-74.

22. Муковський І. Т. Міжнародний туризм як форма інтеграційних процесів України. - Науковий вісник Київського гуманітарного інституту. Серія: економічні науки. - 2008. - №1. - С.14
23. Муковський І.Т. Міжнародний туризм як форма інтеграційних процесів України. Науковий вісник Київського гуманітарного інституту. Серія: економічні науки. - 2008. - №1. - С.14-1
24. Новіков В.С. Інновації в туризмі. – М.: «Академія», 2007. – 208 с/ 104
25. Паламарчук В. А., Белова О. В. Умови розвитку вітчизняної туристичної сфери в процесі подолання кризових явищ [Електронний ресурс] / В. А. Паламарчук, О. В. Белова.
26. Пахля А. Розвиток сфери туризму визнаний державою одним із пріоритетних напрямків діяльності [Електронний ресурс] / А.Пахля // Debaty. Org. – 11 жовтня, 2010. – Режим доступу: [http://debaty.org/ua/article/tourism\\_deb](http://debaty.org/ua/article/tourism_deb)
27. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва/ Чинники розвитку туристичних послуг
28. Сушко Н.В. Тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/)
29. Черниш О.І., Дімова О.І. Інноваційні впровадження як основні чинники пріоритетного розвитку сфери туризму та рекреації в Україні /О.І. Черниш, О.І. Дімова //Економічний простір. – 2009. – № 22/2. – С. 208-213.
30. Черчик Л.М. Перспективні форми господарської діяльності з освоєння та експлуатації рекреаційних ресурсів

