

Галина ТРІЛЛЕНБЕРГ

## РЕСУРСНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

*Стратегія іміджу туристичного бізнесу України як постачальника послуг на світовий рівень має бути зорієнтована на створення високого рівня привабливості своєї території. Це сприятиме тому, що вітчизняна туріндустрія, у тому числі в'їзний туризм, стане однією з найперспективніших галузей економіки країни.*

*Україна стане ще новою Елладою. Прекрасне розміщення цієї країни, ласкавий характер народу, Його музичний дар, родюча земля ще пробудяться. З малих племен постане велика культурна нація. Її кордони простягнуться до Чорного моря, а звідти і в широкий світ.*

**Йоган Гердер**

Невід'ємною складовою економіки є туризм, інтегрований в інші сфери національної економіки, перш за все, в малий і середній бізнес. Його складовою частиною є міжнародний туризм тимчасове переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну у вільний час з метою отримання задоволення та відпочинку, пізнавальних, релігійних, лікувальних, гостьових потреб та у професійно-ділових цілях, але без заняття у місті тимчасового перебування роботою, оплачуваною із місцевого фінансового джерела.

Як відомо, Всесвітня туристична організація класифікує туризм так:

- внутрішній туризм – мандрівка жителів будь-якого регіону по цьому регіону;
- вільний туризм – мандрівка по території будь-якої країни осіб, які не є її жителями;
- виїзний туризм – мандрівка жителів будь-якої країни в іншу країну;
- в'їзний туризм.

Говорячи про розвиток в'їзного туризму щодо України, варто мати на увазі залучення туристів з інших країн у нашу державу.

Туризм є однією з найбільш дохідних та інтенсивно розвиваючих сфер економічної діяльності. Його розвиток дає змогу успішно вирішувати гострі проблеми, а саме: зайнятості населення, зменшення екологічного навантаження на природне середовище, збереження маловикористовуваних господарською діяльністю територій тощо. Розвиток туризму позитивно позначається на багатьох сферах економічної діяльності. Подальше підвищення значення і частки туризму в економіці будь-якої країни можливе шляхом вирішення, перш за все, проблем в'їзного туризму.

У світі на частку міжнародного туризму припадає 8% світового експорту і 20–35% – світовій торгівлі послугами. Тобто туристична сфера діяльності є однією із провідних експортерів країни. Водночас на внутрішній і міжнародний туризм припадає 12% світового валового продукту. Міжнародний туризм активно використовує людські ресурси, створює більш привабливі робочі місця порівняно з іншими галузями економіки. Економіка туризму у світовому масштабі використовує 8,7% всієї робочої сили. Нині в туристичній сфері функціонує 76,7 млн. робочих місць, а включаючи і супроводжувані галузі – 23,3 млн. Туристична діяльність є однією з найбільш працезатратних і виступає свого роду регулятором зайнятості. Практично кожен шостий місцевий житель планети прямо чи опосередковано зайнятий у сфері туризму. Це потребує створення нових робочих місць і забезпечує додаткову зайнятість. За прогнозами фахівців, до 2016 р. ці показники відповідно зростуть до 89,5 і 279,3 млн. робочих місць у галузі та економіці відповідно. Зростуть і капіталовкладення державного і приватного секторів економіки в туристичну галузь в усьому світі. Якщо в 2006 р. вони становили 1010,7 млрд. дол. (9,3% всіх інвестицій), то в 2016 р., за оцінками фахівців, останні зростуть до 2059,8 млрд. дол. (до 9,6%) [11, с. 72]. Розвиток туристичної індустрії загалом вносить не менший вклад у забезпечення комплексного соціально-економічного розвитку країни та її інвестиційну привабливість, ніж, скажімо, розвиток промислового виробництва.

Інакше кажучи туризм став одним із провідних напрямків соціально-економічного і культурного життя багатьох держав і регіонів світу, займаючи, за розрахунками спеціалістів, третє місце після торгівлі нафтою та зброєю в розвинених країнах світу. У світі щорічні середні темпи зростання його обсягів до останньої фінансової кризи становили 7%. Це набагато вище, ніж показники розвитку світової економіки. На сферу туризму припадає близько 10% світових інвестицій, кожне 11-е робоче місце у загальній зайнятості, 3,8% валового внутрішнього продукту (ВВП) тощо.

Великих успіхів у розвитку туризму досягли країни, в яких ця сфера діяльності належить до економічних пріоритетів країни. Це стало аксіомою, скажімо, для Туреччини, Таїланду, Франції, США, Японії та Китаю. В Україні поки що такого підходу до розвитку туризму не спостерігається. За даними Всесвітньої туристичної організації, загальносвітові тенденції, що простежуються в розвитку туристичної індустрії, спрямовані на зниження попиту на групові поїздки та активізацію індивідуального туризму, збільшення частки туристів похилого віку. Водночас зменшується радіус поїздок, зростає попит на пізнавальні та оздоровчі поїздки.

Розвиток міжнародного туризму відіграє важливу роль, перш за все, у наповненні бюджетів різного рівня. У багатьох країнах світу, як відомо, завдяки розвитку цього туризму створюються нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, формуються передумови щодо поліпшення платіжного балансу країни, а сама ця сфера діяльності належить до державних пріоритетів. Природне різноманіття України доповнюється історичними пам'ятниками. Поєднання ж природних ресурсів та історичних акцентів території формує імідж країни, її неповторний колорит, створює умови для повноцінної рекреації, що охоплює різні види туристичного продукту (рис. 1).

За підрахунками фахівців, сукупна вартість продуктів і послуг, створена в будь-якій структурі, пов'язаній з туристичним обслуговуванням, майже у 2,5 разу перевищує вартість послуг туризму, а всього лише один турист забезпечує робочими місцями від 10 до 20 осіб у таких сферах обслуговування, як готельний бізнес, сфера громадського харчування, виробництво сувенірної та ремісницької продукції, індустрія розваг, робота щодо благоустрою ландшафтів, прибирання та утилізація побутових і виробничих відходів та інші.



Рис. 1. Сегментація продукту міжнародного туризму

Крім того, потрібно мати на увазі, що наша держава нині розвивається на ринкових засадах. Це означає, що в Україні багато іноземних підприємців, які є тим чинником, що зумовлює приїзд у нашу країну нових туристів.

Наша держава має великі туристичні ресурси, під якими розуміються природні, історичні, соціально-культурні та інші об'єкти, здатні задовольняти духовні та інші потреби туристів, у тому числі іноземних, сприяти їхній життєдіяльності, відновленню і розвитку фізичних сил. Ці визначення інтерпретують поняття "туристичні ресурси" в широкому розумінні як всю сукупність природних і створених людиною об'єктів, що являють собою туристичний інтерес. До них належать національні та тематичні парки, музеї, театри, розважальні підприємства, пам'ятники історії та культури. Серед останніх відомі Шацькі озера, у тому числі озеро Світязь, яке називають українським Байкалом. Вода цього озера прозора, чиста і насичена киснем. І це озеро, і Шацькі озера загалом щорічно приваблюють тисячі туристів із багатьох країн світу.

В південних регіонах (Миколаївська, Херсонська області) багато археологічних об'єктів – могильників, древніх городищ, залишків кам'яних стін тощо. Зокрема варто виокремити заповідник "Асканія-Нова", який щорічно відвідують тисячі іноземців.

Підвищенням інтересом в іноземних туристів користуються наявні в Україні сакральні пам'ятники, Печерська та Почаївська Лавра, Софіївський Собор (Київський), Володимирський Кафедральний Собор та багато інших. Для подальшого підвищення їхнього іміджу, залучення туристів для їхнього відвідування варто було б зняти фільм, як це зробили, скажімо, голлівудські продюсери, знявши фільм "Гладіатор" про давньоримський амфітеатр.

\* Національні парки – це території, що охоплюють природні комплекси та об'єкти, що мають особливу екологічну, історичну та етичну цінність і призначені для використання в природоохоронних просвітницьких, наукових, культурних цілях і регульованого туризму. Перший у світі національний парк Йеллоустонський був організований ще в 1872 р. Нині у світі налічується більше 2300 національних парків. За кордоном таким паркам відводиться головна роль у збереженні природи, генофонду живих організмів, унікальних ландшафтів і об'єктів культурної спадщини. Частка національних парків з усією площею охоронних територій складає: у Франції, Ірландії, Польщі – більше 75%; у Канаді, Італії, Швеції, Норвегії – 50-75%; у Греції, США, Іспанії, Швейцарії – 25-50%.

На південному заході України проживають нечисленні представники гагаузів, у Криму – караїмів. І, звичайно, побут, традиції корінних жителів цих місцевостей особливо є цінними для світової історії та культури. Краєзнавчі музеї, де це все можна побачити, користуються в іноземних туристів незмінним попитом. У таких місцях туристів очікує знайомство з культурою, звичаями, традиціями корінних жителів, а також участь у національних святах та ін.

Постійно поліпшуються умови, якість послуг, які надаються в Україні іноземним туристам. Скажімо, хорошу французьку кухню можна замовити в Києві, зокрема в ресторані *Comme il faut*, розміщеному в центрі Києва в недавно відкритому п'ятизірковому готелі класу "люкс", з прекрасним виглядом на Михайлівську площу. Вищезазначений український готель нічим не відрізняється від французьких чи британських.

До кращих готелів не лише України належить *Inter Continental Kyiv*, який має 272 кімнати класу "люкс", в т. ч. 5 посольських апартаментів, а також ексклюзивні 212-метрові королівські і 314-метрові президентські апартаменти. Останні оснащені системою безпеки та індивідуальним ліфтом. Всі номери виконані в класичному стилі за проектом відомого британського дизайнера Девіда Салмана. Тут працюють ресторани французької, італійської, середземноморської кухні. Готель пропонує ексклюзивну можливість – взяти декілька уроків у шеф-повара.

Цікавою для відвідувань іноземним туристам є Бесарабія, зокрема м. Ізмаїл, яке часто називають містом не реалізованих перспектив. Коли це місто закладалось, ця місцевість була однією із найважливіших стратегічних точок Причорномор'я. Місто будувалось з широкими вулицями та просторими площами. І навіть сьогодні, за визначенням іноземних туристів, тут відчувається патріархальний спокій.

Дуже привабливим для в'їзних туристів є Вилкове – українська Венеція – одне із культових, овіяних легендами місць нашої країни. За розповідями, у цьому населеному пункті до сьогодні жителі ходять у постолах і кофтинах з підпоясками; кожен житель має свій човен замість машини, пересувається по місту лише по воді. Унікальною є і мова населення зазначеного міста. У Вилковому під охороною держави перебуває багато птахів, риб, тварин і рослин, занесених у Червону книгу України. Тут можна зустріти лебедя, пелікана, бакланів, різнокольорових цаплів, найрізноманітніших качок, у зарослях – кабанів, очеретяного kota тощо. Вилковська полуниця відома як одна з найкращих у Європі.

Приваблюють іноземних туристів й українські Карпати, де можна побачити кам'яні статуї. Крім цього, в Карпатах збереглося ландшафтне різноманіття – гірські річки, дрімучі ліси, високогірні луки тощо.

В Україні багато регіонів (Дніпропетровщина, Запорізький край, Київщина, Черкащина), які є багатющим археологічним заповідником. Тут, як і в інших регіонах, спостерігається велике різноманіття природних пам'яток різних епох. Приваблює іноземних туристів й етнічний колорит України. У цьому плані іноземних туристів, безперечно, зацікавить Закарпаття – унікальний регіон, де свій клімат, своя фауна, своя мова; де на початку ХХ ст. існувала Карпатська Україна; де знаходиться центр Європи, найвищий у нашій країні водоспад Труфанець, висота якого досягає 36 м. Це не класичний водоспад, а каскад із невеликих водоспадів.

Сьогодні багато міських жителів намагаються відпочити там, де первозданна природа, самотня культура різних народів, де є унікальні лікувальні ресурси. Україна належить до найбагатших країн світу на лікувальні ресурси, зокрема кліматичні ресурси. Серед останніх – заповідники, які створюють передумови для формування рекреаційно-туристичного комплексу. В його структурі комплекси лікувального спрямування є одними із найстаріших видів. Рекреаційно-туристичний комплекс цього спрямування доволі поширений у країнах із вигідним географічним

розташуванням та сприятливими кліматичними умовами. Саме в таких місцях зосереджені зимові й літні кліматичні курорти Італії, Франції, Німеччини, Чехії, Болгарії. До таких країн належить й Україна. Далеко за межами нашої держави відома Ялта – центр курортно-лікувального туризму.

Винятково важливу лікувальну властивість мають бальнеологічні ресурси (питні й купальні води, лікувальні грязі, унікальні підземні джерела, які є чудодійним засобом для лікування багатьох захворювань). У Карпатах, на Полтавщині, Київщині, Вінниччині, Одещині функціонує багато мінеральних джерел. Більше 200 джерел і свердловин мінеральних вод є в Передкарпатті України; у Закарпатті – їх налічується понад 600 (вуглекислі, радонові, йодобромні, солоні, кислі та інші), лікувальні властивості яких не поступаються джерелам Цхалтубо, П'ятигорська тощо. Крім того, ці регіони характеризуються самобутньою культурою, традиціями, особливим способом життя, що є характерною базою для розвитку сільського туризму.

Великими лікувальними властивостями характеризуються також лісові й пляжні ресурси. Для рекреаційних цілей в Україні може використовуватись 1,5 тис. км. морського берега. Найвищу рекреаційну цінність має Південний берег Криму, а також узбережжя Азовського моря.

Україна має декілька печер, які входять до найбільших у світі і використовуються як рекреаційно-туристичні об'єкти міжнародного значення, де проводять не лише лікувальні процедури. Вони одночасно є і місцем для екстремального туризму. Провести в печерах відпустку, дістатися до тих місць, де ще не побувала людина, в екстремальних умовах стає більше популярним, особливо серед молоді. Світовий досвід підтверджує, що екстремальні умови дають змогу отримати більше вражень, ніж, наприклад, перебування на морському пляжі. Роль екстремального туризму посилюється в умовах, коли зростає кількість захворювань, пов'язаних зі стресовою ситуацією. Водночас утверджується думка, що чим суворіші умови, тим сильніший антистресовий ефект.

Серед найрізноманітніших туристично-рекреаційних ресурсів виділяються земельні, зокрема, рекреаційного призначення. Особливо великими рекреаційними земельними ресурсами володіють Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Рівненська, Сумська, Херсонська, Хмельницька та Чернігівська області. В кожній із них землі рекреаційного призначення відповідно становлять: 172,4; 155,4; 257,5; 181,4; 161,6; 309,5; 248,6 тис. га. Наявність земель рекреаційного призначення сприяє (за рахунок їхнього раціонального використання) вирішенню багатьох соціальних проблем. Серед останніх – розширення мережі робочих місць, зменшення відтоку молоді з сільської місцевості, покращення соціальної інфраструктури, зростання добробуту селян тощо.

Рекреаційні земельні ресурси – це важливий ресурс для розвитку агроекологічного туризму, який може бути як внутрішнім, так і зовнішнім. При такому виді туристичної діяльності основна орієнтація має бути спрямована, безперечно, на вітчизняного споживача. Такий підхід дасть змогу зменшити відтік фінансових ресурсів і сприяти подальшому розвитку туристичної індустрії та підвищенню конкурентоспроможності території. Саме тому агроекологічний туризм, який розпочав формуватися ще у 70-х роках минулого століття, останнім часом у світі набув значного розвитку. Останнім часом у різних країнах світу вникає, з одного боку, проблема задоволення нової потреби в екологічно орієнтованих упродовженнях, а з іншого – проблема ефективного використання ресурсів. У результаті екологічний туризм стає одним із найбільш інтенсивно розвиваючих секторів туристичної сфери загалом. Головна мета агроекологічного туризму – зупинення масового відтоку населення із сільської місцевості у місто. Останній (відтік) зумовлений тим, що в розвинених країнах й аграрне виробництво стає все більш наукоємним. А це веде до

скорочення кількості робочих місць та підвищення безробіття в сільській місцевості. Водночас з розвитком сільського туризму активізується диверсифікація громадської діяльності шляхом розвитку суміжних та альтернативних видів зайнятості, а також самозайнятості. Натомість у мешканців великих міст виникла потреба спілкування з природою, відпочинку на чистому повітрі, у природній тиші, споживати натуральні продукти харчування. У багатьох сільських населених пунктах спостерігається природне різноманіття, красиві природні та антропогенні ландшафти, пейзажі, наявність грибів і ягід, лікарських трав у лісах. Більшості сіл притаманне спокійне, розмірене життя селян. Все це формує унікальне поєднання місцевих туристично-рекреаційних ресурсів, сприяє розвитку агроекологічного туризму. Останній передбачає й можливість туристів глибше ознайомитись із сільськогосподарськими видами діяльності, із можливостями збереження природи, а також сприяє раціональному використанню земельних ресурсів. Особливість екотуризму полягає в тому, що частина отримуваних винагород за туристичну діяльність спрямовується на захист і відновлення ресурсної бази, вдосконалення технології надання туристичних послуг.

Як показує світовий досвід, високу ефективність агроекологічного туризму можна досягти, якщо його розвиток ґрунтується на таких принципах:

- активне збереження природної та культурної спадщини;
- залучення жителів місцевої громади до планування, розвитку та здійснення агроекологічної туристичної діяльності, що сприяє підвищенню їхнього добробуту;
- роз'яснення туристам значення природної та культурної спадщини відвідуваних місць;
- спрямування туристичної діяльності на індивідуальні подорожі й організовані туристичні групи невеликих розмірів.

Агroeкотуризм започатковувався як нероздільна діяльність у сільській місцевості, де останнім часом, як зазначалось вище, все більше людей хоче відпочивати. Відомо, що у світі (Україна у цьому плані не є винятком) все більше населення відмовляється від пляжного відпочинку, надаючи перевагу агroeкотуризму. Щоправда, в Україні цей вид туризму ще не набув таких масштабів, як на Заході. В Австрії, наприклад, для багатьох дрібних сільськогосподарських підприємств організація відпочинку міських жителів у фермерських садибах стала другою за значимістю сферою господарської діяльності. Тут майже кожна десята селянська садиба пропонує певний вид туристичних послуг. А доходи від цього виду економічної діяльності в цій країні перевищують сотні мільйонів євро. За час перебування в селі відпочиваючі щорічно витрачають 700–800 млн. євро. Високоприбутковим агroeкологічним туризмом є практично в усіх країнах Європейського Союзу, у США тощо.

Офіційна статистика показує, що із загальної кількості туристів майже кожен третій надає перевагу саме різним видам туризму у сільській місцевості. Тому агroeкотуризм нині практично є частиною політики держав Європейського Союзу, зокрема з того часу, коли почали стрімко скорочуватись у країнах ЄС обсяги сільськогосподарського виробництва і гостро постала проблема наявності робочих місць та зайнятості населення у сільській місцевості.

Агroeкотуризм передбачає відпочинок туристів на базі фермерського чи присадибного господарства. Такий туризм поєднує широкий спектр різних видів туризму, заснованих на використанні природних, історичних та інших особливостей ресурсів сільської місцевості. А раціональність, ефективність та екологічність використання земельних ресурсів значною мірою визначатимуть і рівень економічного розвитку туризму, зокрема в сільській місцевості.

Водночас розвиток агроекотуризму передбачає необхідність взаємного узгодження екологічних і соціальних чинників; забезпечення балансу між виробничими, природничо-науковими, соціально-економічними та екологічними проблемами сталого землекористування.

Попит на сільський туризм у світі швидко зростає. Так, Всесвітня туристична організація визначила агротуризм як одну із перспективних галузей індустрії відпочинку, що не лише дає змогу відпочиваючим провести час у живописних екологічно чистих куточках сільської місцевості, але й пропонує агроформуванням і сільським жителям реальну альтернативу розвитку.

В Україні, як показує уже накопичений досвід багатьох регіонів (Львівського, Івано-Франківського, Закарпатського, Полтавського), розвиток цього виду туризму сприяє успішному вирішенню багатьох соціально-економічних проблем, у тому числі таких, як проблеми сільського розселення, підтримка системи управління на основі стійкого розвитку, переведення частини аграрного населення у сферу послуг тощо. Цей вид туристичної діяльності вирішує головну проблему – зменшення соціальної напруги, зниження рівня бідності серед сільських жителів та зміцнення здоров'я відпочиваючих.

Для розвитку цього виду туризму (агроекотуризму) доцільно використовувати досвід інших країн. У цьому контексті заслуговує на увагу досвід Білорусії. Тут велика увага приділяється тому, щоби продовольча продукція, що пропонується відпочиваючим, відповідала сучасним стандартам. У країнах Європейського Союзу, наприклад, роботу зі стандартизації послуг, що надаються населенню у сфері сільського туризму, проводять у рамках міжнародних програм ЄС за найбільш активної участі асоціацій суб'єктів агротуристичної діяльності (EUROGITES – Європейської Федерації фермерського та сільського туризму, ECEAT – Європейського центру екоагротуризму тощо). Досвід Білорусії та інших Європейських держав у цьому контексті потрібно активно використовувати в Україні, адже цей вид туризму є доволі дешевим і водночас корисним, особливо для міських жителів, які безпосередньо контактують з екологічно чистою природою. До того ж вигідно можуть продаватись сільськогосподарські продукти навіть у формі смачних страв, що їх готуватиме сторона, яка приймає.

Водночас, щоби освоювати туристичний ринок сільської місцевості необхідно створити систему менеджерсько-маркетингові центри як з боку села, так і зі сторони міста, тобто забезпечити дію системи "попит – пропозиція".

Розвитку туризму взагалі і міжнародного, зокрема, сприяє підвищення рівня освіти, вдосконалення системи медичного обслуговування населення, впровадження нових інформаційних технологій, турбота про збереження та розвиток культурного потенціалу, забезпечення гармонізації відносин між різними країнами, народами. Розвиток туризму потребує оздоровлення й навколишнього середовища.

Як показують результати наших досліджень, на розвиток туристичної сфери негативно впливають:

- відсутність чіткої державної політики у сфері туризму в Україні, у тому числі тих його видів, що позитивно впливають на стан здоров'я населення;
- негативний імідж України в екологічному плані у зв'язку з Чорнобильською катастрофою;
- відсутність в Україні ефективного маркетингу у сфері туризму загалом і міжнародного, зокрема;
- низька якість об'єктів проживання та низький рівень сервісу обслуговування;
- нерациональне використання туристично-рекреаційних ресурсів;
- незадовільне екологічне становище в місцях рекреаційних ресурсів;

- деградація окремих ресурсів (зокрема, лікувальних ресурсів Куяльницького, Хаджибейського та Будацького лиманів) тощо.

Варто зазначити, що загалом туристично-рекреаційний потенціал України використовується недостатньо ефективно. Сьогодні ще не відрегульований механізм стимулювання розвитку цього комплексу, відсутня стратегія ефективного його функціонування, а значна частина туристично-рекреаційної зони перебуває у занедбаному стані. Відсутність очисних споруд, збору та вивозу сміття призводить до забруднення не лише туристично-рекреаційних ресурсів, але й навколишнього природного середовища загалом.

До цього часу недостатньо розвиненим залишається готельне господарство в Україні. Кількість постояльців нині діючих готелів у багатьох регіонах останнім часом має тенденцію до зменшення. У 2012 р. наша держава очікує суттєве зростання чисельності іноземних туристів. А це потребує активізації процесу модернізації матеріально-технічної бази та інфраструктури туристично-рекреаційної сфери.

Успішний розвиток туристично-рекреаційного комплексу можливий лише на основі ефективного використання її ресурсів. А це потребує, щоб ця сфера відповідала міжнародним і, перш за все, європейським стандартам і була укомплектована кваліфікованими кадрами. Сьогодні у цій сфері має місце нестача таких кадрів, зокрема середньої ланки (адміністраторів, екскурсіводів, гідів), що зумовлює проблему активізації оздоровчо-лікувального, активного та сільського туризму, ресурси для яких є практично в усіх регіонах. Останні визначаються як ефективний інструмент, що дає змогу впливати на поліпшення економічної, соціальної та екологічної ситуації на ринку туристично-рекреаційних послуг, зокрема тих, що надаються з використанням пам'яток садово-паркового мистецтва. До Державного реєстру нерухомих пам'яток України національного значення занесено 17 пам'яток, у тому числі пам'яток археології – 12, історії – 4, монументального мистецтва – 1. Як зазначалось у документах Всесвітнього саміту, що відбувся в 2002 р. в Ріо-де-Жанейро, у розвитку туризму має бути забезпечено узгодження та гармонізація взаємовідносин людини та її оточення за:

- вектором часу – досягнення короткотермінових і довгострокових цілей у вирішенні альтернативних проблем отримання швидкого та максимального прибутку туристичним бізнесом, використання туристичних ресурсів у межах відновлюваного процесу або оптимізація цих взаємовідносин;
- вектором простору – задоволення потреб міжнародного туристичного руху та міжнародного капіталу у вирішенні проблеми територіального просування туристичних потоків у все нові місцевості, поліпшення економічних умов розвитку місцевих громад, консервація окремих потенціальних туристичних об'єктів, або ж оптимізація альтернативних підходів і мінімізація туристичного втручання в умови і спосіб життя окремих громад [18, с. 39].

У багатьох країнах світу для значної частини населення туризм є основним джерелом доходу. Саме у цих країнах забезпечується сталий соціально-економічний розвиток. Останній передбачає наявність передумов задоволення потреб усіх людей, а також надання всім бажаючим можливості задовольнити свої прагнення до кращого життя, у якому туризм посідає важливе місце, у тому числі стосовно зміцнення здоров'я населення. Покращенню здоров'я населення сприяє не лише лікувальний, сільський (зелений) туризм, але й реабілітаційний. У багатьох регіонах спостерігається збільшення об'єктів прийому-розміщення відпочиваючих. Наприклад, в Одеській області функціонує 46 санаторно-курортних установ, що становить 10,5% від усієї сукупності санаторно-курортних установ України. Тут функціонують санаторії, що спеціалізуються на лікуванні захворювань нервової та



опорно-рухової систем, органів дихання та кровообігу. Широка мережа подібних оздоровчих закладів функціонує також в АР Крим, у Львівській, Закарпатській, Полтавській та інших областях. Проте зростання вартості санаторно-курортного лікування, з одного боку, та низький рівень доходів основної частини населення України, з іншого боку, негативно позначились на завантаженні санаторіїв. Простежується тенденція зменшення чисельності оздоровлених (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка чисельності оздоровлених у санаторно-курортних закладах України

Показник	2006/07 рр.	2007/08 рр.	2008/09 рр.	2008/09 рр. до 2006/07 рр., %
Усього, тис. осіб	3486	3592	3122	91,6
у т.ч. санаторіях	1419	1527	1330	93,7

Джерело: [14, с. 98].

Для подальшого зростання як мережі, так і місткості цього сегмента туристично-рекреаційних закладів, а також і відпочиваючих у них необхідно суттєво підвищити якість обслуговування у туристично-рекреаційних закладах, а ступінь комфортності довести до міжнародних стандартів. Останньому, на наш погляд, має сприяти реалізація підписаного меморандуму Державною службою туризму і курортів України з Комітетом інвестиційного співробітництва стосовно створення інвестиційного майданчика та сприянню залучення інвестицій у проекти туристичної сфери України.

Перспективи розвитку туристично-рекреаційної сфери, на наш погляд, мають бути пов'язані з:

- формуванням конкурентноспроможного ринку туристично-рекреаційних продуктів шляхом ефективного використання відповідного потенціалу, прискорення розвитку ринкового середовища;
- модернізацією та реконструкцією наявної матеріально-технічної бази туристично-рекреаційного комплексу;
- розвитком лікувально-оздоровчого, екологічного, сільського (зеленого) та інших видів туризму;
- поліпшенням екологічного стану туристично-рекреаційних територій;
- формуванням та раціональним використанням інформаційно-маркетингової служби у туристично-рекреаційній сфері;
- розвитком підприємництва та залученням іноземних інвестицій у розвиток цієї сфери шляхом активізації підприємницької діяльності у туристично-рекреаційній сфері, що може відбуватись за рахунок отримання валютного кредиту для реконструкції та експлуатації об'єктів, створення спільних українсько-міжнародних підприємств;
- активним використанням якісної реклами та глибокої інформації про готелі, тури та рівень обслуговування;
- впровадженням гнучкої державної політики фінансового регулювання розвитку туристично-рекреаційної сфери, яка має забезпечити, щоб усі податки та платежі, що стягуються із суб'єктів туристично-рекреаційного господарювання, залишалися на місцях і спрямовувалися на розвиток цього комплексу, утримання об'єктів благоустрою та інфраструктури загального користування в туристично-рекреаційних центрах.

Все це має сприяти не лише підвищенню рівня обслуговування населення, а й зростанню його добробуту.

На Україні, як показує статистика, проживає більше 130 народів і народностей, що може бути цікавим для іноземних туристів. Проте до цього часу туристичний ринок, як і його міжнародний сегмент, у нашій державі залишається дуже слабо-розвинутим. Причини останнього, на наш погляд, такі:

- відсутність грамотно вибудованої маркетингової політики. Нерідко про унікальні місця, які іноземні туристи можуть відкрити для себе в Україні, можна дізнатись лише спеціально поставивши це питання. Хоча уже й тут упроваджуються нові технології. Скажімо, останнім часом у світі швидко розвивається електронна комерція. Більше 20% бронювання місць у готелях, квитків у світі проводиться в режимі он-лайн. При цьому у Східній Європі всього 5% туристів звертається в Інтернет за квитками та для бронювання готелів, тоді як у США – 40–45%. Сьогодні Інтернет фундаментально змінює структуру туристичної сфери, пропонуючи туристам доступ до інструментів самостійної організації поїздок. Індивідуальні мандрівки стають все більш он-лайн-залежними. Натомість в Україні це ще не набуло достатнього поширення, проте зростання цього процесу простежується. Нині більше 15% українців активно використовують Інтернет, тоді як, наприклад, у 2001 р. ця цифра становила 0,4%. Тобто для пришвидшення розвитку, зокрема його українського сегмента, міжнародного туризму необхідно активно працювати у сфері он-лайн послуг, пропонуючи індивідуальний сервіс, просуваючи себе як експертів-консультантів. Фахівці стверджують, що постійна присутність в Інтернеті, ефективне використання веб-інструментів дає значні можливості для розширення аудиторії та підвищення якості пропонувананих послуг.

Авіакомпанія “МАУ” першою в Україні пропонує своїм пасажиром нову послугу – реєстрацію на рейс он-лайн за добу до вильоту. Щоправда, така послуга є доступною лише пасажиром, які вилітають рейсами МАУ із аеропорту “Бориспіль”. Он-лайн реєстрація відкривається за 13 год. до вильоту рейса за розкладом. Пасажир, який бажає самостійно вибрати місце в літаку і зареєструватися на рейс, заходить на веб-сайт МАУ [www.fly-ua.com](http://www.fly-ua.com), ідентифікує себе за прізвищем і кодом бронювання, номером електронного квитка чи картки. Після вибору місця пасажир отримує на свою електронну адресу посадочний талон, що містить спеціальний штрих-код, і роздруковує його на принтері. Такий документ є еквівалентом звичайного посадочного талону, що видається під час реєстрації в аеропорту.

В Україні ще надзвичайно слабо туристичний продукт просувається за допомогою реклами. Відомі далеко за межами нашої держави місця відпочинку – Південний берег Криму, Трускавець, Миргород, Моршин. Проте багато навіть унікальних місць відпочинку ще не відомі, а тим більше за рубежом. Подолання цієї проблеми може сприяти об'єднання зусиль бізнесу та держави, які мають бути зацікавлені в тому, щоб менше наших людей виїжджало з туристичною метою в інші держави, а більше іноземних туристів приїжджало до нас, в Україну та її регіони. Останньому, як показує світовий досвід, сприяє і співробітництво українських туристичних фірм із зарубіжними. Адже зарубіжні фірми можуть пропонувати своїм громадянам відпочинок в Україні лише тоді, коли самі про нього добре проінформовані;

- відсутність в Україні хороших доріг. До цього часу в нашій державі дороги за своєю якістю значно відстають від європейських. Великі надії на поліпшення доріг покладаються, як відомо, на Євро-2012. За цією програмою уже будуються автобани, однак вони стосуються лише декількох регіонів. Іноземних же туристів очікують в усіх регіонах. Поліпшити стан українських доріг, привести їх у

відповідність із сучасними вимогами без допомоги держави практично неможливо;

- низька якість соціальної інфраструктури, зокрема у місцях очікуваного (можливого) відпочинку іноземних туристів;
- відсутність надійної системи безпеки іноземних туристів. Нині діючі заходи щодо забезпечення безпеки вживаються недостатньо продумано та ефективно тощо.

Організація ж туристичного бізнесу потребує великих фінансових витрат. А тому вкрай важливою є необхідність допомоги держави, у тому числі й стосовно конкурентноздатності цін на туристичні послуги, зокрема готельні послуги, що пропонують українські фірми. Нині ціни на туристичні послуги в Україні не відповідають асортименту та якості послуг, пропонованих іноземним туристам. Це, на наш погляд, є однією з причин того, що навіть наші громадяни надають перевагу відпочинку в Єгипті, Туреччині, Ізраїлі, де він (відпочинок) є значно дешевшим, ніж у нашій державі. Тому пошук шляхів здешевлення туристичних послуг з одночасним розширенням асортименту та підвищенням їхньої якості є важливим кроком на шляху розвитку в'їзного туризму.

Отже, створення умов для якісного відпочинку іноземних громадян в Україні є однією з найгостріших проблем. При її вирішенні важливо використати досвід інших країн, зокрема Німеччини, де в плануванні розвитку туристичної сфери на державному рівні визначаються пріоритети, проводиться їх систематизація і послідовно вибудовуються заходи для досягнення запланованих цілей. Заслуговує на увагу, на наш погляд, і розподіл зон відповідальності між різними рівнями влади не лише за територіальною ознакою, але і за тактично-структурною. Скажімо, загальнодержавні органи Німеччини (це органи федерального рівня) мають відповідати за розробку та побудову загальної стратегії розвитку галузі в країні, просування туристичного продукту країни як в середині країни, так і за кордоном, а також за загальноекономічні заходи щодо розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. Регіональні ж і місцеві органи влади відповідають за розвиток інфраструктури та реалізації [20].

Досвід інших країн показує, що розвитку міжнародного туризму сприяє дотримання при цьому системного підходу, складовими частинами якого є організація відповідної структури органів виконавчої і законодавчої влади на загальнодержавному та регіональному рівнях, що передбачає необхідність розробки та реалізації заходів, програм, інших документів на високому професійному рівні. Все це сприяє ефективному використанню туристично-рекреаційних ресурсів.

У контексті економічного аналізу, перш за все, доцільно розглядати лише ту частину туристичних ресурсів, яка залучена в економічний оборот і забезпечує доход державі чи бізнесу. Такий підхід дає змогу провести спеціалізацію виробництва послуг туризму, притік грошових ресурсів, розширення мережі робочих місць, стимулювання розвитку багатьох ключових галузей економіки (будівництво, торгівля, громадське харчування, транспорт, зв'язок, сільське господарство та ін.).

Однак, не дивлячись на все вищезазначене, темпи розвитку туризму загалом і міжнародного, зокрема, в Україні не є високими (рис. 2).

Як видно із рис. 2, уже в 2009 р. кількість іноземців, які відвідали Україну, суттєво зменшилась. Ця тенденція простежується і в 2010 р. Лише протягом першого кварталу 2010 р. Україну відвідало іноземних туристів на 5% менше, ніж за аналогічний період попереднього року. При цьому варто зазначити, що зменшення обсягів в'їзного потоку відбулося за рахунок зменшення кількості поїздок за всіма мотиваціями. Україна значно відстає від інших європейських країн за цим видом туристичної діяльності як загалом, так і в розрахунку на одного жителя країни (табл. 2).

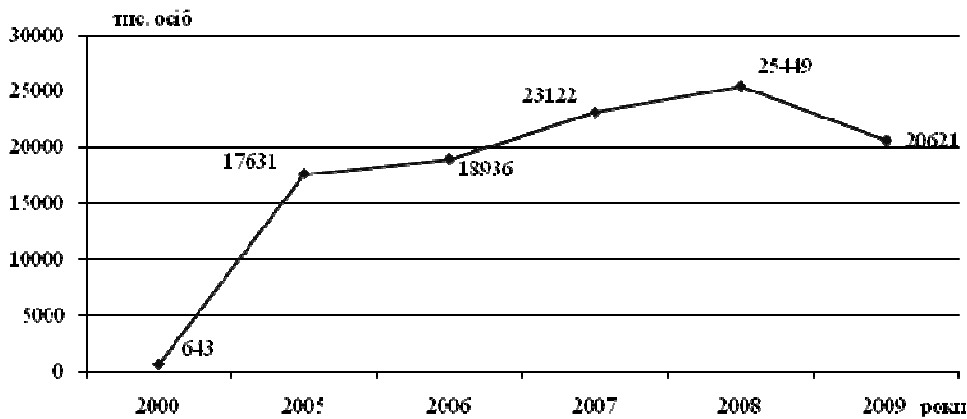


Рис. 2. Динаміка кількості іноземців і осіб без громадянства, які відвідали Україну, в т. ч. з одноденними відвідувачами

Таблиця 2

Рейтинг європейських країн за кількістю туристів на одного жителя

Країна	В'їзний туризм, тис. осіб	Населення, тис. осіб	Іноземних туристів на душу населення, осіб
Сан Маріно	3071	27	113,7
Андорра	2949	66	44,7
Монако	300	32	9,4
Кіпр	2686	671	4,0
Мальта	1216	393	3,1
Астрія	17082	8128	2,2
Угорщина	20674	10187	2,0
Ліхтенштейн	62	33	1,9
Люксембург	807	441	1,8
Ірландія	6749	3838	1,8
Швейцарія	11000	7232	1,5
Хорватія	5831	4437	1,3
Франція	75595	59191	1,3
Іспанія	47898	40265	1,2
Португалія	12097	10299	1,2
Україна	373	46000	0,008

Джерело: [17, с. 40–48].

На зменшення потоку іноземних туристів, які відвідали Україну, на кількість іноземних туристів у розрахунку на одного жителя країни вплинуло багато факторів, серед яких і якість інфраструктури. Основними представниками іноземців, які відвідують нашу державу, є Росія, Угорщина тобто близькі сусіди (табл. 3).

Крім вищезазначених проблем, негативно на в'їзний туризм впливають: відсутність системного державного підходу у створенні сприятливих умов розвитку цього сегмента туристичної діяльності та сильних національних брендів; інформаційна непрозорість; недосконалість національного законодавства щодо розвитку цього виду туризму; нерозвиненість, моральний та фізичний знос основних засобів сфери туризму; низький рівень вітчизняного сервісу тощо.

Таблиця 3

Рейтинг 10 головних країн в'їзного туризму

Країна	Кількість осіб	у %	Зміни І кв. 2009 р. – І кв. 2010, %
Росія	1068870	30	+8
Молдова	757236	21	-17
Польща	523240	15	-14
Білорусь	359939	10	-20
Румунія	258915	7	+2
Угорщина	232558	6	+35
Словаччина	107780	3	-20
Німеччина	29392	1	+6
Узбекистан	20745	0,6	+1
США	17226	0,4	-15

Джерело: [6].

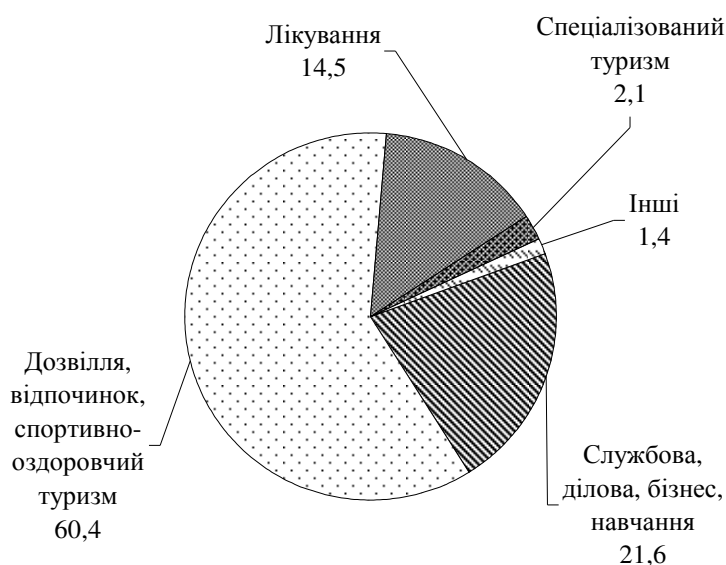


Рис. 3. Структура іноземних туристів, які відвідали Україну з певною метою, %, 2009 р.

Понад 56% із загальної кількості іноземних туристів становлять діти віком 0–14 років, майже третину молодь віком 18–28 років [14, с. 84].

Із загальної кількості іноземних туристів 21,6% становили туристи, метою відвідування України яких були службова, ділова, бізнес, навчання; з метою дозвілля, відпочинку, спортивно-оздоровчої – 60,4%. Тобто ці туристи становили основну частину іноземних туристів. 14,5% іноземних туристів відвідували нашу державу з метою лікування. Основну частину структури турпотoku за мотивацією складає приватний туризм. На представників спеціалізованого туризму припадає 2,1%. З іншою метою Україну відвідує менше півтора відсотка іноземних туристів.

З огляду на це важливо розвивати інтернаціональні й національні проекти та програми, що передбачають впровадження стимулів для збільшення в'їзного тури-

зму. До останніх можуть належати: податкові пільги, спрощення візових формальностей, створення сприятливих умов для інвестицій тощо.

До найбільш значимих проблем, що вимагають посиленої уваги належить недостатній рівень туристичної інфраструктури, яка є необхідною умовою освоєння природних рекреаційних ресурсів, розвитку туристичної індустрії тощо. Подальшого поліпшення потребують: транспортна та інженерна інфраструктура, підприємства роздрібної торгівлі, засоби розміщення та підприємства харчування. Особливої уваги потребують готелі, більшість із яких в Україні належать до не категорійних (табл. 4).

*Таблиця 4*

Кількість підприємств готельного господарства за типами, їхня місткість, 2009 р.

Підприємства	Кількість, одиниць		Розподіл підприємств за типами, %	Розподіл підприємств, місць	Середня місткість підприємств	
	підприємств	у них номерів			номерів	місць
Усі типи	1684	76019	100,0	174398	45	104
Готель	858	42798	51,0	77610	50	90
Мотель	26	467	1,5	910	18	35
Готельно-офісний центр	5	62	0,3	102	12	20
Кемпінг	9	220	0,5	504	24	56
Молодіжна турбаза та гірський притулок	54	2334	3,2	5753	43	107
Гуртожиток для приїжджих	184	4609	10,9	11878	25	65
Інші місця для тимчасового проживання	548	25529	32,6	77641	47	142

Джерело: [17].

Питома вага інвестицій, спрямованих у розвиток готелів та інших місць для тимчасового проживання, у загальному обсязі освоєних капітальних вкладень у 2009 р. становить 1,5%. Його, безперечно, недостатньо, проте дало змогу мережу готелів порівняно з 2008 р. збільшити на 2,4%.

Подальший розвиток туристичної інфраструктури не може обмежуватись лише створенням нового та реструктуризації готельного фонду. Надзвичайно важливим, на наш погляд, є забезпечення комплексного у розвитку туристичної інфраструктури, яка охоплює не лише широкомасштабне будівництво нових засобів розміщення туристів, але й супутніх видів інфраструктури.

Все це, на наш погляд, сприятиме розвитку в'їзного туризму, який у перспективі має набути подальшої диверсифікації. Завдання диверсифікації туристичного продукту має розв'язуватись, перш за все, через розширення туристичної пропозиції, вимагаючи створення умов для розвитку міжнародного туризму, перш за все, на базі особливо охоронних природних територій і культурних об'єктів. За даними

експертів, перспективних видами міжнародного туризму будуть пізнавальний, спортивний, культурний, науково-експедиційний, конгресний. Подальшого розвитку має набути курортно-оздоровчий туризм на основі використання місцевих рекреаційно-туристичних ресурсів. Щоправда, це потребує проведення на регулярній основі моніторингу тенденцій попиту і пропозиції відповідних послуг, що дасть змогу завчасно ідентифікувати проблеми зростання, а також визначити нові можливості для розвитку цієї галузі економіки.

Світова практика показує, що ефективність моніторингу тим вища, чим краще організований відповідний інвестиційний моніторинг. Це обумовлено тим, що інвестор більше, ніж будь-хто зацікавлений як у збереженні вкладених ресурсів, так і в отриманні доходів в обсязі, не меншому середньої дохідності на вкладений капітал при середньому рівні ризику. Його забезпечення актуалізується в умовах волатильності середовища, що характеризується високою амплітудою періодичних змін попиту та відповідної ділової активності в туристичній сфері. Виявленню цього сприяє проведення SWOT-аналізу (від англійських слів: strength – сила; weakness – слабкість; opportunity – можливості; threat – загрози).

Саме оцінка сильних і слабких сторін, можливостей та загроз дасть змогу правильно обрати стратегічні напрямки розвитку як туристичної сфери діяльності загалом, так і її міжнародного сегмента. Все це дасть змогу міжнародному туризму стати однією з важливих складових сталого економічного розвитку.

Для цього важливо використати досвід інших країн, наприклад, Австралії, де доволі успішно функціонує Державна рада щодо розробки туристичних прогнозів, надаючи допомогу при залучення капітальних вкладень з урахуванням потреб інфраструктури, а також передбачень майбутнього попиту в туристичному секторі. Водночас необхідно вибрати пріоритетні напрямки ефективного використання організаційних, матеріальних і фінансових ресурсів, зокрема:

- створення системи підготовки висококваліфікованих кадрів сфери міжнародного туризму. В цьому плані заслуговує на увагу досвід Франції, де магазини зорієнтовані на іноземців. І тут є можливість робити покупки з індивідуальним консультантом, який розмовляє мовою гостя, водночас не забуває підкреслити престижність та імідж французького товару;
- формування сучасної маркетингової стратегії просування туристичного продукту на міжнародних ринках;
- розвиток туристичної інфраструктури на основі залучення приватних капіталовкладень. У цьому випадку ми маємо використати ті новобудови, що уже збудовані і будуються у контексті програми "Євро-2012", як, наприклад, це використовується у Франції, де важливими елементами іміджевої політики стали спортивні споруди, побудовані до Олімпіади 1992 р.;
- вдосконалення системи управління міжнародним туристичним бізнесом;
- забезпечення пріоритетності розвитку туристичної сфери загалом та її міжнародного сегмента, зокрема, з боку держави.

За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, темпи зростання міжнародного туризму в перспективі збережуться. У цьому контексті Всесвітня туристична організація прогнозує підвищення попиту на п'ятизіркові готелі, кемпінги, сувенірну продукцію, розважальні парки, екскурсійні послуги тощо.

---

\* Моніторинг тенденцій попиту передбачає наявність якісних статистичних даних по туризму, в тому числі даних про кількість іноземних туристів; про роботу готелів й оздоровниць, якість послуг, які вони надають; про витрати туристів, а також даних щодо місця туризму в розвитку економіки.

Таблиця 5

SWOT-аналіз стану та розвитку туристично-рекреаційної сфери в Україні

<b>Сильні сторони</b>		<b>Слабкі сторони</b>	
1.	Сприятливе геополітичне положення України	1	Повільні темпи зростання інвестицій у розвиток інфраструктури туристично-рекреаційної сфери
2.	Можливості для розвитку всіх видів туристично-рекреаційної діяльності, забезпечення наявності різноманітних природних та історико-культурних туристичних ресурсів	2	Відсутність бюджетного фінансування важливих для розвитку туристичної і курортної сфер України заходів
3.	Забезпеченість розгалуженою транспортною інфраструктурою (хоча і низької якості)	3	Низький рівень платоспроможного попиту населення
4.	Наявність конкуренції туристичних операторів	4	Невідповідність національних туристичних і рекреаційних послуг між ціною та якістю
5.	Значний розвиток культури відпочинку українців	5	Залежність ефективності функціонування галузі від економічної та політичної ситуації
		6	Низький рівень інформаційних технологій, що використовуються в туристично-рекреаційній сфері України
<b>Можливості</b>		<b>Загрози</b>	
1	Прихід в Україну європейських операторів, що призведе до зниження ціни та збільшення ємності ринку	1	Несприятлива економічна ситуація в державі
2	Інвестування в розширення туристично-рекреаційного бізнесу	2	Збільшення ціни на туристичні та санаторні послуги
3	Розвиток різноманітних напрямків туризму (екстремальний, історико-культурний, науковий, діловий, зелений тощо)	3	Зменшення варіантів туристично-рекреаційних послуг для населення із середніми доходами
4	Розширення туристичних маршрутів під впливом зміни вподобань українців і втрати популярності масових напрямків	4	Відмова від туристично-рекреаційного відпочинку
5	Удосконалення системи маркетингу в туристичній сфері, введення програм лояльності, впровадження якісної реклами в Україні як туристично-рекреаційного регіону		
6	Вдосконалення інформаційних систем у туристично-рекреаційній сфері		

Джерело: [8, с. 232].

Проте подальший якісний розвиток міжнародного туризму можливий, по-перше, при підтримці держави, при забезпеченні державного регулювання цієї сфери діяльності; а, по-друге, за умов формування цілісного туристичного комплексу. Під



останнім розуміється сукупність розміщених на території України підприємств, організацій, що продукують туристичний продукт. Конкурентноздатність та ефективність функціонування кожного із них залежить від результатів діяльності всіх суб'єктів комплексу. Водночас актуальним залишається вжиття комплексу заходів, спрямованих на підвищення культури безпеки туризму і пропонуючи формування у туристів свідомого відношення до забезпечення особистої безпеки, а також до охорони навколишнього середовища, культурно-історичної та природної спадковості. В перспективі особливостями міжнародного ринку туристичних послуг буде поєднання різних напрямків при формуванні позиції іміджу бізнесу країни – постачальника послуг, але при домінуванні в бізнесі спеціалізації одного із напрямків іміджу.

Стратегія іміджу туристичного бізнесу України як постачальника послуг на світовий рівень має бути зорієнтована на створення високого рівня привабливості своєї території. При цьому має бути використано цілий набір інструментів щодо формування іміджу. До нього належать використання різномовної поліграфічної та сувенірної продукції, орієнтація на розміщення іміджевої реклами в засобах масової інформації, організація ознайомлювальних турів працівників турфірм і просування національних каталогів у туристичних організаціях інших країн.

Все це, на наш погляд, сприятиме тому, що вітчизняна туристична індустрія, у тому числі в'їзний туризм, стане однією з найперспективніших галузей економіки, забезпечить зростання надходжень до бюджету країни та добробуту населення.

#### **Література**

1. Азар В. М. *Економіка и организация туризма* / В. М. Азар. – М. : Прод. Издат., 2005. – 368 с.
2. Бабкин А. В. *Специальные виды туризма* : [учеб. пос.] / А. В. Бабкин. – М. : Советский спорт. – 2008. – 208 с.
3. Биржаков М. Б. *Проблемы туризма и роль Национальной академии в жизни туристического общества на современном этапе* / М. Б. Биржаков // *Туристические фирмы*. – СПб-6 : Невский фонд, 2005. – Вып. 37(5).
4. *Верхоглядова Н. І. Економічний вимір якості вищої освіти як складової національної конкурентоспроможності* / Н. І. Верхоглядова. – Дніпропетровськ : Дніпр. у-т., 2004. – 156 с.
5. *Готелі та інші місця для тимчасового проживання* : [стат. бюл.]. – К. : Державний комітет статистики України, 2010. – 205 с.
6. *Довідка про динаміку туристичних послуг в Україні (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України)* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.torism.gov.ua/publ.aspx?id=2095>
7. Кабушкин Н. И. *Менеджмент туризма* : [учеб. пособ.] / Н. И. Кабушкин. – Минск : Новое знание, – 2001. – С. 20.
8. *Конкурентоспроможність в умовах глобалізації: реалії, проблеми та перспективи*. – Житомир : ТзОВ "Терно-Гаф", 2010 – С. 232.
9. *Кот О. В. Теоретичні аспекти інноваційного розвитку аграрного сектору економіки та його організаційно-економічне забезпечення* / О. В. Кот // *Проблеми науки*. – 2008. – № 9. – С. 30–37.
10. *Країнознавство та музейна справа в Україні*. – Житомир : Велика Волинь, 2010. – 544 с.

---

\* За даними ВТО, на одне прибуття у США турист витрачає 1600 дол., в Італії та Іспанії – близько 1800 дол.

11. Мудрова Л. И., Россия на мировом рынке туристических услуг / Л. И. Мудрова, А. Ю. Литовченко // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № 2 (59). – С. 72.
12. Портер М. Э. Конкуренция / М. Э. Портер; пер. с англ. под ред. Я. В. Зубовича. – М. : Вильямс, 2003. – 323 с.
13. Постсоветский институционализм : [моногр.] – [под. ред. Нуреева Р. М., Дементьева В. В.]. – Донецк : Каштан, 2005 – 480 с.
14. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні : [стат. бюл.]. – К. : Державний комітет статистики України, 2010. – С. 84.
15. Севастьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства : [учеб. пособ.]/ С. А. Севастьянова. – М. : КНОРУС, 2007. – 365 с.
16. Тотонова Е. Е. Туристско-рекреационный потенциал Канады туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : труды II Межд. научно-практической конференции. МГУ им. М. В. Ломоносова, геогр. Факультет, (Москва, 20 апреля 2007) – М. : РИБ "Турист", 2007. – 242 с.
17. Туризм в Україні : [стат. зб.]. – К. : Державний комітет статистики України, 2008. – 216 с.
18. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку. – К. : ТзОВ "Терно-Гаф", 2008. – 971 с.
19. Туристично-рекреаційний комплекс. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cata.spb.ru/ispti/turizm-r.html>
20. Jahresbericht 2008. Die Deutsche Zentrale for Tourismus e.V. (DZT) // Deutsche Zentrale for Tourismus e.V. 2007; Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung // Deutscher Bundestag. 13.02.2008.
21. Vera Kutzenko, Galyna Trillenberг "Entwicklung vom die Umwelt schonenden und die Gesundheit förderndem Tourismus" – Berlin, "Berichte" Januar/Februar 2011 s. 72–80.