Шифр “SOFT POWER”

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

**ЗМІСТ**

**Вступ 3**

**Розділ 1. Теоретичні основи розвитку міжнародного туризму в Україні**

1.1. Основні теоретичні поняття та їх визначення 6

1.2. Нормативно-правове регулювання туризму в Україні 8

1.3. Міжнародне співробітництво України в сфері туризму 10

**Розділ 2. Аналіз розвитку міжнародного туризму в Україні**

2.1. Фактори розвитку в’їзного (іноземного) туризму в Україні 13

2.2. Аналіз розвитку в’їзного туризму в Україні 17

2.3. Основні тенденції розвитку виїзного туризму в Україні 21

2.4. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні 24

**Висновки 31**

**Список використаних джерел 35**

**ВСТУП**

*Актуальність теми* даної дипломної роботи полягає в тому, що інтенсивний розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем. У багатьох країнах світу саме за рахунок туризму виникають нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення. Україна має величезний потенціал розвитку туристичного сектору. Однак він у значній мірі не реалізований. Відтак, існує нагальна потреба в комплексних дослідженнях та концептуальних наукових обґрунтуваннях напрямів та конкретних завдань перспективного розвитку регіонів.

Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму і політика держав в цій галузі викликають підвищений інтерес з боку потенційних споживачів туристичних послуг, суб'єктів туристичної діяльності, вчених в сфері економіки, а також державних органів різних країн у сфері регулювання та розвитку туризму.

У багатьох державах світу туризм розвивається як система, яка надає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями даної країни і її народу, і дає прибуток в скарбницю. Крім значної статті доходу туризм є ще і одним з могутніх чинників посилення престижу країни. Туристична діяльність в розвинених країнах є важливим джерелом підвищення добробуту держави.

Розвиток в'їзного туризму, в свою чергу, дозволить підвищити рівень матеріального благополуччя громадян України, створить нові робочі місця, підніме міжнародний авторитет держави, поповнить його валютний запас, сприятиме диверсифікації економіки, створюючи і розвиваючи галузі, які обслуговують сферу туризму.

В'їзний туризм - це діяльність, метою якої є розробка і просування національного туристичного продукту на зарубіжних туристичних ринках, пов'язані з обслуговуванням прибувають іноземних туристів на території власної держави.

В'їзний туризм в Україні істотно впливає на такі сектори економіки, як торгівля, транспорт, зв'язок, сільське господарство, будівництво і виробництво товарів широкого споживання.

*Метою* даної роботи *є* аналіз розвитку міжнародного туризму в Україні.

Для досягнення цієї мети під час виконання бакалаврської роботи необхідно вирішити наступні питання:

* визначити сутність поняття «міжнародний туризм»;
* розглянути нормативно-правове регулювання туризму в Україні;
* визначити масштаби міжнародного співробітництва України;
* охарактеризувати основні фактори розвитку в’їзного (іноземного) туризму в Україні;
* проаналізувати основні тенденції розвитку в’їзного та виїзного (зарубіжного) туризму в Україні;
* провести SWOT-аналіз міжнародного туризму країни;
* обґрунтувати проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму.

*Об’єктом* дослідження дипломної роботи *є* міжнародний туризм України.

*Предметом* дослідження *є* розвиток в’їзного та виїзного туризму в Україні.

*Методи дослідження*. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять положення теорії міжнародного туризму. В процесі дослідження зокрема використані методи: монографічний, порівняння, аналогії, аналізу, синтезу та узагальнення – для розкриття змісту основних понять та термінів, таблично-графічний метод, а також загальнонаукові методи як аналіз, дедукція та індукція, за допомогою яких опрацьовувалися інформація та результати, отримані за допомогою інших методів.

*Практична значущість*. Практична значущість роботи полягає у тому, що її можна використовувати у діяльності адміністративних та управлінських структур з координації та регулювання туристичної діяльності, а також роботи туристичних фірм.

*Аналіз досліджень і публікацій.* Значний внесок у дослідження проблем міжнародного туризму в Україні зробили такі українські вчені як В. Кравців, В. Євдокименко, М. Габрель, М. Копач та ін. Серед зарубіжний слід назвати А. Фрайтага, К. Ветце, Б. Мірбабаева, М. Шагазатову, Г. Еклса, Р. Арежки, Р. Шерифа, Д. Піотровського, також для дипломної роботи використовувались наукові та методичні праці викладачів факультету МЕВ та ТБ ХНУ імені Н.Н. Каразіна, таких як А. Парфіненко, І. Посохов, І.Волкова, І. Шамара, П. Полепіна, С. Юрченко, Г. Гапоненко.

Робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків, містить 39 сторінок тексту, 8 рисунків, 2 таблиці. Список джерел включає 26 найменувань літератури, 27 електронних публікацій.

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

**1.1. Основні теоретичні поняття та їх визначення**

Туризм є багатостороннім та багатогранним явищем та для того, щоб його зрозуміти та охарактеризувати з охопленням всіх його сторін, потребується погляд з боку багатьох наук, аспектом яких є туризм.

Різносторонність та належність туризму тим чи іншим чином до широкого спектру наук призвело до появи різноманітних визначень.

Деякі вчені зробили висновок, що «Туризм» – це самий розпливчастий і невизначений з усіх термінів, які використовуються в сфері туризму і подорожей [39, с 52].

Згідно з Законом України «Про туризм», туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від’їжджає [2].

Якщо дотримуватися слів Юрченко С.А. у ії навчальному посібнику «Міжнародний туризм», одне з найперших визначень, які були дані туризму, дали професори Бернського університету Гунзікер і Крафт у 1941 році. На їх думку туризм – це низка явищ і взаємостосунків, що виникають у результаті подорожі, поки вони не привели до постійного перебування, і не пов’язані з одержанням якої-небуть вигоди [41, с. 102].

Або, наприклад, у 1981 році Міжнародна асоціація наукових експертів у сфері туризму визначила туризм з точки зору конкретних видів діяльності, що були проведені поза межами дому [17].

Серед дефініцій існує диверсифікація на наукові та технічні (рис. 1.1.).

До наукових дефініцій можна віднести визначення американського дослідника Джафара Джафарі: «Туризм – це вивчення людини, яка знаходиться за межами території його постійного проживання, індустрії, яка задовольняє його потреби, і впливів, які як і людина, так і індустрія мають на соціокультурну, економічну і фізичну середу» [51].

Наукові

Технічні

Ціллю є виділення основних характеристик туризму та відділення його від інших схожих на нього понять.

Ціллю є забезпечення стандартизованої інформації про туризм для національних і міжнародних статистичних і пра-вових потреб.

Рис. 1.1. Розділення дефініцій туризму за ціллю [39, с. 41].

забезпечення індустрією: «Туризм – це тимчасове переміщення людей в дестинації за межами місць їх звичайної трудової зайнятості та проживання, та діяльність, якою вони займаються під час свого перебування в цих дестинаціях, і об'єкти інфраструктури, створені для задоволення потреб» [53].

Туризм – це не тільки великий бізнес, він також має розглядатися та захищатися як, можливо, один з провідних світових експортних продуктів.

Згідно з тлумачним словником Ожегова С.І. міжнародним є щось, що стосується відносин між народами, державами, зв'язків між ними [40].

Тобто міжнародний туризм – це туризм, у якому встановлюються туристичні відносини та обмін подорожуючими громадянами між двома або більшою кількість країн.

У 1936 році Ліга Націй визначила міжнародний або іноземний туризм та туристів як «хтось, хто подорожує за кордон на, як найменше, 24 години», але пізніше в 1945 році, ООН доповнила цю дефініцію включивши строк максимального перебування – 6 місяців [52].

Згідно з довідником зі складання та аналізу таблиць вводу-виводу ООН міжнародна туристична індустрія країни може бути визначена як сума внутрішньої діяльності, яка безпосередньо підтримує споживання товарів та послуг іноземних туристів у країні [50].

До міжнародного туризму належать в'їзний (іноземний) туризм та виїзний (зарубіжний) туризм.

Таким чином, у ході роботи ми будемо використовувати визначення туризму, як тимчасового виїзду особи з місця проживання та трудової діяльності в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від’їжджає, що сприяє відновленню її моральних та фізичних сил, а також діяльність, якою займається людина у рамках виїзду до моменту, доки вона не призвела до оплачуваної діяльності, індустрія, яка займається задоволенням потреб особи, яка виїхала та заходи зі стимулювання людей до здійснення поїздок у туристичних цілях.

**1.2. Нормативно-правове регулювання туризму в Україні.**

Щорічно Україну відвідують десятки мільйонів туристів. Тому виникає нагальна необхідність створення, а також вдосконалення нормативно-правової бази туризму.

Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності.

Здійснення туристичної діяльності базується на чіткій правовій основі, яку становить Конституція України, міжнародно-правові акти у сфері туристичної діяльності, Закон України «Про туризм» як спеціальний нормативно-правовий акт.

Закон України “Про туризм” визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян [2].

Важливу роль в реалізації рекреаційно-оздоровчих послуг займає курортна система. Закон України “Про курорти” визначає правові, організаційні, економічні та соціальні засади розвитку курортів.

Основою правового регулювання у сфері туристичного страхування є загальний закон України “Про страхування”.

Конституція України як Основний Закон нашої держави визначає основи правового статусу людини й громадянина в Україні. Слід зазначити, що згідно зі ст. 26 Конституції України, іноземці та особи без громадянства, що перебувають в Україні на законних підставах, користуються тими самими правами і свободами, а також несуть такі самі обов'язки, як і громадяни України, - за винятками, встановленими Конституцією, законами чи міжнародними договорами України. Складовою частиною права на свободу пересування є право на туризм, свободу туристичних подорожей [1].

В Україні затверджена Державна цільова соціальна програма розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури до 2026 р розпорядженням від 16 березня 2017 р. № 168-р.

Розвитку міжнародних відносин у цій сфері сприяють також міжнародні договори про співробітництво у галузі туризму, укладені Україною з більш як п’ятдесятьма країнами.

Наприклад, Литва уклала угоду про співробітництво в галузі культури, освіти, туризму та спорту з 43 країнами [19].

Подальший розвиток України як міжнародної конкурентоспроможної дестинації має на увазі поглиблення співробітництва з ЮНВТО та країнами світу у сфері туризму.

Основними міжнародно-правовими документами, які встановлюють правові стандарти здійснення туристичної діяльності і якими керується більшість країн світу є наступні.

* Загальна декларація прав людини, прийнята Генеральною Асамблеєю ООН у 1948р [8];
* Статут Всесвітньої Туристичної Організації (ЮНВТО), прийнятий у Мехіко у 1970р [29];
* Манільська декларація по світовому туризму [16];
* Гаазька декларація по туризму [42];

**1.3. Міжнародне співробітництво України в сфері туризму**

Туризм – це один з найважливіших факторів міжнародних відносин, що сприяє встановленню та налагодженню взаєморозуміння між країнами, відіграє важливу роль у зміцненні миру та дружби, активно стимулює розвиток внутрішньоекономічних, культурних та торгових відносин. Як результат, туризм є невід’ємною частиною міжнародного співробітництва країн, у тому числі й в Україні.

Однією з головних організацій у світі покликаних стимулювати розвиток доступного та сталого туризму і з якою співпрацює Україна є Всесвітня туристична організація (ЮНВТО).

У жовтні 1997 р. Україна вступила до складу Всесвітньої туристичної організації і з того часу організація стала головним чинником у розвитку нашої країни у напрямку туризму.

Україна вперше розробила свій повноцінний туристичний бренд у вигляді букви U, що є однією з основних мотивацій іноземних туристів до відвідування тієї чи іншої країни.

Україна є членом багатьох міжнародних асоціацій у сфері туризму, а саме.

WYSE Travel Confedration – це організація, ціллю якої є розуміння постійно мінливої характеристики, мотивів та потреб молодих мандрівників [47].

Дві українські компанії мають членство у WYSE Travel Confedration, а саме «Anyway Plus» та «Studex» – компанії, які займаються міжнародними молодіжними програмами, обмінами, освітою та стажуваннями [47].

World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA) – це неприбуткова професійна організація, яка займається підвищенням професійних стандартів навчання та етики [11].

Українська Асоціація туристичних гідів також входить до WFTGA поруч із асоціаціями країн світу.

European tourism association (ETOA) – це провідна торгова асоціація туроператорів та постачальників, що займаються бізнесом у європейських напрямках.

ETOA пропонує безпрецедентну мережу для спеціалістів туризму, які організовують B2B-заходи [46].

Серед членів ETOA є такий український туроператор як «ARKTUR» –туроператор з в'їзного туризму в Україну. Також до членів ETOA входить провідна подія у галузі туризму в Україні – виставка UITT.

**World Association for Hospitality and Tourism Education and Training (AMFORHT) – організація, яка веде** роботи з розвитку освіти в сфері гостинності та туризму і об’єднує людей всіх спеціальностей пов’язаних з цими двома [25]. До **AMFORHT приєднались** Міністерство освіти і науки України та Київський інститут економіки та права туризму.

World Tourism Alliance (WTA) **– це** неурядова, неприбуткова міжнародна організація і надає професійні послуги своїм членам шляхом створення платформ діалогів, обмінів та співпраці для ділових зустрічей та обміну досвідом [45].

Одним із членів організації є TUI Group, один із європейських туроператорів в Україні.

International Tourism Association of Professionals (ITAP) – це міжнародна організація, створена для підтримки турагенцій та туроператорів середньої та малої ланки, а також для підтримки нових молодих компаній, і кожного хто пов'язаний з туристичною діяльністю: готелі, гіди, транспортні компанії тощо [44].

Усього до ITAP входять174 українські компанії та їх філіали.

Hostelling International (HI) – це благодійна організація, яка керує федерацією неприбуткових асоціацій молодіжних хостелів. Організація створює та об’єднує стандарти сфери гостинності у хостелах для максимізації комфорту перебування в хостелах молоді.

В Україні існує тільки один хостел, який є членом HI, а саме Eurohostel, що розташований у Києві.

Розвитку міжнародного туристичного співробітництва сприяє активне створення в Україні різноманітних недержавних громадських туристичних організацій, їх входження до світових об’єднань, результатом чого є розширення туристичних горизонтів, запровадження міжнародних стандартів якості туристичних послуг, розвиток рекламної діяльності та партнерських стосунків у сфері бізнесу.

**РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

**2.1. Фактори розвитку в’їзного (іноземного) туризму в Україні**

Сучасні обставини розвитку подій у світі призвели до того, що про Україну як про незалежну і самостійну державу дізналось значно більше людей, ніж за довгий час до цього.

У своїх роботах тему факторів, перспектив та проблем розвитку в’їзного туризму розглядали такі автори як А.О.Мелихова, В.Б. Артеменко, В.Т. Списак, А.В. Падерін та інші. Вони розглянули багато чинників та умов, які можуть зробити Україну учасником міжнародного туризму, але актуальність цих праць сьогодні можна поставити під сумнів, тому що більшість робіт була написана 5-7 років назад, коли наша країна перебувала зовсім у іншому економічному та політичному становищі, тому ця тема потребує нового дослідження та аналізу на підставі сучасних умов та обставин.

C самого початку варто зазначити, що успіх у розвитку сектора в'їзного туризму в будь-якій країні супроводжує робота над безліччю факторів. Переважання в розвиненості одного фактору не є запорукою успішного розвитку в'їзного туризму в цілому [7, с. 120].

Природні ресурси України – це перший фактор розвитку в’їзного туризму. Країна поєднує в собі 6 природних зон (з урахуванням АР Крим), тому поєднує в собі широке розмаїття природних умов. Географічне положення країни так само є основою для утворення сприятливих кліматичних умов і, як результат, відсутності на території України частих і небезпечних природних лих і катаклізмів. Тільки одних природних факторів буде недостатньо, щоб встановити стійкий туристичний потік із зарубіжних країн до України. Очікування того, що туристи почнуть їхати в Україну, тому що вона просто «гарна» – хід, заздалегідь приречений на негативний результат.

Наступним важливим фактором є соціально-історичний, що включає в себе наявність в країні культурно-історичних ресурсів. Історичне минуле нашої країни залишило безліч пам'яток культури, архітектури та тверде підґрунтя для створення величезного розмаїття музеїв. Негативною стороною даного чинника є стан, в якому знаходиться більша частина нашої культурної спадщини і повна байдужість держави до питань його збереження. Підтвердження цього факту можна знайти, досліджуючи статистику по об'єктах України, включених до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (за останні роки список з 7 об'єктів не зазнав жодних змін).

До культурного фактору варто додати фактор менталітету українського народу. Український народ позиціонує себе як європейський народ, з європейськими цінностями і поглядами. З підйомом національного духу, який був спровокований військовими діями і складною політичною ситуацією в країні, сталося багато змін у самовизначенні жителів нашої країни і, власне, в їхньому прагненні переймати європейські стандарти чистоти і порядку, моди і поведінки. Але ми б хотіли приділити увагу проблемі толерантності, яку вважаємо за необхідне віднести до менталітету українців. Кожна країна, що націлена на прийом великої кількості іноземних туристів, повинна бути готова до їх прийняття не тільки на основі туристичної інфраструктури, але і на основі соціальних факторів, а саме на основі готовності громадян України гостинно приймати громадян інших країн, незалежно від національності, особливостей зовнішності, стилю одягу та орієнтації. Прийняття і доброзичливе ставлення до іноземців, які приїхали з мирними туристичними намірами, має стати правилом для жителів країни, націленої на розвиток в'їзного туризму.

Варто перейти до політичних факторів, бо політичне становище в країні визначає всі інші динамічні чинники. Кризи, політична нестабільність, мілітаризація економіки, посилення туристичних формальностей, зміни курсу валюти – це наслідки політики держави, які негативно впливають на туризм і на імідж держави. Туристи не матимуть бажання їхати в країну, де відбуваються активні бойові дії, навіть якщо вони локалізовані в певній галузі. Неспроможність держави закінчити, або тримати під контролем бойові дії на її території, змінює імідж країни у бік негативного, а повна відсутність дій держави в області створення позитивного туристичного іміджу країни не сприяє розвитку в’їзного туризму.

Наступним фактором є демографічний, щодо якого в Україні можна відзначити багатонаціональність населення країни. Позитивною рисою української багатонаціональності є відсутність гучних національних і релігійних конфліктів, що сприятливо впливає на імідж країни.

Матеріально-технічний фактор включає в себе наявність розвиненої туристичної інфраструктури в Україні, а саме наземні і підземні споруди, необхідні для задоволення потреб туристської індустрії. Велика щільність залізничних і автомобільних шляхів, аеропортів, значна кількість місць розміщення, що залишилися після активного будівництва 2012 року, безліч місць харчування можуть створити враження країни, повністю готової до прийому стійкого потоку іноземних туристів. Але подібне враження є фікцією, оскільки дорожня мережа нашої країни роками не оновлюється, а вироблені дрібні ремонти і оновлення набагато поступаються за якістю європейським аналогам. Велика кількість аеропортів налічується за рахунок маленьких аеродромів, а великі міжнародні аеропорти не готові приймати літаки всіх моделей і розмірів, що обмежує туристичний потік. Майже відсутній середній прошарок у сфері ресторанного обслуговування [10, с. 125]. Переклад англійською меню, покажчиків та іншого тексту, розташованого в громадських місцях або відсутній, або його якість залишає великий простір для вдосконалення [9, с. 98]. Ми вважаємо, що невірним буде твердження, що країна, яка знаходиться на перетині міжнародних шляхів буде мати великі темпи розвитку туристичної індустрії без втручання держави.

Наступний фактор розвитку, це туристична пропозиція, або ресурси гостинності.

Аналізуючи дані щодо нерухомих пам'яток національного значення України, можна сказати, що їх кількість рівномірно розподілена по території країни, але переважна кількість пам'яток знаходиться в Київській та Чернігівській областях (рис. 2.1.).

Рис. 2.1. Кількість нерухомих пам’яток національного значення України за областями [22]

Також на території України знаходиться 2539 музеїв, заповідників, закладів музейного типу, які відкриті для відвідування [20].

До ресурсів культурної спадщини, окрім матеріальних елементів, також відносяться нематеріальні. За національним переліком Міністерства культури України до нематеріальних відносяться 9 елементів.

До ресурсів гостинності також відносяться фестивалі, яких в Україні налічується 145, з яких 73 музичних фестивалі, 4 літературні, 16 кінематографічних, 9 театральних, 20 культурних, 4 кулінарних і 19 інших.

На перший погляд Україна багата на ресурси гостинності, вражаюча кількість матеріальних та нематеріальних пам'яток, музеїв та галерей роблять можливим залучити велику кількість туристів та зацікавити їх. Але культурні ресурси, що були зазначені вище, здебільшого маловідомі, навіть ресурси місцевого значення можуть бути невідомі для резидентів місцевої території. Українські ресурси гостинності майже не рекламуються, не реставруються і не мають належної уваги з боку держави.

Таким чином, буде неправильно стверджувати, що Україна цікава і бажана для відвідування іноземними громадянами тільки тому, що в ній наявна красива природа, багата культура і цікаві пам'ятки. Ці фактори неодмінно важливі в розвитку туризму, але в той же час важливо розуміти, що розвиток туризму неможливо продовжувати без комплексного підходу до різних груп факторів.

**2.2. Аналіз розвитку в’їзного туризму в Україні**

Як вже відомо, в'їзний туризм - це подорожі, що організовуються для громадян іноземних країн на території своєї держави, і припускають перетин державного кордону з метою неоплачуваної діяльності на термін від 1 доби до 1 року [7].

Аби розуміти проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні, слід розглянути кількість іноземних туристів, що відвідали Україну протягом 2006-2017 років, з яких саме країн та з якої ціллю прибули (рис. 2.2.).

Державна служба статистика надає інформацію щодо туристичних потоків України датуючись з 2000 до 2016 рік. За цей час спостерігаються 2 значні стрибки кількості відвідувань нашої країни – у 2008 та у 2013.

З 2000 року до 2008 кількість відвідувань зростає.

Великий вплив на зростання інтересу до нашої країни серед іноземців мали такі події як Євробачення 2005 року та Чемпіонат світу з футболу 2006

року. У 2005 році відбулося дві важливі події в історії України «Помаранчева революція» та Євробачення 2005, яке було проведене в Україні, на правах переможця. Незважаючи на те, що ці 2 події протилежні за своїм впливом на туристичні потоки, кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, на перший погляд, незначно змінилася у порівнянні з 2004 роком.

Рис. 2.2. Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну у період з 2000-2016 років [43]

Стрімке зростання іноземних відвідувань продовжується до 2008 року, коли вплив світової фінансової кризи 2007-2008 років досяг України та почалася економічна криза 2008-2009 років [13].

Стрімке падіння продовжилося до 2009 року.

У 2011 році та протягом майже усього 2012 року Україну активно рекламували в Європі як приймаючу сторону 14-го Чемпіонату Європи з футболу, але дані не на стільки позитивні, як очікувалося у 2011.

У 2012 році у рейтингу глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму Україна піднялася з 89-го на 73-те місце.

За даними експертів журналу "Кореспондент", у другій половині 2012-го року українські міста відвідали приблизно 4 мільйони іноземців, і це на 20% більше, ніж було гостей з-за кордону в 2011-му році [31]. У той же час за даними державної статистики України, країну відвідали майже 2,5 мільйони туристів. Порівняно з 2011 роком, у 2012 році приїхало усього на 7,5% туристів більше. Відмінність у даних може бути спричинена різницею у моментах початку відліку даних.

У 2013 році туризм продовжив стабільно рости.

Станом на 2013 рік, в’їзд іноземних громадян на територію України здійснювався переважно з таких країн як Російська Федерація, Молдова, Білорусь, Польща, Румунія, Угорщина, Словаччина, Німеччина та Узбекистан. У 15-ку лідерів з показниками менше ніж 200 тис. осіб входять Туреччина, США, Ізраїль, Азербайджан, Італія та Казахстан (рис. 2.3.).

Рис. 2.3. В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, у 2013 році [42]

Наступний 2014 рік став переламним у розвитку українського туризму.

У квітні почався військовий конфлікт, який був розпочатий російськими загонами вторгнення у квітні 2014 року на території українського Донбасу після захоплення Росією Криму, серії проросійських виступів в Україні [31].

У зв’язку з подіями 2013-2014 років, дані про в’їзд іноземних громадян до України змінилися, починаючи зі зміни лідера із прибуттів, а найперше місце у 2014 займає Молдова, у свою чергу Російська Федерація спускається на другу позицію. У 15-ку лідерів починає входити Велика Британія.

У 2016 році Україна отримує перемогу на Євробаченні у Стокгольмі, що, неодмінно звернуло увагу на Україну.

Найважливішою подією для міжнародного туризму України у 2017 році стає отримання безвізового режиму, але ця подія має більший вплив на виїзний туризм, ніж на в’їзний.

Подальший аналіз неможливий у зв’язку з відсутністю офіційної статистики за 2018 рік.

Для більшого розуміння динаміки в’їзного туристичного потоку в Україну, треба роздивитись його у процентному плані (рис 2.4.).

У той же час найбільший відсоток прибуттів з Молдови спостерігався у

Рис. 2.4. Динаміка в’їзного туристичного потоку в Україну, %

2014-2015 роках і складав 35% від загальної кількості в’їзних туристів і припадав на період спаду прибуттів з Російської Федерації, які скоротилися на 23% починаючи з 2014 року. У 2017 відсотковий показник прибуттів із Молдови зменшився на 14% на користь Угорщини.

У 2017 році загальний спад відсоткових показників в’їзного туризму з Румунії, Російської Федерації, Польщі, Молодви та Білорусі спостерігається нарівні з вражаючим збільшенням прибуттів із Угорщини. 45% прибуттів у 2017 склали туристи із Угорщини, а це на 36% більше, ніж у 2016 році.

У кінці можна сказати, що місце, яке займали туристичні прибуття із Російської Федерації до 2014 року, тепер займають туристи із Угорщини. У той же час, варто зазначити, що такий різкий підйом прибуттів із Угорщини може бути спровокований поганим економічним станом України, що призводить до того, що громадяни України купують автомобілі на угорських номерах. Ці автомобілі у країну ввозять громадяни Угорщини, які перетинаючи кордон, зараховуються як туристи.

Також неможливо не сказати, що лідерами в’їзного туристичного потоку в Україну є країни-сусіди.

**2.3. Основні тенденції розвитку виїзного (зарубіжного) туризму**

Як вже відомо, виїзний тризм це – подорож громадян України або іншої країни та осіб які постійно проживають на території країни до інших країн.

Рис. 2.5. Динаміка виїзду громадян України за кордон (2006-2017 р.) [42]

З 2006 по 2007 роки кількість виїжджаючих за кордон росте, проте у 2008 році ВВП України втрачає темпи розвитку, а у 2009 сповільнюється до від’ємного і, як витік, громадяни України відчувають брак коштів і виїжджають менше за кордон (рис. 2.5).

Протягом усіх доступних у статистичних джерелах років, основною метою, з якою громадяни України виїжджають закордон залишається приватна мета поїздки.

Кількість громадян, які виїжджали з метою організованого туризму набагато нижча за кількість громадян, які виїжджали з метою приватних поїздок, що викликає сумніви у достовірності даних. Якщо проаналізувати статистичні білетні туристичної діяльності в Україні та дані Державної служби статистики України за кількість громадян України, які виїжджали за кордон з використанням послуг туристичних операторів та агентів, то можна побачити неузгодженість статистичних даних.

Якщо порівняти дані з обох джерел застосовуючи графіки, ми отримаємо різницю у показниках (рис 2.6.).

Рис. 2.6. Різниця у даних статистичного бюлетеню туристичної діяльності в Україні та Державної служби статистики України [42]

Порівняння даних з обох джерел привело до несподіваних результатів, а сама до протилежності даних, які у обох випадках надані Державною статистичною службою України, та ставлять під сумніви достовірність даних і підривають довіру до офіційних джерел статистичної інформації. Країнами-лідерами, до яких потік виїжджаючих громадян України є стійким є Польща, Молдова, Угорщина, Білорусь та Російська Федерація. Ці країни займають перші 5 лідуючих позицій з 2006 по 2017 рік (рис. 2.7.).

Рис. 2.7. Динаміка виїзного туристичного потоку з України, % [42]

Таким чином за 12 років кількість туристів, які їздили до Російської Федерації скоротилася на 18%, та у свою чергу громадяни України почали їздити більше до Польщі, частка від’їздів туди збільшилася на 10,48%. Максимальним відсотковий показник Польщі був у 2016 році – 41,08% та поступово зменшується аж до тепер.

Відсотковий показник Білорусі, у свою чергу, зменшився на 3,11% і продовжує зменшуватися.

Показник Угорщини коливається, до 2014 року кількість людей, які їздили до Угорщини зменшувалася, але починаючи з 2015 їх кількість росте.

**2.4. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні**

Для аналізу проблем і перспектив розвитку міжнародного туризму України, ми використали універсальний та поширений у всьому світі метод SWOT-аналізу. SWOT – це абревіатура, що означає: Strengths – сильні сторони, Weaknesses – слабкі сторони, Opportunities – сприятливі можливості, Threats – загрози [15]. За допомогою SWOT-аналізу легше з'ясувати обставини, за яких розвивається міжнародний туризм України. Ми збалансували вплив внутрішніх сильних і слабких рис із впливом зовнішніх сприятливих можливостей і загроз (таблиця 2.1).

Після визначення всіх критеріїв SWOT-аналізу ми попарно порівняли усі сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози міжнародного туризму України.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз міжнародного туризму України

|  |  |
| --- | --- |
| Сильні сторони | Слабкі сторони |
| 1. Сприятливе географічне розташування (географічний центр Європи);  2. Різноманітність ландшафтів і природних зон;  3. Багата історична спадщина;  4. Наявність офіційного туристичного бренду країни;  5. Відкритість країни до міжнародного співробітництва;  6. Безвізовий режим із ЄС;  7. Унікальний етнічний колорит та культури як окремих регіонів, так і країни в цілому;  8. Унікальна та відома у світі кухня. | 1. Низький рівень якості інфраструктури;  2. Нестабільний рівень сервісу;  3. Висока вартість обслуговування, зокрема у періоди підвищеної відвідуваності країни іноземцями;  4. Нестабільна політична ситуація та війна на сході України;  5. Знецінення громадянами своєї культурної спадщини та, як наслідок, свого туристичного потенціалу;  6. Низький рівень обізнаності про туристичні ресурси країни серед іноземців;  7. Держава недостатньо просуває туристичний бренд країни;  8. Недосконалість законодавства в області туризму. |
| Можливості | Загрози |
| 1. Міжнародне співробітництво у сприянні подоланню військового конфлікту на сході України;  2. Прийняття України у члени ЄС; | 1. Можливість загострення конфлікту на Сході у зв’язку зі збільшення агресії з боку Російської Федерації;  2. Можливість виникнення конфліктів з іноземцями на ґрунті низького рівня |

Продовження таблиці 2.1.

|  |  |
| --- | --- |
| 3. Інвестування у туристичну галузь України;  4. Розвинення західних готельних мереж;  5. Навчання персоналу за кордоном;  6. Європейське населення змінить своє ставлення до населення України як до дешевої робочої сили;  7. Використання світового досвіду у ході співробітництва для дослідження, організації та управління ринку туристичних послуг;  8. Використання світового досвіду у ході співробітництва задля удосконалення законодавчої бази. | толерантності серед громадян України;  3. Загроза виникнення технологічних катастроф;  4. Підвищення рівню виникнення епідемій;  5. Підвищення рівню тероризму у світі;  6. Високий рівень еміграції;  7. Погане ставлення до населення, у результаті низького іміджу країни;  8. Енергетична залежність України від країн-сусідів. |

Джерело: розроблено автором

Для оцінки ми використовували шкалу оцінок 1, 0, та -1, де оцінка 1 – це позитивний ефект при поєднанні двох факторів , оцінка 0 – відсутність або

незначній ефект та оцінка -1 – це негативний ефект (таблиця 2.2).

Сума балів від порівняння сильних сторін та можливостей дорівнює 32, сума балів від порівняння слабких сторін та можливостей дорівнює 13, що у сумі дає 45.

Таблиця 2.2

Експертна оцінка взаємодії факторів SWOT-аналізу

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **S1** | **S2** | **S3** | **S4** | **S5** | **S6** | **S7** | **S8** |  | **W1** | **W2** | **W3** | **W4** | **W5** | **W6** | **W7** | **W8** |  |  |
| **O1** | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 |
| **O2** | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 | 1 | 1 | 0 | -1 | -1 | 1 | 0 | -1 | 0 | **8** |
| **O3** | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 | 1 | 1 | 0 | -1 | 0 | 1 | 1 | -1 | 2 | **9** |
| **O4** | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | -1 | 0 | 0 | -1 | 0 | 0 | 0 | 0 | -2 | 4 |
| **O5** | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 5 |
| **O6** | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| **O7** | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 5 | **8** |
| **O8** | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 | **7** |
|  | 3 | 3 | 3 | 4 | 7 | 6 | 3 | 3 | **32** | 4 | 5 | 2 | -2 | -1 | 3 | 2 | -1 | **13** |  |
| **T1** | 0 | 0 | 0 | -1 | -1 | 0 | -1 | 0 | -3 | 0 | 0 | 0 | -1 | 0 | -1 | -1 | 0 | -3 | **-6** |
| **T2** | -1 | -1 | -1 | -1 | -1 | -1 | -1 | 0 | -7 | 0 | 0 | -1 | -1 | 0 | -1 | -1 | 0 | -4 | **-11** |
| **T3** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | -1 | 0 | 0 | 0 | 0 | -1 | -1 |
| **T4** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | -1 | 0 | 0 | -1 | -1 | 0 | 0 | -1 | 0 | 0 | 0 | 0 | -2 | -3 |
| **T5** | 0 | 0 | -1 | 0 | 0 | -1 | 0 | 0 | -3 | -1 | 0 | 0 | -1 | 0 | 0 | 0 | 0 | -2 | -5 |
| **T6** | 0 | 0 | 0 | 0 | -1 | 0 | -1 | 0 | -2 | 0 | 0 | 0 | -1 | -1 | 0 | 0 | 0 | -2 | -4 |
| **T7** | 0 | 0 | -1 | -1 | 0 | 0 | 0 | 0 | -2 | -1 | -1 | -1 | -1 | -1 | -1 | 0 | 0 | -6 | **-8** |
| **T8** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | -1 | -1 | -3 | -3 | -3 | -3 | -3 | 0 | **-18** | -3 | -1 | -2 | -7 | -2 | -3 | -2 | 0 | **-20** |  |
|  | 2 | 2 | 0 | 1 | **4** | **3** | 0 | **3** |  | 1 | 4 | 0 | **-6** | **-3** | 0 | 0 | **-1** |  |  |

Джерело: розроблено автором

Сума балів від порівняння сильних сторін за загроз дорівнює -18, сума балів від порівняння слабких сторін та загроз дорівнює -38.

У результаті попарного порівняння можна сказати, що сильні сторони у поєднанні зі слабкими та можливостями (45) компенсують ті негативні ефекти, які утворилися при поєднанні слабких та сильних сторін із загрозами (-38), що гарним результатом і показує, що на даний момент Україна знаходиться у ситуації, коли у неї є всі шанси для ефективного розвитку міжнародного туризму у країні.

Згідно аналізу, найсильнішими сторонами нашої країни, а саме тими, що зберегли високий показник під впливом як можливостей, так і загроз, є:

1. відкритість країни до міжнародного співробітництва (сумарний показник 4);
2. безвізовий режим із ЄС (сумарний показник 3);
3. унікальна та відома у світі кухня (сумарний показник 3).

Найслабшими сторонами, а саме тими, чия слабкість була посилена впливом загроз, або не була виправлена впливом можливостей, є:

1. нестабільна політична ситуація та війна на сході України (сумарний показник -6);
2. знецінення громадянами своєї культурної спадщини та, як наслідок, свого туристичного потенціалу (сумарний показник -3);
3. недосконалість законодавства в області туризму (сумарний показник -1).

Можливостями, які б принесли розвитку міжнародного туризму нашої країни максимальну користь, а саме задіяли б сильні сторони нашої країни а також виплавили слабкі сторони, є:

1. інвестування у туристичну галузь України (сумарний показник 9);
2. прийняття України у члени ЄС (сумарний показник 8);
3. використання світового досвіду у ході співробітництва для дослідження, організації та управління ринку туристичних послуг (сумарний показник 8);
4. використання світового досвіду у ході співробітництва задля удосконалення законодавчої бази (сумарний показник 7).

Найнебезпечнішими загрозами, які можуть знищити користь від сильних сторін та посилити слабкі сторони, є:

1. можливість виникнення конфліктів з іноземцями на ґрунті низького рівня толерантності серед громадян України (сумарний показник -11);
2. погане ставлення до населення у результаті низького іміджу країни (сумарний показник -8);
3. можливість загострення конфлікту на Сході у зв’язку зі збільшення агресії з боку Російської Федерації (сумарний показник -6).

Перш за все ми би хотіли звернутися до найслабших сторін нашої країни, бо без їх нівелювання подальший розвиток міжнародного туризму України буде майже неможливий.

Найкращим сценарієм для розвитку нашої країни та туризму був би, перш за все, сценарій, який включав би припинення бойових дій на сході України. Ми не маємо достатньо актуальної та, як найважливіше, правдивої інформації щодо війни та взагалі інформації щодо подій на сході, якій би можна було довіритися. З цієї ми утримаємося від рекомендацій щодо способів припинення війни та зробимо упор на важливості самого факту ії припинення.

Довіра до джерел масової інформації та держави у цілому тісно пов’язана із наступною слабкою стороною країни – знецінення громадянами своєї культурної спадщини та, як наслідок, свого туристичного потенціалу. Телебачення поширює пропагандистську інформацію щодо досягнень країни, у свою чергу в інтернеті громадяни можуть знайти набагато більше позитивної чи негативної інформації щодо нашої країни і часто декілька різних джерел можуть надавати протилежну інформацію щодо однієї події.

У той же час громадяни України бачать роботу антикорупційної служби та доповіді про заарештованих корупціонерів, але у той же час вони знають, що найбільші корупціонери залишаться без кари. Держава намагається реабілітувати туристичні пам’ятки, що руйнуються та направляє гроші на їх реконструкцію, але через деякий час у більшості випадків СМІ повідомляють, що ці гроші були розграбовані.

Кожне ДТП за участю людини з достатком обов’язково буде тривати більше декількох місяців і закінчиться відсутністю кари для винуватця та жителі нашої країни це розуміють. Розрекламована нова поліція країни має мало повноважень і на її захист у більшості випадках не можна розраховувати.

Усе це у купі призводить до того, що населення упевнено у тому, що ніхто у країні не захищений, нічому неможна вірити, а громадян ніхто не поважає. Культура і спадщина України відходять на другий план, коли населення хвилює питання власного виживання, спадщина знецінюється.

З іншого боку, останнім часом з’явилась тенденція до національного підйому після подій 2014 року. Все більше і більше громадян починають цінити те, що вони українці, починають використовувати українську мову у повсякденному житті і шукають підтримку в національній свідомості. У той же час, національна свідомість не пов’язана із довірою до держави, а скоріше пов’язана із бажанням громадян України узяти у свої руки те, що діється в країні.

Наступне, слід зазначити загрози, які є або можуть стати перешкодами для розвитку міжнародного туризму в Україні. Першою у списку небезпечних загроз є можливість виникнення конфліктів з іноземцями на ґрунті низького рівня толерантності серед громадян України, як за межами території нашої країни під час виїзного туризму, так і у випадку в’їзного туризму, коли Україна приймає громадян інших держав. Як ми вже зазначили у факторах розвитку туризму, проблема толерантності відноситься до менталітету українців. Далеко не всі громадяни України можуть доброзичливо сприймати членів ЛГБТ спільноти, неформалів, людей іншої національності, у нашому менталітеті мати нетрадиційну орієнтацію вважається чимось, про що неможна говорити, або, у найгіршому випадку, вважається ганебним і осуджується, інколи навіть це приводить до конфліктів і бійок.

Серед студентів спостерігається немало расистів, а неформали, які приїхали у нашу країну із туристичними цілями, можуть потрапити у конфліктну ситуацію з місцевим населенням.

Фактор толерантності також пов'язаний із поганим ставленням до українського населення у результаті низького іміджу країни, а саме – українці сприймаються у Європі, як люди низького достатку та дешева робоча сила. Причиною цьому – погане економічне становище країни та вимушеність українського народу їхати на заробітки до Європи, де вони отримають низьку для тієї країни заробітну плату, яка в Україні вважається середньої та живуть у неприйнятних для Європи умовах.

Остання у списку найнебезпечніших загроз є можливість загострення конфлікту на Сході у зв’язку зі збільшення агресії з боку Російської Федерації. Війна не сприяє розвитку міжнародного туризму, загострення воєнних дій тільки посилює негативний ефект.

У той же час у нашої країни є сильні сторони, які можуть виправити ії слабкі сторони та зменшити ефект від загроз, а саме відкритість країни до міжнародного співробітництва відкриває можливості переймання досвіду інших країн у виправленні, наприклад, недоліків законодавства, або ця сильна сторона допоможе у встановленні відношень з міжнародними готельними ланцюгами та організаціями, які могли б посприяти встановити стабільного рівня обслуговування та закріпленню цього на законодавчому рівні.

Нарівні з цим, громадяни України, які у великій кількості виїжджають у Європу після об’яви безвізового режиму, вивозять із собою «інформаційний ресурс», а саме українці розповсюджують інформацію щодо ситуації в нашій країні і щодо воєнних дій, про які у Європі майже не чули актуальну інформацію. Європейський народ місцями вважає, що воєнні дії на сході України – це не серйозна ситуація, деякі з них вважають, що ця війна – це гарний привід робити військові реконструкції і залучити туристів і вони не розуміють, що це неприйнятно для нас.

Наступна найсильніша сторона нашої країни – це унікальна та відома у світі кухня. Вона залишається смачною у будь-яких обставинах і є екзотикою для іноземців.

Можливостями, які б принесли розвитку міжнародного туризму нашої країни максимальну користь, є інвестування у туристичну галузь України, яке буде можливо, лише якщо Україна буде активно рекламувати туристичний бренд та свої туристичні ресурси; прийняття України у члени ЄС, використання світового досвіду у ході співробітництва для дослідження, організації та управління ринку туристичних послуг та використання світового досвіду у ході співробітництва задля удосконалення законодавчої бази.

Аналізуючи останні тенденції в’їзного та виїзного туризму України, що були розглянуті у попередніх підрозділах, можна сказати, що країнами-лідерами серед в’їзного та виїзного туризму є одні й ті ж країни, а саме країни-сусіди.

**ВИСНОВКИ**

У ході роботи було виконано поставлені завдання:

1. Визначено сутність поняття «міжнародний туризм». Міжнародний туризм – це сума діяльності на території країни, що спрямована на надання послуг іноземним туристам, що відвідують цю країну та стимулювання і підтримання споживання цих послуг та надання послуг громадянам країни постійного проживання, котрі мандрують за її межами.

2. Розглянуто нормативно-правове регулювання туризму в Україні. Всі нормативно-правові акти у сфері міжнародної туристичної діяльності можна розподілити на кодекси України, закони України, постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України, накази міністерств та комітетів, накази Державної туристичної адміністрації України, укази Президента України, накази і розпорядження Державної податкової адміністрації України та Міністерства доходів і зборів України.

Основними міжнародно-правовими документами, які встановлюють правові стандарти здійснення туристичної діяльності і якими керується Україна у тому числі є Загальна декларація прав людини, Статут Всесвітньої Туристичної Організації, Манільська декларація по світовому туризму та Гаазька декларація по туризму.

3. Визначено масштаби міжнародного співробітництва України. У жовтні 1997 р. Україна вступила до складу Всесвітньої туристичної організації і з того часу організація стала головним чинником у розвитку нашої країни у напрямку туризму.

Україна та українські організації є членами таких міжнародний організацій та асоціацій як WYSE Travel Confedration, World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA), **World Association for Hospitality and Tourism Education and Training (AMFORHT),** European tourism association (ETOA), Hostelling International (HI), International Tourism Association of Professionals (ITAP) та World Tourism Alliance (WTA).

4. Охарактеризовано основні фактори розвитку в’їзного (іноземного) туризму в Україні, а саме природний; соціально-історичний; культурний фактор, якій відображує менталітет українців, який ще знаходиться на переходному періоді до європейського; політичний фактор, що говорить про те, що в Україні нестабільне політичне становище та війна; демографічний фактор, що включає в себе багатонаціональність України, позитивною рисою якої є відсутність гучних національних і релігійних конфліктів, що сприятливо впливає на імідж країни; матеріально-технічний фактор відповідає за наявність туристичної інфраструктури в Україні, яка знаходиться у поганому стані; туристична пропозиція, або ресурси гостинності, вражаюча кількість матеріальних та нематерільних пам'яток, музеїв та галерей роблять можливим залучити велику кількість туристів та зацікавити їх, але вони здебільшого маловідомі, навіть ресурси місцевого значення можуть бути невідомі для резидентів місцевої території. Українські ресурси гостинності майже не рекламуються, не реставруються і не мають належної уваги з боку держави.

5. Проаналізовано основні тенденції розвитку в’їзного туризму в Україні; місце, яке займали туристичні прибуття із Російської Федерації до 2014 року, тепер займають туристи із Угорщини. У той же час, варто зазначити, що такий різкий підйом прибуттів із Угорщини може бути спровокований поганим економічним станом України, що призводить до того, що громадяни України купують автомобілі на угорських номерах. Ці автомобілі у країну ввозять громадяни Угорщини, які перетинаючи кордон, зараховуються як туристи.

Також неможливо не сказати, що лідерами в’їзного туристичного потоку в Україну є країни-сусіди.

6. Проаналізовано основні тенденції розвитку виїзного (зарубіжного) туризму в Україні;

Країнами-лідерами, до яких потік виїжджаючих громадян України є стійким є Польща, Молдова, Угорщина, Білорусь та Російська Федерація. Ці країни займають перші 5 лідуючих позицій з 2006 по 2017 рік.

Таким чином за 12 років кількість туристів, які їздили до Російської Федерації скоротилася на 18%, та у свою чергу громадяни України почали їздити більше до Польщі.

Показник Угорщини коливається, до 2014 року кількість людей, які їздили до Угорщини зменшувалася, але починаючи з 2015 їх кількість росте.

7. Проведено SWOT-аналіз міжнародного туризму країни; визначено по 8 критеріїв для кожного аспекту SWOT-аналізу.

У результаті попарного порівняння можна сказати, що сильні сторони у поєднанні зі слабкими та можливостями (45) компенсують ті негативні ефекти, які утворилися при поєднанні слабких та сильних сторін із загрозами (-38), що гарним результатом і показує, що на даний момент Україна знаходиться у ситуації, коли у неї є всі шанси для ефективного розвитку міжнародного туризму у країні. Все це можливо лише при умові, що негативні фактори, що були виявлені у ході аналізу будуть ліквідовані.

Згідно аналізу, найсильнішими сторонами нашої країни, а саме тими, що зберегли високий показник під впливом як можливостей, так і загроз, є:

1. відкритість країни до міжнародного співробітництва (сумарний показник 4);
2. безвізовий режим із ЄС (сумарний показник 3);
3. унікальна та відома у світі кухня (сумарний показник 3).

Найслабшими сторонами, а саме тими, чия слабкість була посилена впливом загроз, або не була виправлена впливом можливостей, є:

1. нестабільна політична ситуація та війна на сході України (сумарний показник -6);
2. знецінення громадянами своєї культурної спадщини та, як наслідок, свого туристичного потенціалу (сумарний показник -3);
3. недосконалість законодавства в області туризму (сумарний показник -1).

Можливостями, які б принесли розвитку міжнародного туризму нашої країни максимальну користь, а саме задіяли б сильні сторони нашої країни а також виплавили слабкі сторони, є:

1. інвестування у туристичну галузь України (сумарний показник 9);
2. прийняття України у члени ЄС (сумарний показник 8);
3. використання світового досвіду у ході співробітництва для дослідження, організації та управління ринку туристичних послуг (сумарний показник 8);
4. використання світового досвіду у ході співробітництва задля удосконалення законодавчої бази (сумарний показник 7).

Найнебезпечнішими загрозами, які можуть знищити користь від сильних сторін та посилити слабкі сторони, є:

1. можливість виникнення конфліктів з іноземцями на ґрунті низького рівня толерантності серед громадян України (сумарний показник -11);
2. погане ставлення до населення у результаті низького іміджу країни (сумарний показник -8);
3. можливість загострення конфлікту на Сході у зв’язку зі збільшення агресії з боку Російської Федерації (сумарний показник -6).

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Конституція України. – К., 1996. – 12 с.

2. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18.11.2003 № 1282 – ІУ // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13.

3. Американський онлайн-словник Мерріам-Вебстер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.merriam-webster.com/dictionary/tourism

4. Боголюбова Е. В. Сучасні тенденції та перспективи розвитку міжнародного туризму / Е. В. Боголюбова // Молодий вчений. – 2017. – №37. – С. 52 – 55.

5. В’їзний туризм : навч. посіб. / Коваль П. Ф., Алєшугіна Н. О., Андрєєва Г. П., Зеленська О. О., Григор’єва Т. В., Пархоменко О. Г., Дудко В. Б., Михайловський М. О., Бондар С. І. – : Ніжин, Видавництво Лук’яненко В. В., 2010. – 304 с.

6. В'їзд іноземних громадян в Україну у 2006 році за Державною статистичною службою України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr\_u/vig2006\_u.htm

7. Вїзний туризм : навч. посіб. / Коваль П.Ф., Алєшугіна Н.О., Андрєєва Г.П. – Ніжин, Видавництво Лук’яненко В.В., 2010. – 304 с.

8. Загальна декларація прав людини від 10 грудня 1948 року // Офіційний вісник України. – 2008. - №93. – 3103 с.

9. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : підручник. / В. Ф. Кифяк – Чернівці : Книги-ХХІ, 2003. – 300 с.

10. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підручник. / В. К. Кіптенко. – К.: Знання, 2010. – 502 с.

11. Конституція Всесвітньої федерації асоціацій туристичних гідів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://wftga.org/who-we-are/constitution

12. Кузик С.П. Географія туризму: навч. посібник / С.П. Кузик. – К. : Знання, 2011. – 271 с.

13. Кулєшова Н.В. Аналіз сучасного стану розвитку туристичноїгалузі в Україні / Н.В. Кулєшова // Вісник Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка – 2012. – №1 (32). – С. 177 – 183.

14. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): монографія / О.О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2002. – 436 с.

15. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк. – К. : Знання, 2008. – 661 с.

16. Манільська декларація про світовий туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1

17. Міжнародна асоціація наукових експертів з туризму: цілі та характеристики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.aiest.org/aiest-profile/profile/

18. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. – К. : Знання, 2008. – 661с.

19. Міжнародні угоди Міністерства культури Литовської Республіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://lrkm.lrv.lt/en/international-cooperation/international-agreements

20. Міністерство культури України: музеї, заповідники, заклади музейного типу україни, відкриті для відвідування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://195.78.68.75/mcu/control/uk/publish/article?art\_id=245062916&cat\_id=244908588

21. Міністерство культури України: реєстр пам'яток місцевого значеня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\_id=245323810&cat\_id=244910406

22. Міністерство культури України: реєстр пам'яток національного значеня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\_id=245365203&cat\_id=244910406

23. Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat\_id=245154164

24. Постанова Кабінету Міністрів України про затвердження Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури до 2026 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501

25. Світова асоціація готельного та туристичного навчання та тренування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://amforht.campusgroups.com/platform/Welcome/

26. Світова статистика: вклад туризму у ВВП країн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://knoema.ru/atlas/topics/

27. Січко О. Організація в'їзного туризму: особливості обліку / О. Січко // Вісник податкової служби України», травень 2009 р., № 20 (544), с. 26 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l\_doc2.nsf/link1/DG090420.html

28. Статистичні дані щодо темпів росту ВВП України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ereport.ru/stat.php?razdel=country&count=ukraine&table=ggecia&time=0

29. Статут Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www2.unwto.org/en/about/statutes

30. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. – К. : Знання, 2011. – 334 с.

31. ТСН Україна: Україна після Євро-2012 стала популярною серед іноземних туристів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tsn.ua/groshi/ukrayina-pislya-yevro-2012-stala-populyarna-sered-inozemnih-turistiv-289275.html

32. Туристична політика зарубіжних країн : підручник / кол. авт. ; за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – 220 с.

33. Туристичне країнознавство : підручник / А.Ю. Парфіненко, В.І. Сідоров, О.О. Любіцева. — 2-ге вид., переробл. і доповн. — К. : Знання, 2015. — 551 с., 48 с.

34. Туристичні потоки України за роками за Державною статистичною службою України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr\_u/potoki2006\_u.htm

35. Юрченко С. О. Міжнародний туризм : навчальний посібник [для студентів спеціальностей «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини»] / С. О. Юрченко, О. Є. Юрченко. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. – 328 с.

36. Азар В.И. Экономика туристского рынка / В.И. Азар, С.Ю. Туманов. – М. : ИПК Госслужбы, 2009. – 203 с.

37. Александрова А.Ю. Международный туризм: уч. пособ. / А.Ю. Александрова – М. : Аспект Пресс, 2002. – 470 с.

38. Козловский Е.В. Сотрудничество Украины и Всемирной туристической организации как один из инструментов реализации государственной туристической политики // Публичное управление. – 2016. – №3 (4) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/n/sotrudnichestvo-ukrainy-i-vsemirnoy-turisticheskoy-organizatsii-kak-odin-iz-instrumentov-realizatsii-gosudarstvennoy-turisticheskoy

39. Основы туризма: учебник / под ред. Е.Л. Писаревского. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

40. Толковый словарь русского языка / Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. – М. : Азъ, 1994. – 908 с.

41. Экономика и организация туризма: международный туризм / под ред. проф. Рябовой И.А., Забаева Ю.В., Драчевой Е.Л. – М. : КНОРУС, 2005. – 566 с.

42. www.e-unwto.org – офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації

43. www.ukrstat.gov.ua – офіційний сайт Державного комітету статистики України

44. http://itap-world.com/ – офіційний сайт Міжнародної туристичної асоціації професіоналів

45. http://www.wta-web.org/ – офіційний сайт Світового туристичного альянсу

46. http://www.etoa.org – офіційний сайт Європейської туристичної асоціації

47. https://www.wysetc.org/membership/find-members/ – фіційний сайт WYSE Travel Confederation

48. http://www.dictionary.com/browse/international – сайт світового провідного цифрового словника Dictionary.com

49. https://mtu.gov.ua – офіційний сайт Міністрства інфраструктури України

50. Hand book of Input -Output Table Compilation and Analysis / United Nations // Studies in Methods: Handbook of National Accounts. – 1999. – № 74. – P. 211.

51. Jafari J. Tourism and the social sciences: A bibliography: 1970-1978 / J. Jafari // Annals of Tourism Research. – 1978. – № 6. – P. 149-194.

52. Theobald W. F. Global Tourism, Second Edition: The next decade. / W. F. Theobald – Oxford : Butterworth-Heinemann, 1998. – 590 p.

53. Tourism: economic, physical, and social impacts. / A. Mathieson, G. Wall. – L. : Longman Group Ltd, 1982. – 208 p