***Савченко В. Ф., д.е.н., професор,***

***заслужений економіст України***

**4.3.Туристична сфера: глобальні та національні аспекти**

Туризм прискорено зміцнює позиції у світовому просторі як сфера рекреації, дозвілля і відпочинку, водночас виступаючи бізнесовим середовищем, індустрією,.способом освоєння навколишнього світу і формою міжнародних, в тому числі економічних, відносин. Він залучає до участі і професійної туристської діяльності все більше учасників, розширює території.

Просторова організація туризму з різноманітними природними та історико - культурними ресурсами, наростаючими масштабами, складністю інфраструктури та інше викликає необхідність вивчення його основних положень і традицій, раціоналізації діяльності на різних ієрархічних рівнях.

Визначимо основні складові організаційної структури туризму:

1. Центр – США, країни Західної Європи, Японія, Канада, Австралія.

2. Напівпериферія – займає проміжне положення у системі міжнародного туристичного поділу праці і пом’якшує розходження потенціалів розвитку між Центром і Периферією. Вона включає такі групи країн:

- високорозвинуті країни Північної Європи, що успішно модернізують індустрію туризму;

- нові індустріальні країни і території Південно - Східної Азії, які швидко досягли прогресу. Окремі члени групи за показниками розвитку міжнародного туризму близько підійшли до країн Центру завдяки перетворенням в економіці та інноваціям;

- острівні держави Середземноморського і Карибського басейнів, де туризм завжди був найважливішою складовою економіки [1, с.159].

3. Периферія, яка складається з двох груп країн:

- значна частина островів Індійського і Тихого океанів;

- глибока периферія великої частини країн Африки і Північної Азії, окремі країни Латинської Америки, наприклад Гватемала та Гаїті, і в Тихому океані. Простір Периферії різноманітний, орієнтований на Центр і включає у себе ізольовані курорти, ТНК розвинутих країн для прийому іноземних туристів.

4. Постсоціалістичні країни Центральної і Східної Європи та пострадянського простору. Окремі з них (країни Балтії, Польща, Словаччина, Словенія, Чехія, Угорщина) фактично здійснити перехід з Периферійної зони до Напівпериферійної. Зазначимо, що економічна криза 2008 – 2009 рр. його дещо уповільнила.

Укрупнена периферія ( об’єднаємо у неї країни 2 – 4 груп) на початку ХХI століття перевершувала Центр за площею в 2 рази і за чисельністю населення в 4 рази. Проте частка периферії менша частки центру в міжнародних туристичних прибуттях в 5 разів, а за грошовими надходженнями від міжнародного туризму – у 7 разів [2, с. 97].

В останні роки туризм знову починає розвиватися, переборюючи наслідки фінансово - економічної кризи. Найвища частка надходжень приходиться на Європу (45%), Азіатсько - Тихоокеанський регіон (28%), Північну Америку (19%), потім йдуть Близький Схід (4%) і Африка (3%). При цьому відбувається поступове згладжування різниці у туристських прибуттях: зменшується частка Європи і Північної Америки, збільшуються складові інших регіонів.

Доходи від міжнародного туризму довгий час концентрувалися в Центрі, проте поступово країни Напівпериферії починають укріплювати свої позиції на міжнародному туристичному ринку. Так Китай впевнено закріпився на 4 - у місці за доходами від туризму після США, Італії та Франції.

Прогнози на світовому ринку за 2010 – 2030 рр.: частка АТР щодо туристських прибуттів зросте до 30%, Близького Сходу – до 8%, Африки – до 7%. Відбудеться зменшення часток Європи до 41% і Американського ринку до 14% [3, с.30-32].

В цілому міжнародний туризм є галуззю світової економіки, що характеризується високими темпами розвитку. Так якщо у 1950 р. туристичні подорожі здійснили 25 млн осіб, за півсторіччя їх кількість збільшилася у 27 разів і у 2000 році, за даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), досягла 674 млн осіб.

Найбільшого розвитку туризм набув у останнє десятиріччя минулого століття. Поштовхом стало проведення у жовтні 1998 р. у м. Ванкувері (Канада) Першої всесвітньої конференції «Туризм як впливова сила збереження миру» за участю 65 країн світу, де туризм розглядався як один з гарантів миру і безпеки, що впливає на економіку, культуру, традиції, релігію і ремесла. Все це було закріплено у прийнятому на конференції документі «Кредо мирного мандрівника» [4].

Для деяких держав міжнародний туризм став найбільш прибутковою галуззю економіки, а доходи від нього – важливим джерелом наповнення бюджетів. Він стимулює інвестиційні проекти з розбудови аеропортів, морських портів, доріг, реставрацію історичних пам’яток, музеїв, розвиток природних охоронних зон. Реалізація подібних проектів підвищує рівень життя корінного населення, а також якість обслуговування туристів, що призводить до подальшого нарощування туристичних потоків.

На галузь припадають 10% виробленого у світі ВВП, 35% торгівлі послугами, 11% інвестицій. Протягом останніх років прибутки від міжнародного туризму щорічно збільшувалися у середньому на 9%. Темпи їх зростання випереджають аналогічні показники таких товарів і галузей як нафтопродукти, автомобілі, телекомунікаційні матеріали і програми, вироби легкої промисловості.

В подальші два десятиліття триватиме стійке зростання міжнародного туризму. Статистика туристичних прибуттів за півтора десятиріччя і дані прогнозу ЮНВТО наведені у табл.1.

Таблиця 1

Динаміка розвитку міжнародного туризму (2020-2030 рр. – прогноз)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Кількість туристів за роками, млн осіб** | | | | | **Ринкова частка регіону, %** | | | **Середнє річне зростання, %** |
| **1995** | **2000** | **2010** | **2020** | **2030** | **2010** | **2020** | **2030** | **1995-2030** |
| Усього в світі | 555 | 674 | 939 | 1561 | 1800 | 100 | 100 | 100 | 4,1 |
| Азія та Океанія | 85 | 110 | 205 | 416 | 540 | 15,1 | 26,6 | 30,0 | 6,5 |
| Америка | 110 | 128 | 150 | 282 | 252 | 19,3 | 18,1 | 14,0 | 3,8 |
| Африка | 20 | 27 | 50 | 77 | 126 | 3,6 | 5,0 | 7,0 | 5,5 |
| Близький Схід | 14 | 24 | 60 | 69 | 144 | 2,2 | 4,4 | 8,0 | 6,7 |
| Європа | 326 | 385 | 474 | 717 | 738 | 59,8 | 45,9 | 41,0 | 6,2 |

Джерело: [5]

У період 2016 – 2030 рр. зростання показників туризму триватиме, але порівняно з двома минулими десятиліттями відбуватиметься більш помірними темпами. Збільшення міжнародних туристичних прибуттів щорічно складе у середньому 3,3%, в результаті чого ринок туризму поповнюватиметься на 43 млн чоловік. При збереженні прогнозованих обсягів інвестицій у туристичну сферу до 2030 р. число прибуттів досягне 1,8 млрд туристів [6, с. 52-54].

Провідним фактором зростання світового туристичного ринку є його видова диверсифікація. Прогнозувати майбутні зміни в туризмі нереально, але можна простежити, а потім навіть екстраполювати, як змінюватимуться послуги на світовому туристичному ринку в умовах глобалізації.

Туристи ХХІ століття «багаті на гроші, але бідні на час». Це означає, що все більш популярними стають туристичні продукти, які включають у себе максимум вражень і задоволень за мінімальний період. Перевага надається круїзам, які дозволяють відвідати значну кількість місць за короткий проміжок часу [7, с. 186

Можна констатувати, що туризм став явищем, яке охоплює майже третину населення планети. В значній кількості країн, наприклад в Австрії, Іспанії, Італії, Португалії, Швейцарії, Франції, Чехії та Угорщині, він належить до пріоритетних галузей, що складають 15-30% їх ВВП. Нині там в туріндустрії працюють понад 100 млн чол. Кожна восьма працездатна людина зайнята у зазначеному секторі [8, с. 35]. При цьому вони виконують цілий ряд особливо важливих функцій.

Основною функцією можна вважати економічну, яка активізує господарський комплекс країни чи регіону. Сюди входять витрати туристів, товари і послуги інших секторів, що теж працюють на туристичну індустрію. Туризм впливає на економіку як джерело доходів для місцевого населення, сприяє розвитку пізнавальної і розважальної функцій, приносить прибуток, заохочує розвиток транспортних підприємств та приплив у приймаючу країну великих грошових сум у твердій валюті [9, с. 37].

Розвиток туризму допомагає зростанню малих та середніх підприємств:

- пов’язаних з туризмом секторів економіки, де рівень продаж становить 25 - 50% – виробництво транспортних засобів (автомобілів, автобусів, літаків, морських суден), друкарство, торгівля, інформаційні та комунікаційні технології, аграрне виробництво, мисливство, риболовля тощо;

- де рівень продаж становить менше 25% – архітектура, будівництво, косметика, текстильна галузь, банківські послуги.

Важливі також професійно - освітні та оздоровчо - спортивні функції туризму, що реалізуються через такі складові:

- виховна – формує відчуття патріотизму, колективізму, моральних і етичних цінностей;

- освітня – поповнює і закріплює знання;

- оздоровча – відпрацьовує оптимальний режим фізичних навантажень, отримує сприятливий вплив природних факторів на організм;

- спортивна – формує базу загальної фізичної підготовки.

Дані функції також включають у себе такі різновиди міжнародного туризму як екологічний, зелений, спортивний, лікувальний, діловий, пізнавальний, науковий.

Функціонально - видова різновидність міжнародного туризму наведена на рис. 1.

діловий  
конгресний  
науковий  
пізнавальний

екскурсійний  
рекреаційний  
етнічний  
релігійний  
соціальний  
культурний

спортивний  
екологічний  
зелений  
лікувальний

**Освітньо-професійний**

**Соціально-культурний**

**Оздоровчо-спортивний**

**Задоволення екстремальних потреб**

Наземні види:  
- маунтін-байкінг  
- спелеологія  
- Х-перегони  
Гірські види:  
- альпінізм  
- сноубординг  
- гірські лижі

Екзотичні види:  
- космічний  
- кайтсерфінг  
- джайлоо-туризм  
- туризм на Північний і Південний полюси  
- поїздка в Чорнобиль або подорож джунглями

Повітряні види:  
- парашутний  
- бейс - джампер  
-дельтапланеризм  
- польоти на повітряних кулях  
Водні види:  
- дайвинг  
- вейкбординг  
- водні лижі  
- віндсерфинг  
- каякинг  
- рафтинг

**Рис. 1.** **Функціонально-видова диверсифікація міжнародного туризму**

Джерело:[10,с.15], доопрацьовано автором

Коротко охарактеризуємо деякі з екстремальних видів туризму, що заслуговують на особливу увагу.

Наземні види екстремального туризму:

- маунтін-байкінг – гірський велосипед;

- спелеологія – дослідження підземного печерного світу;

- Х-перегони – в них беруть участь спортсмени, настільки добре й різнобічно підготовлені, що можуть лазити по скелях, скакати на коні, сплавлятися на каяку або на плоті по порогах, мчатися горами на велосипеді й спускатися на мотузках під водоспадом.

До повітряних видів екстремального туризму належать:

- бейс-джампер – стрибки з парашутом без літака чи літаючої техніки;

- бейсер – стрибки с дуже високих телевеж, хмарочосів чи помірних гірських вершин.

Екзотичні види:

- космічний туризм – подорож на орбіту Землі;

- кайтсерфінг – катання на дошці за допомогою повітряного змія;

- джайлоо-туризм – життя в первісному племені з усіма принадами первісно-общинного ладу.

Важливими також являються соціальні аспекти туризму, який:

- представляє собою засіб освіти та виховання;

- стимулює культурне самовираження громади;

- прискорює конвергенцію між різними країнами та соціальними групами й регіонами в межах однієї країни;

- сприяє глобалізації та отриманню вигод від збільшення міжнародних контрактів і обмінів [10, с. 15].

Розвиток світової туристичної індустрії проходить динамічно, незважаючи на чисельні економічні, політичні, соціальні чинники, природні потрясіння, світовий тероризм, які несприятливо впливають на її поступ. В туризмі задіяні практично всі держави світу. Оскільки він є високоприбутковим бізнесом, між окремими країнами на туристичному ринку проходить жорстка конкурентна боротьба. В ній перемагають держави, які не тільки мають значні туристичні ресурси, але й можуть надати якісні та різноманітні послуги за конкурентно сприйнятними цінами, що можливо в умовах розвиненої ринкової індустрії при державній підтримці. Відповідно різні країни світу характеризуються відмінним рівнем туристичної конкурентоспроможності [11].

Окремі питання конкурентоспроможності освітлені у працях Ч. Кроуча, Дж. Рітчі, Л. Довєра, К. Кіма, П. Форсайто та інших англомовних вчених. Розраховуються індекси конкурентоспроможності країн у сфері туризму, один з яких наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

Індекс конкурентоспроможності у сфері туризму (ТТСІ) для перших двадцяти країн світу у 2011, 2013 та 2015 рр.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **2011** | | **2013** | | **2015** | |
| **Країна** | **ТТСІ** | **Країна** | **ТТСІ** | **Країна** | **ТТСІ** |
| 1 | Швейцарія | 5,68 | Швейцарія | 5,66 | Іспанія | 5,31 |
| 2 | Німеччина | 5,50 | Німеччина | 5,39 | Франція | 5,24 |
| 3 | Франція | 5,41 | Австрія | 5,39 | Німеччина | 5,22 |
| 4 | Австрія | 5,41 | Іспанія | 5,38 | США | 5,12 |
| 5 | Швеція | 5,34 | Велика Британія | 5,38 | Велика Британія | 5,12 |
| 6 | США | 5,30 | США | 5,32 | Швейцарія | 4,99 |
| 7 | Велика Британія | 5,30 | Франція | 5,31 | Австралія | 4,98 |
| 8 | Іспанія | 5,29 | Канада | 5,28 | Італія | 4,98 |
| 9 | Канада | 5,29 | Швеція | 5,24 | Японія | 4,94 |
| 10 | Сінгапур | 5,23 | Сінгапур | 5,23 | Канада | 4,92 |
| 11 | Ісландія | 5,19 | Австралія | 5,17 | Сінгапур | 4,86 |
| 12 | Гонконг | 5,19 | Нова Зеландія | 5,17 | Австрія | 4,82 |
| 13 | Австралія | 5,15 | Нідерланди | 5,14 | Гонконг | 4,68 |
| 14 | Нідерланди | 5,13 | Японія | 5,13 | Нідерланди | 4,67 |
| 15 | Люксембург | 5,08 | Гонконг | 5,11 | Португалія | 4,64 |
| 16 | Данія | 5,05 | Ісландія | 5,10 | Нова Зеландія | 4,64 |
| 17 | Фінляндія | 5,02 | Фінляндія | 5,07 | Китай | 4,54 |
| 18 | Португалія | 5,01 | Бельгія | 5,04 | Ісландія | 4,54 |
| 19 | Нова Зеландія | 5,00 | Ірландія | 5,01 | Ірландія | 4,53 |
| 20 | Норвегія | 4,98 | Португалія | 5,01 | Норвегія | 4,52 |

Джерело [12; 13; 14, с.45]

З наведеної інформації можна зробити висновок, що серед країн – лідерів у сфері туризму знову - таки представники Центру і Напівпериферії.

Підвищенню конкурентоспроможності країн, а також окремих фірм, сприяє державно-приватне партнерство. Зарубіжний досвід дозволяє виділити 4 основні типи організації державно-приватних партнерств у туризмі:

1. Управлінська – передбачає залучення державою приватних компаній, що професійно керують об’єктами туризму.

2. Асоціація – заохочує створення приватними структурами та органами державного управління некомерційних об’єднань для вирішення проблем функціонування туризму.

3. Кооперація – визначає рівні частки участі в прибутку та управлінні, а також солідарну відповідальність при настанні ризиків та ухваленні рішень.

4. Концесія – передає об’єкт державної власності комерційним структурам за договором в тимчасове користування [15; 16].

Державно - приватне партнерство в туризмі надає можливість спільного правового регулювання галузі, що сприятиме її стійкому розвитку.

Розглянуті економіко - правові моделі державно - приватного партнерства можуть створювати представництва на різних рівнях управління як у регіонах, так і за кордоном.

У розвинених країнах («Центр» відповідно термінології розділу) державний орган, згідно політики у сфері туризму, яка проводиться на національному рівні, здійснює маркетингові дослідження, збирає статистичні дані, організовує рекламу та просування національного туристичного продукту на світовий ринок. Регіональні й місцеві органи з туризму представляють інтереси і розвивають галузь у регіонах [17, с. 92-93].

Процеси глобалізації на туристичному ринку характеризуються зміною технологій, модернізацією транспортної інфраструктури, інтернаціоналізацією ділової активності та створенням механізму регулювання. Розвиток туристичних зв’язків обумовлює необхідність спеціалізованих міжнародних організацій з питань даної сфери. Можна виділити такі причини їх створення:

1. Бурхливий розвиток туризму, складність відносин у світі, вплив галузі на міжнародні відносини.

2. Розвиток туризму в кожній державі має різний рівень, а тому національні органи з цього питання отримують не однакові права і повноваження.

У число організацій входять:

- неурядові спеціалізовані міжнародні комерційні, національні та регіональні організації;

- спеціалізовані установи Організації Об’єднаних Націй;

- структури, де питання розвитку міжнародного туризму обговорюються епізодично і не основні у сфері їх діяльності.

Правове регулювання туризму на глобальному рівні здійснюється в рамках ООН, де ВТО (Всесвітня туристична організація) займає становище універсальної спеціалізованої структури. ВТО прийняла Хартію туризму й Кодекс поведінки туриста, видає довідники і прогнози, банки даних для туристичного бізнесу [18, с. 254]. Вона створена в 1975 р. і в даний час об’єднує 160 країн. Метою ВТО є сприяння розвитку туризму, міжнародне взаєморозуміння, дотримання прав людини і основних свобод на базі рівності незалежно від раси, статі, релігії і мови.

Україна стала членом ВТО в 1997 р. У вересні 1999 р. її було обрано до Виконавчої ради ВТО. Членом Ділової ради є готельний комплекс «Дніпро». На ХХІV сесії Генеральної асамблеї ВТО до Ділової ради ввійшло Головне управління комунального й готельного господарств та туризму Київської міської державної адміністрації.

Міжнародне туристичне співробітництво є першочерговим напрямком діяльності Державної служби туризму і курортів України. Системна робота щодо розвитку таких зв’язків – головна складова створення сприятливого середовища, інтеграції нашої країни до світової спільноти, ефективного використання туристичних ресурсів, просування турпродукту на ринку, розбудови інфраструктури, розвитку національної економіки та культури.

Повертаючись до глобальних проблем, значну роль у регулюванні туристичних послуг відіграє Генеральна Угода з торгівлі і послуг (ГАТС), яка є одним з напрямків Уругвайського раунду переговорів у рамках Генеральної угоди по товарах і тарифах (ГАТТ) щодо лібералізації світової торгівлі , а саме з обміну послугами. Ця угода багато в чому пристосована до туризму, зокрема для спеціалістів, які займаються туристичною політикою.

Співробітництво на двосторонньому рівні відбувається з допомогою щорічного проведення заходів 13 робочих груп по туризму та участі у роботі 68 міжурядових комісій. Крім того реалізовано 10 міжнародних і міжвідомчих програм та протоколів середньо- і довгострокового співробітництва.

Передумовою подальшого розвитку туризму відповідно до тенденцій глобального ринку є залучення до міжнародної законодавчої та нормативно - правової бази, вивчення досвіду розвинених держав, впровадження міжнародних стандартів якості обслуговування, прогресивних технологій, систем підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, використання світових інформаційних можливостей, практики створення організаційно-фінансової бази функціонування туристичної індустрії [19, с.8-9].

Туристичною послугою можна вважати весь комплекс послуг із задоволення різноманітних потреб туриста у відпочинку, харчуванні, переміщенні та інших, які сприяють забезпеченню мети.

За значенням у процесі подорожі (якщо мова йде про неї) вони поділяються на:

- основні, без яких подорож неможлива – розміщення, харчування, транспортного та екскурсійного забезпечення;

- додаткові, що сприяють комфортності – побутові, торговельні, спортивно - оздоровчі, культурні;

- супутні, які підвищують ефективність і сприяють реалізації кінцевої мети – виробництво та продаж сувенірів і спорядження, облаштування шляхів, оглядових майданчиків, реставрація пам’яток історії та культури.

Таким чином туризм створює нову форму споживчого попиту не на один товар, а на комплекс товарів і послуг.

З наданої інформації стає очевидним, що процес повного забезпечення туристів досить складний навіть в межах окремої фірми чи дестинації. Набагато важче добитися результату на національному та глобальному рівнях. Особливо це стосується країн трансформаційної економіки з їх розбалансованими економічною і політичною системами, нестабільністю і непередбачуваністю ситуацій та інше. Наведемо перелік проблем, наявних у даному випадку:

- розроблення комплексного законодавства з регулювання туристичної сфери;

- створення програми підтримки національних туроператорів;

- організація та проведення турів – розвиток національного потенціалу, використання ресурсів;

- проведення тренінгів з навчання персоналу для подальшої роботи у галузі туризму;

- співпраця з іншими країнами, зокрема членами Європейського Союзу, з питань спрощення візового режиму;

- розроблення цінової політики у сфері туризму;

- проведення ділових конференцій, виставок, пожвавлення ділового туризму і залучення бізнес-клієнтів [20, с.157-159].

Вплив масової туристичної діяльності на навколишнє природнє середовище, починаючи із 70-х років ХХ століття, вивчали С. Бренклі, Б. Хіггінс, Д. Штюрмер, В. Преображенський та інші. Їх праці знайшли відображення як у науці, так і в практичній діяльності. У багатьох розвинутих країнах екологічному туризму приділяється все більше уваги. Він несе в собі великий просвітницький і рекреаційний потенціал. Орієнтацією на екологічну складову можна пояснити останніми роками підвищену увагу до відвідування місць з недоторканим або мало зміненим природним середовищем [21].

Екотуризм також з’явився у 70-х роках ХХ ст. і з тих пір попит на його послуги підвищується невпинно. Згідно з даними Світового інституту ресурсів, в той час як зростання туризму взагалі досягає 4% за рік, екотуризм має показник у середньому 10% [22, с.17].

До структури екологічного туризму можна віднести (рис.2).

**Культурно-пізнавальний та науковий**

- науково-природничий

- історико-археологічний

- етнографічно-історичний

- симпозіумний

**Власне екотуризм**  
- природний  
- біотуризм  
- абіотуризм  
- соціоекотуризм

**Екологічний туризм**

**Спортивно-оздоровчий**-пішохідний **-** лижний  
- гірський  
- велосипедний  
- кінний  
- спелеотуризм  
- дельтапланеризм  
- екстремальний  
- водний на гребних човнах

**Релігійний  
-** сакральний  
(паломництво)  
- релігійно-архітектурний

**Сільский  
-** зелений  
- агрорекреаційний

**Промисельский  
-** фауністичний  
- іхтіофауністичний  
- флористичний

**Рис. 2.Види екологічного** **туризму**

Джерело: [23, с.41], доопрацьовано автором

На сучасному етапі під екотуризмом розуміють вид активного відпочинку у межах природоохоронних територій, де поряд із науково-пізнавальними, культурно-виховними та оздоровчо-спортивними функціями: увага акцентується на зв’язках між природним і соціальним середовищем, наслідках антропогенного тиску; набуваються навички гармонійних стосунків між людиною і природою.

Загальновідомо, що масовий туризм почав справляти негативний вплив на довкілля, на що вперше звернув увагу Й. Криппендорф у 1975 р. у книзі «Пожирачі ландшафту». Розвинені країни розглядають масовий туризм як не зовсім прийнятне явище також з огляду на окремі аспекти поведінки туристів – поширення наркоманії, алкоголізму, венеричних хвороб, СНІДу та інше. Ці проблеми необхідно вирішувати у глобальному масштабі.

Періодично з’являються альтернативні види туризму: природний, ландшафтний, зелений, сільський, аграрний, біологічний, етнічний, пригодницький, екстремальний та інші.

Під екотуризмом також розуміють напрямок туристичного бізнесу та економічний процес. При цьому рідкісні екосистеми продаються на міжнародних аукціонах для отримання прибутку та залучення в них відвідувачів.

У світі широкої популярності набуває діяльність міжнародних екологічних організацій, зокрема:

- Global Nest – міжнародна асоціація вчених, технологів, інвесторів та інших зацікавлених, що беруть участь у вирішенні проблем;

- Всесвітнє товариство захисту тварин (WSPA) – міжнародна некомерційна зоозахисна організація, яка проводить діяльність у більш ніж 150 країнах світу й об’єднує понад 900 структур;

- Всесвітній фонд дикої природи – міжнародна неурядова організація, що займається збереженням природи, відтворенням природного середовища. Це найбільш незалежна природоохоронна структура, що має більше 5 млн працівників і добровольців у 120 країнах світу;

- Глобальна мережа екологічного маркування (GEN) – асоціація незалежних організацій 36 країн, які впроваджують системи екологічного маркування відповідно до міжнародного стандарту ISO 14024. До речі, український знак екологічного маркування «Екологічного чисто та безпечно» включено до міжнародного реєстру 8 жовтня 2004 р. на офіційній щорічній зустрічі організацій – членів GEN, яка відбулася в Токіо. У 2011 р. Українська програма екологічного маркування пройшла міжнародний аудит і отримала сертифікат за програмою взаємного визнання «GENICESS»;

- Місія WWF – запобігання наростаючій деградації природного середовища планети і досягнення гармонії людини та природи. Головна мета – збереження біологічної різноманітності Землі. За декілька років існування організація поширила свій вплив на 130 країн світу.

У розвитку екологічного туризму зацікавлена вся світова спільнота, стривожена негативним впливом масових видів туристичної діяльності на природу, навколишнє середовище, нераціональним використанням рекреаційних ресурсів. Організуються наукові підрозділи, розроблюються програми, створюються проекти, проводяться конференції з екотуризму. Тільки у США нараховується 20 журналів, консультаційних інститутів, фірм та університетських програм, що спеціалізуються на екологічному туризмі.

Метою сільського зеленого туризму є використання сільських поселень для відпочинку в екологічно чистих умовах. Споживачами таких туристичних послуг отримуються свіже повітря, природні та культурні пам’ятки, гостинність господарів.

Промисловий туризм є різновидом сільського зеленого туризму. До нього входять мисливство, рибальство, збір грибів, ягід, лікарських рослин. При цьому відбувається безпосередній вплив на природу, що в принципі може порушити екологічну рівновагу. Тому даний вид відпочинку потребує особливого контролю. Навчити діяти і господарювати без шкоди для природи – основне завдання промислового екологічного туризму.

Щодо України, стримуючими факторами розвитку екотуризму є:

- відсутність механізму екологічного збалансованого використання природного потенціалу для його потреб;

- незначна кількість об’єктів природно - заповідного фонду вищої категорії заповідання, що мінімізує розвиток сільського зеленого туризму;

- недостатнє розроблення туристичних маршрутів у межах окремих областей;

- невідпрацьованість правового забезпечення;

- епізодичність дороговказів про розташування місць для екологічного туризму і музеїв.

Структуру державних туристичних представництв необхідно розглядати як важливу складову підтримки авторитету України у політичній, культурній та економічній сферах. Виходячи з цього, потрібна розробка програми створення закордонних туристичних представництв для координації між органами влади, громадськістю і бізнесом щодо спільної та ефективної роботи на загальну мету. Програма, як мінімум, повинна бути середньостроковою (5 років) з чітким визначенням обсягів діяльності всіх суб’єктів, що беруть у ній участь.

Важливим для ефективної роботи закордонних туристичних представництв є своєчасне і чітке визначення послуг, на отримання яких можуть розраховувати представники країни розташування, та розроблення стратегії і річного плану діяльності з наданням джерел фінансування. Перелік послуг повинен бути розташований на веб - сайті представництв та наданий у інформаційних матеріалах.

Доцільно також створити аналітичний центр з питань в’їзних туристичних потоків на базі Державного агенства з туризму та курортів. До основних завдань центру мають відноситися отримання, систематизація і надання інформації, яка надходить від представництв та безпосередньо бізнесу, що зацікавлений в експорті туристичних продуктів у інші країни [24, с.149].

Ефективний розвиток туризму неможливий без державної допомоги. Саме поняття « туристична політика» виникло коли туризм перетворився у соціально - економічне явище і став відігравати значну роль у розвитку держав.

Державна туристична політика являє собою частину загальної політики. До її складових належать:

- правові фактори, пов’язані з функціонуванням туристичного законодавства;

- економічні фактори – створення основи розвитку туризму (стабільні зовнішньоекономічні і валютно-фінансові відносини);

- природні умови країни;

- соціальні фактори;

- умови життя людей, система відпусток;

- транспортна мережа і доступність транспорту до туристичних місць.

Туристична політика означає діяльність держави в напрямку розвитку туристичної індустрії і об’єктів туристичного ринку, вдосконалення обслуговування туристів і, на цій основі, посилення потенціалу туризму. Вона являє собою сукупність форм, методів та засобів впливу держави на роботу туристичної сфери для досягнення цілей щодо розвитку економіки країни.

Потреба впливу органів державної влади на розвиток галузі підтверджена світовою практикою. У Гаазькій декларації з туризму, прийнятій у 1989р., визначено, що туризм має плануватися державною владою з урахуванням всіх його чинників [25, с.617].

Сьогодні в більшості країн світу для реалізації туристичної політики створені національні організації, серед основних завдань яких:

- управління розвитком туризму;

- розширення сезону й видів туристичних потоків на нові території;

- нарощування валютних надходжень від іноземного туризму.

Більшість туристичних організацій на рівні держави займаються регулюванням і контролем підприємств, а саме:

- розробкою правил і регулюванням діяльності турагентів і туроператорів;

- вдосконаленням законодавства;

- модернізацією та розширенням об’єктів;

- видачею ліцензій і дозволів на будівництво;

- здійсненням контролю за виконанням законодавства;

- класифікацією туристичних організацій;

- видачею ліцензій на відкриття структур;

- контролем цін;

- регулюванням діяльності готельного бізнесу.

Майже всі країни світу (біля 175) тією чи іншою мірою регулюють сферу туризму. Необхідність координуючої та посилюючої функцій держави підкреслюється і в рекомендаціях міжнародних організацій. Наприклад у матеріалах Симпозіуму Європейської економічної комісії ООН із планування туризму констатується, що «… туризм представляє комплексне явище, пов’язане з різними життєво важливими галузями діяльності. Він містить у собі одночасно можливості для розвитку і значні небезпеки [26, с.3].

Залучення до туризму виробництв матеріальної і духовної сфер одночасно, попадання під його вплив певних суміжних галузей, специфіка кінцевої продукції обумовлюють складний характер туристичної індустрії та національної економіки і підвищують відповідальність держав за формування туристської сфери у глобальному масштабі.

Головною метою в туристичній політиці повинно стати своєчасне регулювання розвитку туризму з боку державних органів влади. Виважена політика сприяє виробленню шляхів вирішення соціальних проблем, що позитивно впливає на політичну стабільність.

Державні органи влади мають визначати пріоритети й відповідно до них посилювати допомогу туристичним проектам, що сприятиме покращенню інфраструктури, раціональному розподілу доходів від туристичної діяльності [27, с.32-37].

Вивчаючи складові досвіду країн Заходу (Центру – авт.), нами визначено основні закономірності розвитку їх туристичних галузей. Деякі з них доцільно навести в даному дослідженні:

1. За постійних змін на туристичному ринку конкуренція впливає як на розробку державної політики розвитку туризму, так і на діяльність окремих суб’єктів.

2. Від ефективності функціонування туризму залежать життєдіяльність більше 40 галузей економіки та 15% зайнятого населення.

3. Успіх розвитку туризму забезпечує підтримка його та суміжних галузей на державному рівні.

4. Одним із важелів розвитку туристичної індустрії є механізм державно-приватного партнерства.

5. Найбільш важливими елементами світового туристського ринку на період до 2020 року є круїзи, конгрес - туризм, тематичні парки, міський, культурний, пригодницький і спортивний туризм, а також пляжний відпочинок.

6. Основою ринкової економіки та державної підтримки є централізований механізм ухвалення рішень, автономія і конкурентоспроможність суб’єктів ринку.

7. Комплексні туристичні продукти можуть ефективно працювати 10 і більше років.

8. П’ятирічний життєвий цикл властивий для екскурсійних продуктів, які мають множину одноваріативних аналогів на світовому туристичному ринку.

9. Нові тенденції розвитку туризму засвідчують посилення чинників якості в конкурентній боротьбі.

10. У виїзному туризмі Україна вийшла на глобальний ринок, що проявляється у можливості українських споживачів вибирати між вітчизняними та зарубіжними пропозиціями туристичних продуктів [28, с.70].

Зазначимо, що сьогодні туристичний бізнес широко охоплює всі регіони України і є складовою їхньої економіки. Проте для одних він носить локальний характер, а для інших має не тільки національне, а й глобальне значення. Разом з тим слід відмітити, що у структурі українського туризму близько 43% належить відпочинку та лікуванню на курортах і лише 9% – зелений, мисливський та інші спеціалізовані види туризму [30, с.160].

Україна має багато проблем з розвитком інфраструктури туризму із - за хронічного недофінансування проектів. Роками не відновлюється матеріально-технічна база, відсутня можливість впроваджувати новітні і навіть просто прийнятні технології, що негативно відбивається на рівні обслуговування туристів і, як наслідок, їх кількості у майбутньому. Як показує досвід країн світу, подоланню цих та інших проблем сприятиме формування туристичних кластерів (рис. 3).

Туризм як галузь одна з перших піддається негативному впливу кризи.

В умовах нестабільності економічної ситуації та скорочення доходів населення схильне в першу чергу знижувати витрати на відпочинок, подорожі і розваги.

В результаті на всіх рівнях стали розроблятися стратегії вдосконалення туристичної галузі з врахуванням глобальних кризових умов та особливостей кожної країни.

При зростанні ролі туризму у світовому просторі сучасний розвиток вітчизняної галузі характеризується глибокими протиріччями. Як позитив, країна володіє унікальними природно-географічними та історико-культурними ресурсами, функціонує туристично-рекреаційна галузь, зростає кількість туристичних організацій. Разом з тим туристичні ресурси нерівномірно розподілені і ступінь їх використання низька, обсяги в’їзних туристів падають, внутрішній та виїзний туризм незначні і нестабільні.

**Рис. 3. Основні складові туристичного кластеру**

Джерело: [30, с.431], доопрацьовано автором

Якщо розглянути привабливість України для іноземних громадян, можна зробити висновок, що основними споживачами туристського продукту є Білорусь, Великобританія, Польща, США і Туреччина. У 2013 р. Україна втратила біля 60% іноземних туристів. Далі їх нарощування теж практично не відбувалося, тобто поповнення бюджету від туристичної діяльності вкрай низьке. Подібні зміни тягнуть за собою зниження рівня зайнятості населення, який у курортних регіонах до того ж має сезонний характер.

За результатами експертної оцінки, найпривабливішими для туризму є: Одеська область – високий рівень; Львівська область – задовільний рівень [31].

При сучасній світовій кризі і нестабільності, щоб привабити туристів, необхідне зниження вартості послуг при збереженні і поліпшенні їх якості. Для створення конкурентоспроможного вітчизняного продукту потрібні:

- активне використання сучасних інформаційних технологій;

- застосування інноваційних методів управління;

- формування нових креативних пропозицій.

Треба підняти імідж країни, який підкреслює природну та історико-культурну унікальність, пом’якшує страхи приїжджаючих перед Чорнобилем і громадянським протистоянням, включаючи події на Сході. Звичайно ще краще, якщо і самі ці нестерпно гіркі події відійдуть у минуле.

Доцільно здійснити перехід до добровільної сертифікації, забезпечити права споживачів на якісне обслуговування в недержавній сфері за рахунок діяльності самоокупних організацій.

В державних структурах потрібні реструктуризація, зміна інструментів регулювання, підтримка розвитку некомерційних та громадських організацій, координація діяльності законодавчої і виконавчої влади.

Важливим є поглиблений аналіз функціонування окремих видів туризму та їх ролі в економіці з подальшою розробкою конкретних заходів, спрямованих на покращення соціально-економічного розвитку України [32, с.39-42].

**Висновки**

1. Туризм є важливою складовою світового простору в частині рекреації і дозвілля, одночасно будучи індустрією, бізнесовим середовищем, формою міжнародних, включаючи економічні, відносин.

2. Розвиток туризму у країнах світу нерівномірний. Так розвинені країни менші від інших за площею у 2 рази і за чисельністю населення у 4 рази, проте перевищують їх за міжнародними туристськими прибуттями у 5 разів, а за грошовими надходженнями від туризму в 7 разів.

3. Особливого розвитку туризм набув починаючи з 90-х років ХХ століття після проведення у Ванкувері (Канада) Першої всесвітньої конференції «Туризм як впливова сила збереження миру», де він розглядався в якості одного з гарантів миру і безпеки, що впливає на економіку, культуру, традиції, релігію і ремесла.

4. У період 2016 – 2030 рр. зростання показників туристської галузі триватиме, але помірними темпами. Збільшення міжнародних туристичних прибуттів щорічно складе у середньому 3,3%, в результаті чого ринок міжнародного туризму поповнюватиметься на 4,3 млн чол. При збереженні прогнозованих обсягів інвестицій у туристичну сферу до 2030 р. число прибуттів досягне 1,8 млрд чол.

5. В туризмі задіяні практично всі держави світу. Оскільки він є високоприбутковим бізнесом, між окремими учасниками на туристичному ринку відбувається жорстка конкурентна боротьба. В ній перемагають держави, які мають значні ресурси і надають якісні та різноманітні послуги за сприйнятними цінами, що можливо в умовах розвиненої ринкової індустрії, яка має державну підтримку. Відповідно різні країни характеризуються відмінним рівнем туристської конкурентоспроможності.

6. Системна робота щодо розвитку міжнародних туристичних зв’язків – складова створення сприятливого середовища інтеграції України до світової спільноти, ефективного використання ресурсів, просування турпродукту на світовому ринку, розбудови інфраструктури, розвитку національної економіки та культури.

7. Україна має багато проблем з розвитком інфраструктури туризму із-за хронічного недофінансування проектів. Роками не відновлюється матеріально-технічна база, відсутня можливість впроваджувати новітні і навіть просто прийнятні технології, що негативно відбивається на рівні обслуговування туристів і, як наслідок, їх кількості в майбутньому. Як показує досвід країн світу, подоланню цих та інших проблем сприятиме формування туристичних мережевих кластерів.

**Література**

1. География туризма: учебник/кол. авторов; под. ред. А. Ю. Александровой. – ММ.:КНОРУС, 2008. – 592 с.

2. Тарасенок А. И. Геоэкономика туризма: учебное пособие / А. И. Тарасенок. – Минск: Новое знание; ИНФРА-М,2011. – 272 c.

3. Юрченко О. Є. Сучасні тенденції розвитку світового туристського простору / О. Є. Юрченко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право.-2012.-№6.-С.28-33.

4. Герасименко В. Г. Формування і розвиток теорії туризму // Науковий вісник Одеського держ.екон.ун-ту. Науки: економіка, політологія, історія.-2005.-С.3-10.

5. Електронний ресурс. Режим доступу: www.unwto.org

6. Кобржицький В. В., Ткачук С. І. Сучасний стан, проблеми та преспективи розвитку міжнародного туризму // Інвестиції: практика та досвід. – 2012.- №9. – С.50-54.

7. Биржаков М. Б. Введение в туризм: учеб. для студентов вузов / Нац. акад. туризма; Балт. междунар. ин-т туризма. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.; СПБ.: Невский фонд: Герда, 2004. – 443 с.

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

9. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги ХХI, 2003. – 298 с.

10. Антонюк К. В. Напрямки диверсифікації міжнародного ринку туристичних послуг / К. В. Антонюк // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2013. - №5-6. – С. 12-17.

11. Pinboonrungroj P. Tourism Logistics Managementin ASEAN / P.Pinboonrungroj // [Електронний ресурс]. Режим доступу:www.google.com.ua/ #q=logistics+in+tourism+pdf

12. Нікіфоров Б. В. Оцінка конкурентоспроможності країн на світовому туристичному ринку / Б. В. Нікіфоров//Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти: Матеріали II Всеукр.наук.-практ.Інтернет-конф.-Умань: ВПЦ «Візаві», 2014.-Ч.1.-С.261-263.

13. Travel&TourismCompetitivenessReport2011[Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.weforum.org.docs/WEF\_TTCReport\_2011.pdf

14. Смирнов І. Г. Визначення рівня конкурентоспроможності країн світу в туризмі: сучасні відходи / І. Г. Смирнов // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2015. - № 5-6. – С.37-49.

15. Годфри Х., Кац Кеннет М.Стимулирование международного туризма в ХХI веке; [пер. с англ.] – М.: Финанси и статистика, 2000. – 240 с.

16. Александрова А. Ю. Международный туризм. – М.: Аспект пресс, 2011. – 464 с.

17. Чучка І. М. Досвід зарубіжних країн у контексті формування державної політики розвитку туризму / І. М. Чучка, В. П. Братюк // Економіка України. – 2014. - №9. – С.83-94.

18. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / – К.: Знання, 2009. – 641 с.

19. Антонюк К. Інституціональна структура регулювання та розвитку міжнародного туризму/ К. Антонюк // Ринок цінних паперів. – 2014. -№9-10. – С.3-10.

20. Ю. М. Попова, М. Ю. Макаренко. Туризм у сфері міжнародних фінансів та перспективи його розвитку в Україні // Економіка і регіон. – 2010. – №1. – С.157-160.

21. Побоченко А. М. Україна і ЮНВТО: основні етапи співробітництва / А. М. Побоченко // Актуальні проблеми економіки : наук. економічний журнал. – 2007 - № 9 (75). – С. 24-27.

22. Belisa Amaro. Ecotourism and ethics // Earth Island Jornal. Fall 1999, V. 14, p. 16.

23. Паславська В. В. Міжнародна співпраця у сфері екологізації туристичних послуг / В. В. Паславська, Л. Г. Квасій // Економіка та держава. – 2015. - № 4 [Ел.р.]. – С.40-43.

24. Соловйов Д. І. Закордонні туристичні представництва як важлива складова державного регулювання туристичної сфери / Д. І. Соловйов // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012.- № 8. – С.146-149.

25. Организация туризма: учеб. пособие / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергеева и др.; под общ. ред. Н. И. Кабушкина. – Минск: Новое знание, 2003. -632 с.

26. Туризм и устойчивое развитие: докл. Генер. секретаря; комис. по устойчивому развитию. Сессия (7; 1999). – Нью-Йорк: ООН, 1999. – 26с.

27. Димчук А. В. Вдосконалення національної політики в галузі регулювання ринку туристичних послуг у контексті глобальних викликів і кризових ситуацій. А. В. Димчук // Економіка. Фінанси. Право. – 2012. – №6.-С.32-36.

28. Братюк В. П Аналіз досвіду західних країн щодо формування державної політики сприяння розвитку туризму / В. П. Братюк // Актуальні проблеми економіки. – 2012.-№9. – С.159-162.

29. Іванова З. О. Зарубіжний досвід державного регулювання розвитку зеленого туризму / З. О. Іванова// Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. - №5. – С.159-162.

30. Трилленберг Г. Инновационно-кластерный подход к развитию туризма Украины в условиях глобализации / Г. Триленберг // Журнал європейської економіки. – 2014. - №4. – С.428-442.

31. www.ukrstat.gov.ua – офіційний веб-сайт Державної служби статистики України.

32. Папп В. В. Сучасний стан та тенденції розвитку туристичної сфери в Україні та світі / В. В. Папп // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. - №18. – С.37-43.