

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет природоохоронний
Кафедра економіки природокористування

Бакалаврська кваліфікаційна робота

на тему: Порівняльний аналіз користування потенціалу сталого туризму в Баварії та України

Виконала студентка 3 року навчання
спеціальності 242 – Туризм
(ОПП "Сталий туризм")

Губанова Олена Володимирівна

Керівник д.е.н., проф. Губанова Олена Ростиславівна

Рецензент: д.е.н., проф. Купінець Л.Є.

Одеса 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Природоохоронний

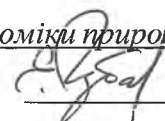
Кафедра Економіки природокористування

Рівень вищої освіти бакалавр

Спеціальність 242 (Туризм)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки природокористування


Губанова О.Р.

« 16 » червня 2020 року

З А В Д А Н Н Я
НА БАКАЛАВРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Губановій Олені Володимирівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Порівняльний аналіз користування потенціалу сталого туризму в Баварії та України

керівник роботи д.е.н., проф. Губанова Олена Ростиславівна,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від “27 ” квітня 2020 року

2. Строк подання студентом роботи 12 червня 2020

3. Вихідні дані до роботи наукові публікації, нормативно-правова база ФРН та України, статистична інформація по Україні, Німеччині та Баварському регіону.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки

5. Перелік графічного матеріалу

Дані про в'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, у 2017 році; виїзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали, у 2017 році, кількість туристів у Баварії за 2018 рік.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 11 травня 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

3 /п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1	Огляд літературних джерел	11.05.20- 12.05.20	90	A
2	Написання першого розділу роботи	13.05.20- 15.05.20	90	A
3	Написання другого розділу роботи	16.05.20- 18.05.20	90	A
4	Написання третього розділу	19.05.20- 20.05.20	90	A
5	Написання четвертого розділу	21.05.20- 22.05.20	90	A
6	Рубіжна атестація	23.05.20- 30.05.20	90	A
7	Здача на кафедрі	12.06.20	90	A
8	Перевірка на плагіат	13-14.05.20	90	A
9	Рецензування	14.05.20	90	A
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)		90	A

Студент

Губанова О.В.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Губанова О. Р.

(прізвище та ініціали)

Висновок керівника бакалаврської роботи

Студентка Губанова О.В. метою своєї бакалаврської роботи визначила проведення порівняльного аналізу туристичного потенціалу Баварії (однієї з провідних у туристичній галузі федеральних земель Німеччини) та України, як основи щодо розвитку сталого туризму. Відповідно до поставленої мети були вирішені завдання щодо аналізу стану туристичних ресурсів та розвитку основних видів туризму в Баварії; порівняння туристичного потенціалу Баварії та України; вивчення особливостей функціонування ринку туристичних послуг Баварії та досвіду сталого розвитку туризму в Європейському Союзі; визначення туристичного потенціалу окремих регіонів України та необхідних умов для здійснення сталого розвитку туризму; формування вітчизняного туристичного продукту на засадах сталого розвитку.

Теоретичною основою дослідження стали наукові розробки вітчизняних та закордонних вчених з питань туристичної проблематики, нормативно-законодавчі акти, данні статистичних збірників, аналітичні обзори, інформація з мережі Internet, матеріали наукових конференцій.

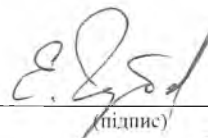
Бакалавр показала вміння працювати з науковою літературою, статистичною звітністю та матеріалами практичної спрямованості, здатність аналізувати проблемні питання та робити висновки за отриманими результатами. Виявила схильність до наукової роботи і творчий підхід при вирішенні поставлених завдань, показала добру теоретичну підготовку і самостійність у прийнятті рішень. При виконанні бакалаврської роботи строго дотримувалася змісту поставлених завдань та календарного плану.

До переваг бакалаврської роботи слід віднести актуальність досліджуваної теми, ґрунтовний аналіз сучасних тенденцій розвитку туристичної галузі в Європейському Союзі, Баварії та Україні, повноту та обґрунтованість пропозицій щодо формування туристичного продукту в контексті сталого розвитку.

Основні результати дослідження пройшли апробацію під час студентської наукової конференції Одеського державного екологічного університету (15-18 квітня 2019 р.)

Робота студентки під час виконання бакалаврської роботи заслуговує оцінки «відмінно» (90 %). Слід зазначити, що робота виконана на високому науковому та професійному рівні, відповідає завданню та вимогам, які пред'являються до оформлення та змісту, може бути представлена до захисту, а її автор Губанова О.В. заслуговує на присвоєння кваліфікації бакалавра з туризму (спеціальність 242 Туризм)

Керівник роботи _____



(підпис)

“ ”

20

року

Висновок кафедри, циклової комісії про кваліфікаційну бакалаврську роботу

Бакалаврська робота розглянута. Студентка _____

(прізвище та ініціали)

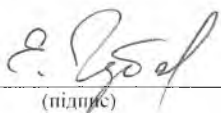
допускається до захисту даної роботи в Атестаційній комісії.

Завідувач кафедри економіки природокористування _____

(назва)

Губанова О.Р.

(прізвище та ініціали)



(підпис)

“

”

20

року

АНОТАЦІЯ

Бакалаврська кваліфікаційна робота на тему «Порівняльний аналіз використання потенціалу сталого туризму в Баварії та України»

Губанової Олени Володимирівни

Актуальність теми. Туризм є важливою складовою економіки та рушійною силою для розвитку країн та регіонів в аспекті забезпечення бюджетних надходжень, підвищення зайнятості населення, стимулювання інфраструктурних перетворень. Проте в сучасних умовах розвиток туристичної галузі має відбуватися на засадах сталого розвитку задля досягнення гармонії між суспільством і природою. Отже, актуальним завданням сталого розвитку туризму є визначення здатності забезпечення рівноваги між збереженням природних та історико-культурних ресурсів, між економічними інтересами і соціальними потребами, створення сприятливих умов для формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

Мета і задачі дослідження. Метою роботи є проведення порівняльного аналізу туристичного потенціалу Баварії - однієї з провідних у туристичній галузі федеральних земель Німеччини, та України, як основи щодо розвитку сталого туризму.

Об'єктом дослідження є потенціал сталого туризму як економіко-екологічного явища сучасного світу.

Предметом дослідження є концептуальні засади визначення потенціалу сталого туризму на основі кількісних показників стану соціо-економіко-екологічної системи країн.

Результати дослідження. В роботі розглянуто стан туристичних ресурсів Баварії та України, проведена оцінка здатності досягнення рівноваги «туристичні потреби – забезпечення якості навколишнього природного середовища» при формуванні конкурентоспроможного туристичного продукту на національному та регіональному рівнях. Одержані результати

можуть бути застосовані при реалізації Національної та регіональної стратегій розвитку туризму.

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Повний обсяг тексту бакалаврської кваліфікаційної роботи – 66 сторінки, таблиць – 3, рисунків – 19.

Ключові слова: сталий розвиток, сталий туризм, потенціал сталого туризму, туристичні ресурси, туристичний продукт.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ	8
ВСТУП.....	9
1 СТАЛИЙ ТУРИЗМ ЯК ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	11
1.1 Сутність та чинники розвитку сталого туризму	11 <u>1</u>
1.2 Досвід впровадження сталого туризму в Європейському Союзі	15
1.3 Потенціал та перспективи розвитку сталого туризму в світі та ЄС ..	19
2 СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ БАВАРІЇ	23
2.1 Основні види туризму та туристичні ресурси Баварії.....	23
2.2 Частка туризму у внутрішньому валовому продукті Баварії та ФРН	37
2.3 Функціонування ринку туристичних послуг Баварії на засадах сталого розвитку.....	37
3 РЕАЛІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ В АСПЕКТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ	39
3.1 Ресурси та умови розвитку сталого туризму України.....	39
3.2 Формування нового туристичного продукту для сталого розвитку туризму в Україні	44
3.3 Шляхи реалізації потенціалу сталого туризму в Україні.....	45
4 ПОРІВНЯННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ ТА БАВАРІЇ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	46 <u>6</u>
4.1 Показники сталого розвитку туризму	46 <u>6</u>
4.2 Оцінка туристичного потенціалу України та Баварії за допомогою показників сталого розвитку туризму	477
4.3 Інноваційне забезпечення реалізації стратегії розвитку сталого туризму в Україні	50
ВИСНОВКИ	52
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	55
ДОДАТКИ	660

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ

АР Крим – Автономна республіка Крим

ВБУ – водно-болотні угіддя

ВВП – валовий внутрішній продукт

ВТО – Всесвітня туристична організація

Грн. – гривня

Держприкордонслужба – Державна прикордонна служба

ЄС – Європейський союз

Кабмін України – Кабінет Міністрів України

ООН – Організація об'єднаних націй

США – Сполучені Штати Америки

ФРН – Федеративна Республіка Німеччина

DZT – Німецька національна туристична рада

ETAG – група підтримки розвитку туризму в Європі

GSTC – критерії Глобальної ради зі сталого розвитку туризму

YTS – Ялтинська Економічна Стратегія

ВСТУП

На сьогодні туризм є однією з галузей світової економіки, що найшвидше розвиваються. Для багатьох країн світу (США, Франція, Іспанія, Італія, Чехія, Єгипет, Туреччина, Таїланд, Ісландія) міжнародний та місцевий туризм став суттєвим чинником збільшення надходжень до бюджетів різних рівнів та створення додаткових робочих місць. За даними Всесвітньої туристичної організації на туризм припадає близько 10% виробленого у світі валового продукту та близько 30% світової торгівлі послугами. На туристичну галузь також припадає близько 7% світових інвестицій, кожне 15 робоче місце та приблизно 5% податкових надходжень [38]. Тобто туризм є важливою складовою економіки та рушійною силою для розвитку регіонів.

Україна має значний туристичний потенціал, який на сьогодні з різних причин використовується явно недостатньо. За даними ВТО Україна у 2012 році входила до топ-15 країн світу найбільш відвідуваних туристами, але за останні декілька років вона значно знизилася свій туристичний рейтинг. Україна потребує розробки та впровадження невідкладних заходів з розвитку туристичної галузі.

На сьогодні Президентом України В. Зеленським, Верховною Радою України та Кабінетом Міністрів сталий розвиток туризму віднесено до одних з пріоритетних завдань на найближчий період.

У зв'язку з цим дослідження, які спрямовані на аналіз проблемних питань у галузі туризму та розроблення заходів для його сталого розвитку, є важливими та актуальними для нашої країни.

Метою дослідження є проведення порівняльного аналізу туристичного потенціалу Баварії - однієї з провідних у туристичній галузі федеральних земель Німеччини, та України, як основи сталого розвитку туризму.

Для реалізації зазначеної мети необхідне розв'язання наступних завдань:

- проаналізувати стан туристичного потенціалу та основних видів туризму Баварії;
- провести порівняльний аналіз туристичного потенціалу Баварії та України;
- проаналізувати досвід впровадження сталого туризму в Європейському Союзі;
- вивчити особливості функціонування ринку туристичних послуг Баварії;
- оцінити частку туризму у внутрішньому валовому продукті Баварії та України;
- проаналізувати туристичний потенціал окремих регіонів України та необхідні умови для сталого розвитку туризму;
- сформувати новий туристичний продукт для сталого розвитку туризму в Україні.

Об'єктом дослідження є стан туристичного потенціалу, пріоритетні види туризму та шляхи сталого розвитку туризму галузі Баварії та України.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань проведено аналіз літературних джерел, статистичних даних та здійснено власне знайомство з туристичними об'єктами Баварії та України.

Наукова новизна. Вперше отримані дані щодо туристичного потенціалу, основних видах туризму та внеску туристичної галузі у ВВП федеральної землі Баварії; проведено порівняльний аналіз можливості формування та реалізації туристичного продукту на засадах сталого розвитку.

Практичне значення. Результати проведених досліджень можуть бути використані при розробленні програм розвитку туризму в різних регіонах України.

І СТАЛИЙ ТУРИЗМ ЯК ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

1.1 Сутність та чинники розвитку сталого туризму

На сьогодні не існує єдиного визначення поняття «туризм». Згідно Закону України “Про 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” [9].

Водночас у літературі використовуються декілька визначень терміну туризм, які належать різним авторам. [10]

- «Туризм – це будь-яка подорож з метою відпочинку і знайомства з новими регіонами й об’єктами» (Н.Ф. Реймерс);

- «Туризм – це форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітньою та іншими функціями» (О.О. Бейдик); [2]

- «Туризм – це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров’я, фізичний розвиток людини, пов’язаний з пересуванням за межами постійного місця проживання» (П.В. Гудзь);

- «Туризм – це вид рекреації, пов’язаний з виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними й культурно-розважальними цілями» (М. Мальська); [20]

- «Туризм - це мобільна форма споживання й рекреаційної діяльності, основу на доданні простору та пов’язану з територією, характером середовища (не тільки природного, а й соціально-культурного та економічного середовища людської діяльності)» (О. Любінцева); [18]

- «Туризм – це вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб споживачів, які у вільний від роботи час тимчасово перебувають поза місцем свого постійного проживання з певною метою» (В.Ф. Кифяк). [12]

Сталий туризм - це такий вид туризму, при якому забезпечується оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, підтримуються соціально-культурні особливості туристичних дестинацій та спільнот, які там проживають; забезпечується життєздатність довгострокових економічних процесів, вигідних для всіх зацікавлених сторін. Сталий розвиток в туризмі передбачає позитивний загальний баланс екологічних, соціально-культурних та економічних ефектів від туризму.

Пріоритетом для сталого розвитку туризму є задоволення найважливіших для життя потреб і прагнень людини шляхом реалізації функцій туризму як специфічного виду діяльності. [23]

Сталий розвиток туризму – це свідомо підтримуваний розвиток, в силу чого зростає роль держави, оскільки тільки вона здатна розробити стратегічну основу планування розвитку індустрії туризму, яка має великий потенціал, який дозволяє внести конструктивний вклад у стійкий розвиток країн та регіонів. [1]

Г.А Заячковська, вважає, що до ключових завдань сталого розвитку належать:

1. Відновлення і подальше збереження в потрібному обсязі на необхідній площі природних екосистем та їхньої здатності до самовідтворення.

2. Забезпечення при цьому випереджального розв'язання проблеми: економічного, соціального, демографічного і духовного розвитку.

3. Узгодження темпів економічного розвитку з господарською ємністю екосистем. [10]

Сталий туризм базується на доктрині сталого розвитку, яка у першу чергу спрямована на зміну стосунків людини і природи задля забезпечення

можливостей економічного зростання з мінімальним впливом на природне довкілля.

Сталість розвитку туризму є складовою розвитку національних економік. Концепція стійкого розвитку туризму дає інструменти і можливість окреслити таку модель сталого розвитку економіки, яка розвивається не ставлячи питання щодо співвідношення пріоритетів сьогодення та майбутнього. [32]

Туризм як галузь економіки знаходиться у складній взаємодії з навколишнім середовищем і тому одним з головних завдань його подальшого розвитку полягає в мінімізації його впливу на навколишнє природне середовище. Слід відзначити, що різні види туризму значно відрізняються за ступенем впливу на природне середовище, наприклад, такі види як лікувальний, релігійний, спортивний, науковий, мають значно менший вплив на природне середовище ніж ті, які базуються на використанні природних ресурсів: гірський, водний, риболовний тощо.

Сталий розвиток передбачає та забезпечує ефективне вирішення економічних, соціальних, екологічних проблем з досягненням рівноваги між ними.

Структуру доктрини сталого розвитку світової економіки складають сукупність ідей, положень та постулатів різних наук, які лягли в основу таких документів ООН як «Порядок денний на XXI століття» та ряд Конвенцій, наприклад Конвенцій щодо змін клімату. [34]

Оцінка сталому розвитку, у тому числі розвитку туризму, базується на аналізі ключових індикаторів розвитку, які за визначенням ООН можна згрупувати у 14 розділів: бідність, управління, здоров'я, освіта, демографія, природні катаклізми, атмосфера, земля, морські водні ресурси, свіжа вода, біорізноманіття, економічний розвиток, глобальне економічне співробітництво.

Необхідність переходу до реалізації стратегії сталого розвитку України визначається як внутрішніми чинниками, так і зовнішніми, що пов'язані з

євроінтеграційними прагненнями України та необхідністю виконання міжнародних зобов'язань України.

На сьогодні в Україні розроблено Стратегію сталого розвитку туризму і курортів, основною метою є:

- покращення якості життя населення; захист національних інтересів України у сфері туризму;
- формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках на основі раціонального використання туристичних ресурсів, збереження історико-культурних надбань та етнічних особливостей українського народу;
- створення умов для споживання туристичного продукту;
- реалізація закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, зайнятість, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей і відпочинку, туристичної діяльності;
- поліпшення правових, організаційних та соціально-економічних засад реалізації державної політики України у сфері туризму і діяльності курортів в умовах глобалізації та євроінтеграції суспільних процесів [29].

Згідно Стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні, пріоритетами сталого розвитку туризму і курортів є:

- формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту;
- розвиток людських ресурсів в інтересах туризму;
- збереження ресурсного потенціалу туризму, формування простору високої туристичної привабливості з метою забезпечення раціонального та ефективного використання туристичних ресурсів;
- формування інформаційного простору сфери туризму;
- створення єдиної системи маркетингу у сфері туризмі;
- поглиблення міжнародного співробітництва з метою забезпечення сталого розвитку туризму. [29]

1.2 Досвід впровадження сталого туризму в Європейському Союзі

Сталий туризм є важливим фактором економіки для багатьох країн Європейського союзу, до складу якого входять 27 європейських країн: Австрійська республіка, Королівство Бельгія, Республіка Болгарія, Грецька республіка, Королівство Данія, Республіка Естонія, Республіка Ірландія, Королівство Іспанія, Італійська Республіка Кіпр, Латвійська Республіка, Литовська Республіка, Велике Герцогство Люксембург, Республіка Мальта, Королівство Нідерланди, Федеративна Республіка Німеччина, Республіка Польща, Португальська Республіка, Румунія, Республіка Словаччина, Республіка Словенія, Республіка Угорщина, Фінляндська Республіка, Французька Республіка, Республіка Хорватія, Чеська Республіка, Королівство Швеція.

До ЄС також входять території за межами Європи: Іспанії (Канарські острови, Мелілья, Сеута), Португалії (Азорські острови, Мадейра), Франції (Гваделупа, Мартиніка, Реюньон, Французька Гвіана, Майотта). Серед країн-кандидатів на вступ в ЄС належать Туреччина, Україна, Чорногорія та Ісландія.

Важливою конкурентною перевагою більшості країн ЄС у сфері туризму, окрім Болгарії, Ірландії Кіпру та Румунії, є шенгенська зона, що дозволяє туристам пересуватися з однією мультивізою.

До найбільш поширених видів туризму у країнах ЄС належить гірськолижний (Словаччина, Австрія, Франція, Італія, Швейцарія, Німеччина), оздоровчий (Чехія, Словенія, Угорщина, Німеччина тощо), пляжний (Болгарія, Греція, Італія, Кіпр, Франція, Мальта, Іспанія, Португалія).

На туристичну галузь до початку пандемії коронавірусу припадало близько 10 відсотків економіки Євросоюзу, а у деяких країнах ЄС, таких як Греція чи Мальта, частка туризму у ВВП становила від 20 до 25%. За даними Єврокомісії, щороку туризм приносив Іспанії близько 145 млрд. євро. А дохід

німецьких готелів, туристичних фірм та інших компаній цього сектора становив 240 млрд. євро на рік [43].

Реалізація та оптимальне удосконалення туристичної політики Європейського Союзу базується на дієвому інституціональному механізмі формування стратегії регулювання туристичної галузі, який забезпечує досягнення загальних цілей та захист спільних інтересів країн. Організаційний механізм включає єдину систему інститутів, органів та організацій, тож у результаті вибудовується загальна схема взаємодії: єдині цінності - загальні цілі та завдання - єдина інституціональна система.

Інституціональна система міжнародного туризму Європейського Союзу включає сукупність керівних органів у сфері туризму, які наділені особливим статусом і повноваженнями, а також регіональні європейські туристичні організації, які мають рекомендаційний та організаційний статуси [30].

Інституціональна система Європейського Союзу у сфері міжнародного туризму являє собою ієрархічну структуру (рис.1.1). На першому рівні знаходяться загальні інститути ЄС, які розв'язують окремі питання туристичної галузі. Незважаючи на важливість та системоутворюючий характер галузі міжнародного туризму, в рамках ЄС не існує на сьогоднішній день офіційного окремого інституту, який би займався виключно питаннями міжнародного туризму для країн-учасниць ЄС.

Наступною складовою першого рівня системи є громадські європейські організації за різними напрямками туристичної діяльності. Громадські туристичні організації є найбільш зручною формою реалізації цілої низки завдань, та інструментом, який працює на перспективний розвиток суспільства. Включаючи в туристичний рух багато напрямів діяльності, гнучко реагуючи на зміни в політичній та економічній ситуаціях, акумулюючи членів організацій, громадські туристичні організації спроможні реалізувати свої завдання на сучасному рівні. Громадські туристичні організації не мають відомчих кордонів та обмежень, саме тому мають можливість використовувати інноваційні прогресивні методи та нові напрями роботи.

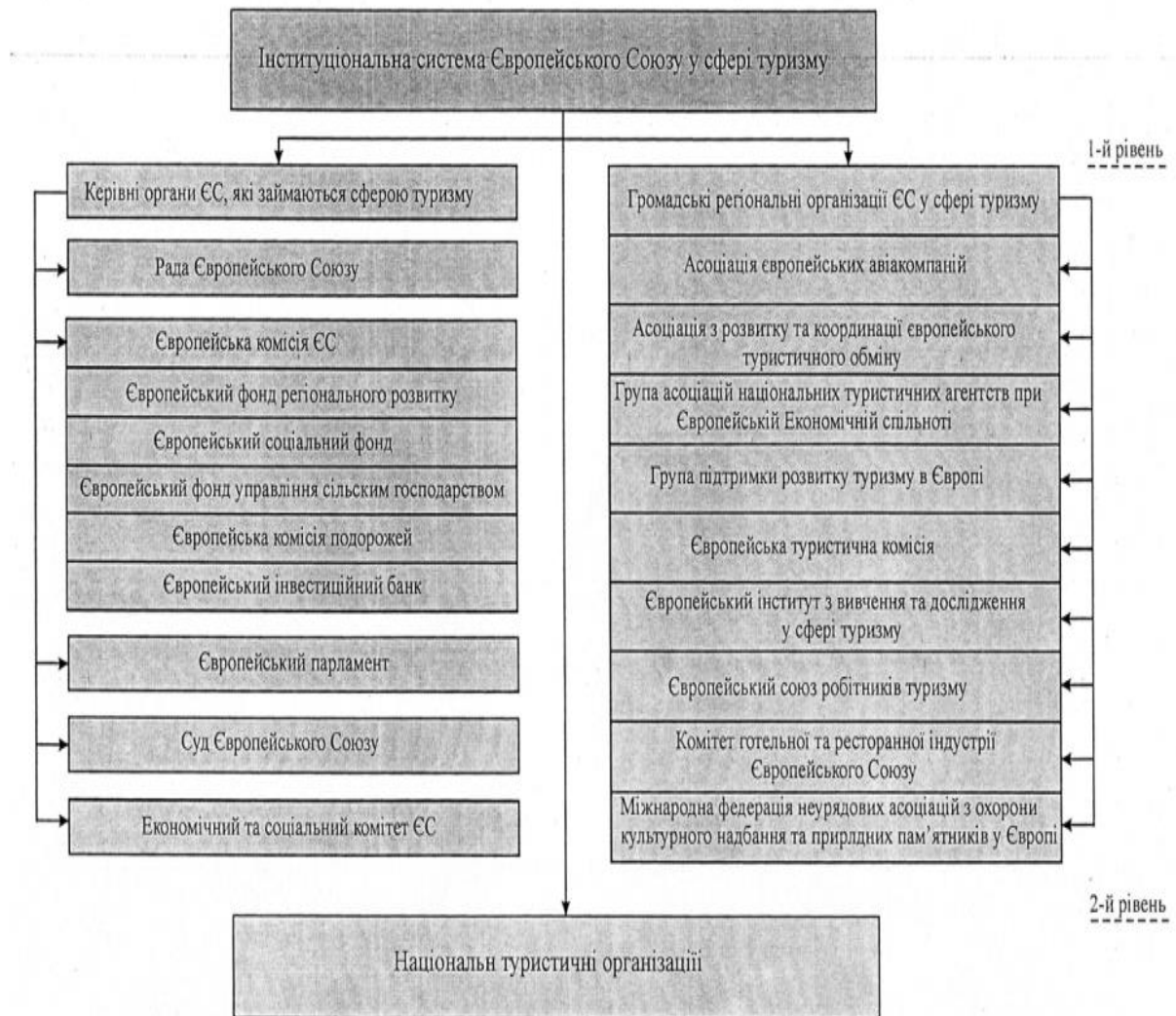


Рис. 1.1: Схема Інституціональної системи Європейського союзу у сфері туризму [30]

Громадські туристичні організації (асоціації, громадські організації та об'єднання, федерації, професійні клуби) виконують функції недержавного регулювання в сфері туризму. Їх діяльність спрямована на створення таких умов, які були б найбільш сприятливими для розвитку туристичної галузі та туризму, як соціального явища.

Недержавний сектор управління в сфері туризму виконує завдання щодо створення бази для внутрішньої самоорганізації та посилення суспільних стимулів, які є необхідною умовою розвитку туристичної галузі. Міждержавні офіційні інститути співпрацюють з громадськими європейськими

туристичними організаціями у сфері міжнародного туризму та надають підтримку його діяльності через розробку спеціальних програм та планів розвитку туризму.

Другий рівень інституціональної системи Європейського Союзу у туристичній сфері складають національні туристичні організації. Треба зазначити, що успіх країн-учасниць ЄС на міжнародному туристичному ринку великою мірою залежить від грамотної політики окремих країн у напрямку розвитку та просування національних туристичних продуктів на місцевому рівні. В більшості країн-учасниць ЄС сформувалася практика створення таких інститутів, як Національні Туристичні Адміністрації (НТА), діяльність яких включає розробку стратегій розвитку туризму та розробку національних програм розвитку туристичної галузі (рис. 1.2).



Рис. 1.2: Уніфікована структура Національних Туристичних Адміністрацій [30]

Такі туристичні адміністрації в різних країнах мають свої назви (наприклад, Turespana в Іспанії, British Tourist Authority у Великобританії, ENJT в Італії, Maison de la France - у Франції), але сутність та характер роботи вказаних національних інститутів схожі між собою.

Таким чином, завдяки наявності розвинутої інституціональної структури регулювання країни ЄС мають розвинуту туристичну сферу та успішно конкурують на міжнародному ринку туристичних послуг з іншими країнами.

1.3 Потенціал та перспективи розвитку сталого туризму в світі та Європі

Розвиток сталого туризму у світі набагато у чому базується на наявності туристичного потенціалу у тій або іншій країні та ефективності його реалізації. Саме туристичний потенціал країни визначає пріоритетні для неї види туризму.

Для розвитку сталого туризму важливе значення має географічне положення, тобто сприятливе розташування країни, регіону по відношенню до моря, гірських і лісових масивів, транспортних магістралей і безперечно до основних потоків відпочиваючих. Адже саме такі чинники впливають на формування туристичного ринку. Наприклад, географічне положення басейну Середземного та Чорного морів сприяють розміщенню всесвітньо відомих курортів, туристичних центрів біля берегів Іспанії (Коста-дель-Асаар, Коста-Дорада, Коста-Бланка, Коста-Браво); Франції (Блакитний Берег, Срібний Берег, Південний Берег); Італії (Венеція); Болгарії (острів Святого Костянтина й Олени, Несебир, Сонячний Берег); України (Південний берег Криму) та ін. Саме знаходження в центрі Європи Альп сприяло розвитку гірського туризму у Швейцарії, Франції, Італії, Австрії та Німеччини. Вигідне географічне розташування і поєднання його з унікальними природними ресурсами сприяло розвитку туризму в Басейні Карибського моря (Куба, Ямайка, Домініканська Республіка) та ін.

Важливе значення для сталого розвитку туризму мають геополітичні чинники, серед яких стабільність політичної ситуації, відсутність міжнародних конфліктів, ставлення місцевого населення до іноземних туристів (Рис. 1.3).



Рис. 1.3: Геополітичні чинники розвитку туризму [8]

У вигідному становищі у плані конкуренції на світовому туристичному ринку перебувають країни, де поєднуються фізико-географічні чинники розвитку та розміщення з наявністю унікальних історико-культурних пам'яток (Італія, Греція, Єгипет, Хорватія, Туреччина, Мексика, Таїланд та ін.). До унікальних пам'яток відносять Сім чудес світу, описані ще Геродотом, з яких на сьогодні збереглися лише єгипетські піраміди. Сучасна версія Семи чудес світу виглядає так:

1. Велика китайська стіна (Китай);
2. Статуя Христа Спасителя (Південна Америка, Бразилія, м. Ріо-де-Жанейро);
3. Храм Петра (Азія, Йорданія);
4. Місто давніх інків Мачу-Пікчу (Південна Америка, Перу);

5. Піраміди племені майя Чичен-Іца (Північна Америка, Мексика, півострів Юкатан);
6. Колізей (Європа, Італія, м. Рим);
7. Тадж-Махал (мавзолей султана Шаха Джахана і його дружини Мумтаз-Махал) (Азія, Індія, м. Аграна).

Найбільш розвинуті країни світу, котрі постачають туристів і є центрами формування міжнародних туристичних потоків, характеризуються високим рівнем розвитку економіки, високим життєвим рівнем, наявністю вільного часу у людей, що сприяє більшості їх населення подорожувати екзотичними країнами. До них належить низка країн Європейського Союзу - Німеччина, Велика Британія, Франція, країни Бенілюксу, США, Канада тощо.

Країни ЄС, котрі приймають туристів, зазвичай володіють високим сервісним потенціалом. Їхня економіка підпорядкована забезпеченню надійного рівня обслуговування у центрах розміщення туристів, на засобах їх доставки та підприємствах харчування і розваг. Такий рівень сервісного обслуговування притаманний і тим європейським країнам, які за економічним розвитком дещо поступаються найрозвинутішим країнам - Іспанії, Греції, Португалії. Водночас чимало розвинутих країн ЄС (Франція, Велика Британія, частково Німеччина) є не лише постачальниками, а й країнами, що спеціалізуються на прийманні міжнародних туристів [1].

З-поміж розвинутих країн ЄС вирізняються ще й такі, які значно більше приймають міжнародних туристів, аніж їхніх громадян бере участь у закордонних туристичних поїздках. Це Австрія, Швейцарія, Італія, і, безумовно, карликові країни.

Суспільні відносини у високо розвинутих країнах світу в останні десятиріччя склалися так, що в структурі часо-проведення відбулися зміщення від суспільств робочого часу до суспільств вільного часу, в якому виявлено значно більший інтерес до пізнання духовних цінностей та культури інших народів, ніж до зайвого накопичення матеріальних благ.

У останні роки важливе місце на світовому туристичному ринку займають країни, у яких створені необхідні умови іноземних туристів. Їх за рівнем економічного розвитку відносять до країн третього світу, але вони популярні на ринку туристичних послуг та ще більше привертають увагу туристів (Малайзія, Таїланд, Сінгапур, Єгипет, Марокко, Туніс, Саудівська Аравія, а також країни Карибського та Тихоокеанського басейнів).

В умовах глобалізації великі туристичні корпорації монополізують туристичні ринки деяких країн, що розвиваються. Внаслідок цього виникають нові форми партнерства, що сприяють значному поліпшенню обслуговування туристів. Такими регіонами стали Південна та Південно-Східна Азія, Океанія. Так, Азійсько-Тихоокеанський макрорегіон туризму 2008 р. прийняв 188,3 млн туристів, або на 70,2% більше, ніж у 2000 р. і в 3,3 разу більше, ніж у 1990 р. Європейський макрорегіон за цей період збільшив потужність відповідно на 24,4 % і всього на 86,2%. Це засвідчує випереджаючі темпи розвитку ще донедавна непопулярних регіонів на світовому ринку туристичних послуг [33].

Порівняльний аналіз стану розвитку сталого туризму у світі свідчить, що завдяки наявності розвинутої інституціональної структури регулювання туризму та розвинутої туристичної сфери європейські країни успішно конкурують на міжнародному ринку туристичних послуг.

2 СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ БАВАРІЇ

2.1 Основні види туризму та туристичні ресурси Баварії

Німеччина (Федеративна Республіка Германія), федеральною землею якої є Баварія, - одна з передових країн Європи, лідер європейської економіки та член Великої сімки. Країна вважається однією з найбільш безпечних для туризму не тільки у Європі, а й в цілому світі. За даними Національного комітету Німеччини з туризму, провідними мотивами для відпочинку у країні є: культурні - 75%, відпочинок у сільській місцевості та/або на відкритому повітрі - 59%, міста - 59%, чистота - 47 %, безпека відпочинку - 41%, сучасність - 36%, якісний готельний сервіс - 35%, кулінарія/кухня - 34%, доступність для відвідування - 30%, можливість якісних різноманітних покупок - 21%, нічне життя - 17 % і оптимальне співвідношення ціна/якість послуг та товарів - 10 %. [47]

Німеччину щорічно відвідують 37 мільйонів туристів зі всього світу. [46] Більшість туристів приїжджають із сусідніх країн: Нідерландів (11,2 млн.) та Швейцарії (6,7 млн.), а також з США (6,2 млн.).

У 2007 році Німецька національна туристична рада (DZT) нарахувала 84 мільйони ночівель міжнародних мандрівників у готелях, пансіонатах та кемпінгах. У подальшому DZT очікує близько 121,5 мільйонів ночівель іноземних туристів. Більшість із них з європейських країн, але експерти також очікують збільшення кількості туристів з Південної Америки та Південно-Східної Азії [46].

Баварія (нім. Bayern, або нім. Freistaat Bayern - Вільна держава Баварія) розташована в південно-східній частині країни. На півдні землі знаходяться Баварські Альпи, з найвищою точкою не тільки Баварії, але й всієї Німеччини - горою Цугшпітце (нім. Zugspitze) - 2962 м.



Рис. 2.1. Мапа Німеччини

За площею (70541,57 км²) Баварія є найбільшою з 16 земель ФРН; за чисельністю населення (2019: 13,08 млн.) займає друге місце після Північного Рейну-Вестфалії. Щільність населення — 182,05 чел./км². Столицею землі є місто Мюнхен, інші великі міста — Нюрнберг, Аугсбург, Вюрцбург, Регенсбург.

Завдяки своєму географічному розташуванню, унікальним природним ландшафтам, багатій історії та розвинутій туристичній інфраструктурі Баварія є найбільш відвідуваною землею Німеччини не тільки серед місцевого населення, але і серед іноземних туристів. 20.5% із всіх туристів Німеччині відвідують Баварію [42].

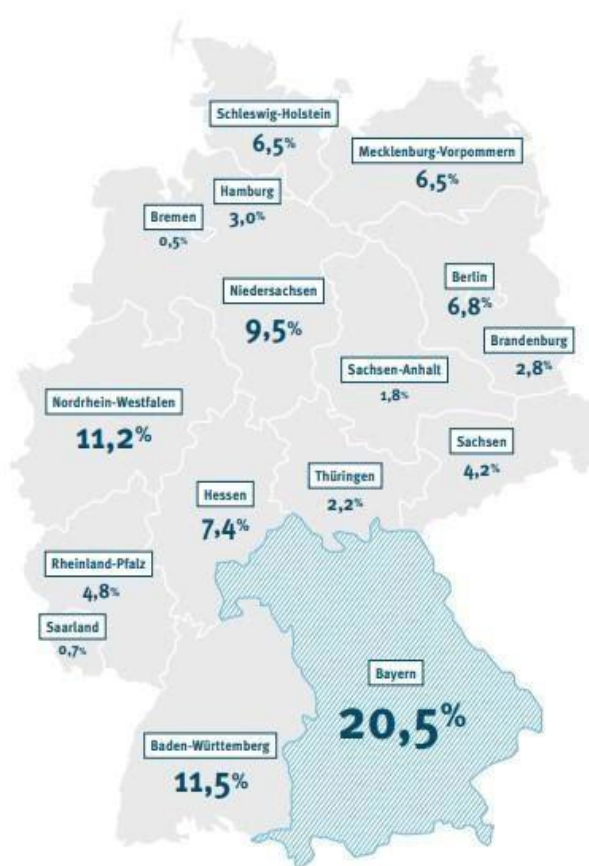


Рис. 2.2 Кількість відвідувань туристами земель Німеччини у відсотках [42].

Важливими туристичними ресурсами Баварії є природні. Один з провідних елементів іміджу регіону - позиціонування території як мальовничого краю. Це обумовлено передусім різноманіттям природних ландшафтів – гірських, лісових, озерних. “Баварія - це перша сходинка до раю” - цитата Хорста Зеєхофера, політичного діяча та прем’єр-міністра Баварії (2008-2018) [46]

На півдні землі знаходяться Баварські Альпи - частина гірського масиву Альп, що пролягає на території Німеччини. Пік Баварських Альп - гора Цугшпітце, є популярним місцем для відвідування туристами протягом всього року. На вершині гори облаштовано оглядовий майданчик та ресторан з національною кухнею. Цілорічно працюють підйомники. “Top of Germany” (вершина Німеччини) - рекламний слоган.



Рис. 2.3 Оглядовий майданчик на Цугшпітце



Рис. 2.4 Панорама з оглядового майданчику на Цугшпітце

У Баварських Альпах є велика кількість вершин, які облаштовано для туристичних відвідувань. Наприклад, гора Герцогштанд (нім. Herzogstand) висотою 1731 м, розташована в 75 км від міста Мюнхен. Піднятися на вершину можна туристичною тропою або фунікулером.

Крім гір Баварія відома своїми озерами: більше, ніж 300 озер, частина з яких горні. Найбільшим з них є Кімзе (нім. Chiemsee), площею 79,9 км²,

відоме як “Баварське море”, знаходиться в 70 км на схід від Мюнхена. Воно є третім за площею озером Німеччини.



Рис. 2.5 Панорамний вид з гори Герцогшандт

На озері розташовані 3 острови: Геренінзель (нім. Herreninsel, що означає “Острів Господа Бога”, ще відомий як Herrenchiemsee), Фрауенінзель (нім. Fraueninsel - “Острів Божої матері”) та Краутінзель (нім. Krautinsel - “Трав’яний острів). Як і озеро, перші два острови є туристичними пам’ятками.

На острові Геренінзель збудовано у 1878 році резиденцію баварського короля Людвіга II (1864—1886). Острів Фрауенінзель відомий діючим бенедитським абатством - жіночим монастирем. Сполучення між островами здійснюється маленькими паромами, що регулярно курсують. Прогулянка на такому паромі або екскурсія островами - улюблений вид дозвілля як туристів, так і місцевих мешканців.

Озеро Кімзе знаходиться в адміністративному веденні Баварського управління державних замків, садів і озер (нім. Bayerische Verwaltung der staatlichen Schlösser, Gärten und Seen).



Рис. 2.6 Вид на Фрауенінзель



Рис.. 2.7 Резиденція короля Людвіга II, о. Геренізель

Баварською Меккою яхтсменів та віндсерферів є озеро Аммерзее, площею більше ніж 50 кв.км, воно є популярним місцем для спортивного туризму. Дістатися курорту можна муніципальним транспортом - місцевою

мюнхенською електричкою, S-Bahn.



Рис.2.8: Вид на Аммерзее

Озеро Айбзее (нім. Eibsee) розташовано більше ніж на 1000 м від рівня моря і належить до високогірних Альпійських озер, розташовано в 12 км від містечка Гарміш-Партенкірхен та у самого підніжжя гори Цугшпітце. Айбзее відомо своїми живописними краєвидами. Навколо озера пішохідна тропа довжиною 6 км. Озера легко дістатися спеціальним муніципальним туристичним автобусом або зубчатою залізною дорогою.

Неможливо не відмітити одне з найвідоміших озер цього краю - Кьонігзее (нім. Königsee, Королівське озеро), яке вважається найчистішим озером Німеччини. Воно розташовано поблизу кордону з Австрією (30 км до Зальцбурга, 160 км від Мюнхена) та належить до національного парку Берхтесгаден - єдиного високогірного національного парку Німеччини в Альпах.

Під час екскурсії катером гіді традиційно грають на трубному музичному інструменті аби продемонструвати ясний звук луни в горах.



Рис.2.9 Вид на Цугшпітце, озеро Айбзее

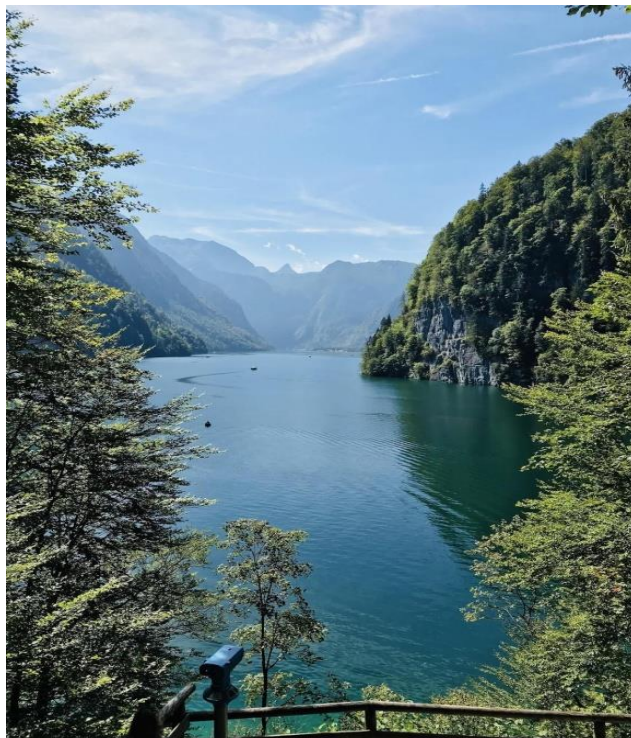


Рис. 2.10 Кьонігзее

На півострові Гіршау, західний берег Кьонігзее, розташована Церква святого Варфоломія (нім. St. Bartholomä) - католицька паломницька капела.



Рис 2.11 Церква святого Варфоломія.

Окрім природних ресурсів Баварія багата на різноманітні історичні та культурні пам'ятки. Замок Нойшванштайн (нім. Neuschwanstein - “Новий лебединий камінь”) є справжньою візитною карткою Баварії. Його було побудовано за наказом короля Людвіга II у 1869 — 1886 роках поблизу містечка Фюссен. Екскурсії до замку та прилеглих територій здійснюються цілорічно.

Ще однією резиденцією короля Людвіга II є замок Ліндерхоф (нім. Linderhof), виконаному в архітектурному стилі неорококо, заснованого у 1870 році. В 2015 році обидва замки було запропоновано урядом Німеччини в якості кандидатів на занесення до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.



Рис. 2.12 Вид на замок Нойшванштайн



Рис. 2.13: Ліндерхоф

Резиденція єпископа з парком та площею у місті Вюрцбург (нім. Würzburger Residenz mit Hofgarten) вже належить до всесвітнього списку спадщини ЮНЕСКО Німеччини з 1981 року, до I критерію - тобто культурна пам'ятка є шедевром людського творчого генія.



Рис. 2.14 Резиденція єпископа з парком та площею у місті Вюрцбург

Туристичні ресурси обумовлюють види туризму певного регіону.

У 2017 році головними причинами для відпустки у Баварії було названо (рис. 2.14):

Відпочинок на природі, у горах - 35%;

Подорожі містами - 14%;

Спортивний, активний відпочинок - 11%;

Подієвий (івентний) туризм - 10%;

Оздоровчий туризм - 8%;

Подорожі за приватним інтересом - 4%;

Навчання, вивчення мови - 1%;

Шоппінг-тури - 1%;

Інші цілі - 6%.

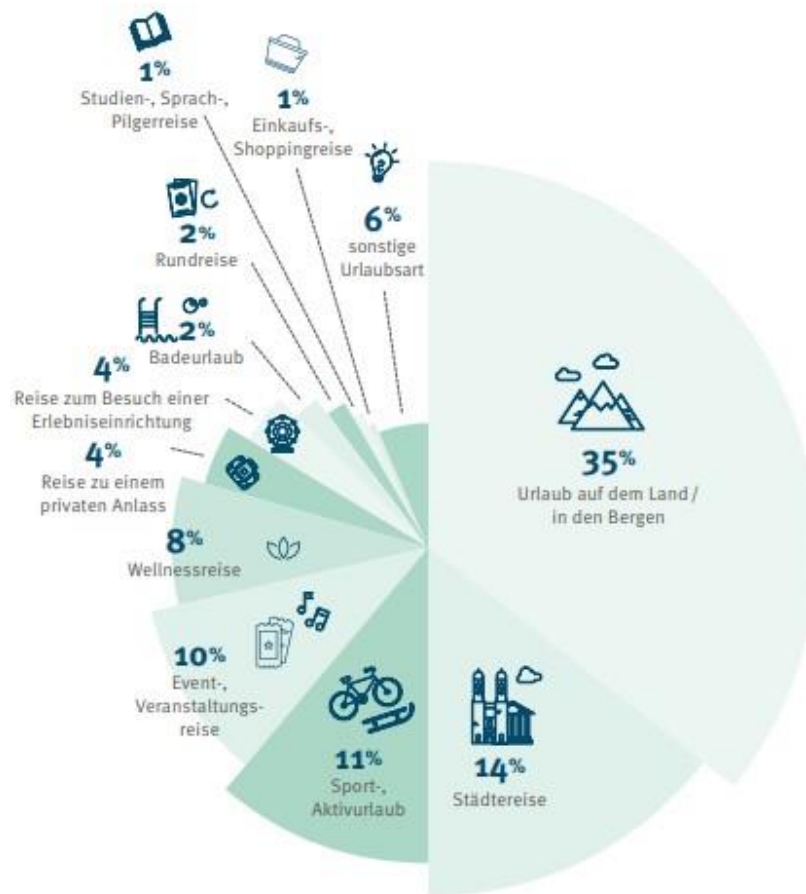


Рис.2.15 Діаграма цілей туристів в Баварії [42]

Роблячи висновок, можна виділити наступні види туризму як провідні у регіоні Баварії:

1. Культурно-пізнавальний.

Він можливий завдяки наявності, збереженні та охороні пам'яток історії та культури Баварії: як цілих міст (Мюнхен, Нюрнберг, Аугсбург, Вюрцбурга), так і окремих об'єктів: кірха Фрауенкірхе, міські брами XIII ст, барочний палацово-парковий комплекс Німфенбург, 1675 р. (Мюнхен), комплекс олімпійських будівель, споруджених до Олімпіади 1972 року, території колишнього концтабору у місті Дахау. Баварія володіє кількома великими музеями, такими як Баварський національний музей, Музей BMW тощо. У картинних галереях Мюнхена на постійній експозиції знаходяться твори таких митців як Ван Гог, Едуард Мане, Клод Моне, Рафаеля, Леонардо да Вінчі та інших.

2. Спортивний.

Різноманітні види спорту практикуються у Баварії: гірськолижний в Альпах, хайкінг, походи в гори; водний - віндсерфінг, плавання на SUP-дошках та навіть серфінг, відвідування футбольних матчів на стадіоні Альянц-арена, Мюнхен.

3. Подієвий.

Октоберфест - найбільший у світі пивний фестиваль, що проводиться щорічно з 1810 року у Мюнхені, що починається наприкінці вересня та триває два-три тижні. Щорічно фестиваль відвідує приблизно 6 мільйонів туристів. Також популярними є щорічні різдвяні ярмарки, які проводяться у багатьох містах регіону: Нюрнберг, Мюнхен, Аугсбург тощо.

4. Лікувально-оздоровчий.

Лікування на курортах та відпочинок на березі озер забезпечується 50 баварськими курортами із широким спектром медичних та медичних послуг, та пропонують близько 100 000 робочих місць [38].

5. Кулінарний (гастрономічний)

Відвідування баварських пивоварень та особливих пивних садів, дегустація блюд національної кухні. Одним з найбільших відомих пивних ресторанів регіону є Хофбройхауз (нім. Hofbrauhaus), що був відкритий як придворна пивоварня баварських герцогів ще в 1607 році у Мюнхені. Зараз ресторан працює як звичайний та доступний для всіх відвідувачів.

6. Екологічний туризм.

Регіон Баварії має два національних парку. Берхтесгаден - єдиний у Німеччині високогірний нацпарк в Альпах, площею 210 кв. км. З 1990 р. є біосферним заповідником ЮНЕСКО. Цікаво, що цей нац. парк відвідують і любителі історичного туризму - на його території залишилася резиденція А. Гітлера "Орлине гніздо"; Баварський Ліс - перший нацпарк Німеччини, відкритий у 1970 році.

7. Сільський туризм.

Цей різновид екологічного туризму активно розвивається протягом останніх років. Близько 5000 фермерських господарств, що приймають гостей, є у Баварії. Це склало приблизно 12,6 мільйонами ночівель на фермах у 2018 році. [46]

Але не тільки наявність різноманітних туристичних ресурсів робить Баварію найпопулярнішою туристичною дестинацією: розумне використання ресурсів та грамотний менеджмент є основою для успішного розвитку туристичної галузі регіону.

Баварія має розвинуту туристичну інфраструктуру. Регіоном більшість туристів пересуваються потягами та автобусами за єдиним квитком Bayern ticket - баварським квитком, який забезпечить проїзд туриста не тільки до малих сіл Баварії, а також до суміжних земель Баварії та австрійського Зальцбурга. Його перевага заключається у тому, що людина платить 25 євро (квиток на 1 персону) і має змогу користуватися будь-яким видом транспорту до кінця поточного дня (у вихідні дні до 03.00 наступної доби).

Баварський квиток також можна купити для групи людей, тоді його ціна - плюс 11 євро за кожну людину, що робить проїзд надзвичайно дешевим, а місцеве населення та туристів стимулює подорожувати та користуватися послугами саме державного транспорту.

У Мюнхені найбільш популярним транспортом є муніципальні електрички S-Bahn. Ці електропотяги інтегровані у загальну мережу перевезень з автобусами, трамваями та ж/д транспортом.

Німецька залізна дорога, а також муніципалітет міста Мюнхен розробили власні додатки для смартфонів, у котрих користувач має змогу слідкувати за рухом транспорту в режимі реального часу, знайти розклад, мапу міста або маршрут, а також придбати квитки онлайн.

2.2. Частка туризму у внутрішньому валовому продукті Баварії та ФРН

У 2018 році ВВП Німеччини склав 3.948 трильйона доларів США. При цьому доля внеску туризму у ВВП країни склала 8.6% у тому ж році [47]. Варто відмітити, що Німеччина є однією з найбільш відвідуваних країн Європи за кількістю туристів. Тобто туризм у Німеччині є важливим економічним фактором, особливо для слабо розвинених регіонів. Зокрема виграють галузь громадського харчування та проживання, пасажирський транспорт, постачальники послуг та розваг, а також туристичні агенції та туроператори. Хоча продажі в туристичній галузі постійно зростають, за винятком економічної кризи 2009 року, кількість стаціонарних туристичних агентств за останні роки дещо зменшилась. Це пов'язано між іншим із збільшенням використання онлайн-провайдерів подорожей.

У Баварії туризм складає одне з головних джерел доходу. Валовий дохід від індустрії туризму цього регіону ще у 2005 році склав майже 24 мільярдів євро. Туризм із валовим оборотом понад 33 млрд. євро на рік є важливим економічним фактором для Баварії та створює майже для 600 000 людей нові робочі місця в цій галузі [41].

2.3 Функціонування ринку туристичних послуг Баварії на засадах сталого розвитку

Туризм у Баварії досяг свого шостого року поспіль у 2017 році. Загалом 37,3 мільйона гостей (+ 4,9% порівняно з попереднім роком) створили 94,4 мільйона ночей (+ 3,7% порівняно з попереднім роком) [41]. І внутрішній, і зовнішній попит розвиваються позитивно. На 3,6% більше гостей приїхали з Німеччини та 8,7% з-за кордону, ніж у 2016 році. Загалом частка ночей за кордоном становила 20,3%.

Особливо заслуговує на увагу німецькомовні зовнішні ринки. Австрія та Швейцарія займають друге та третє місце в рейтингу ночівлі після США [39].

У 2019 більше 40 мільйонів гостей відвідало землю, зробивши 101 мільйон ночівель, що стало історичним рекордом для Баварії. Це робить регіон одним з провідних цілорічних напрямків в Європі та туристичною дестинацією номер 1 Німеччини. Іноземні гості провели у Баварії 20,1 мільйона ночівель у 2019 році. [41]. Ілюстрацією туристичного розвитку регіону є рис. 2.15:



Рис. 2.16. Туристичний розвиток Баварії: кількість туристів (синя крива) та ночівель (червона крива) [41]

3. РЕАЛІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ В АСПЕКТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

3.1 Ресурси та умови розвитку сталого туризму України

Україна має значний природно-ресурсний туристичний потенціал для сталого розвитку в'їзного та виїзного туризму, основою якого є вигідне географічне положення, сприятливі кліматичні умови, різноманіття природних ландшафтів (гори, ліси, степи, морські узбережжя), наявність об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, велика кількість пам'яток архітектури, що забезпечує можливість розвитку різних видів туризму. Значний природно-рекреаційний потенціал для розвитку багатьох видів внутрішнього та міжнародного туризму мають також національні природні парки та заповідники України. Аналіз природно-ресурсного туристичного потенціалу різних регіонів України свідчить про можливість сталого розвитку наступних видів туризму: культурно-пізнавального, екологічного, сільського, медичинського, спортивного (наприклад, водного чи рибальського), кулінарного, релігійного та інших.

Вагомою складовою ресурсного потенціалу для розвитку культурно-пізнавального туризму як внутрішнього, так і міжнародного, є історико-культурні пам'ятки. Найбільший інтерес з них представляють розкопки античних місць Північного Причорномор'я (Тіра, Ольвія, Пантікапей, Херсонес), пам'ятки Київської Русі IX-XII століть (у Києві, Чернігові, Каневі, Овручі, Володимирі-Волинському), пам'ятки оборонної архітектури (фортеці у Луцьку, Меджибожі, Кам'янці-Подільському, Хотині, Білгород-Дністровському, Ужгороді та Мукачеві), палацові комплекси в Криму, на Львівщині та Черниговщині, пам'ятки культової архітектури в Києві, Львові,

на Івано-Франківщині, у Почаєві, Мукачевому і Чернівцях, а також деревинної культової та цивільної архітектури в Карпатах. Сім із цих об'єктів внесено до Світової спадщини ЮНЕСКО.

Природний потенціал України складають узбережжя Чорного та Азовського морів, Карпатські ліси, Карпатські та Кримські гори, чисельні мальовничі водойми (озера, річки), степи. Основу для розвитку лікувального (медичинського) туризму складають родовища мінеральних вод у Карпатському регіоні та унікальні лікувальні грязі лиманів Тузловської групи та особливо Куяльницького лиману, які своїми властивостями не поступаються грязям Мертвого моря у Ізраїлі.

На сьогодні Україна загальною відома як один із головних районів проведення пішохідних туристських спортивних походів. Різноманітність природних перешкод дає можливість оволодіти майже усім арсеналом прийомів техніки пішохідного туризму та орієнтування на місцевості, повноцінно проводити навчальні заходи для всіх охочих. Бурхливі гірські річки можуть лягти в основу розбудови водного туризму, до того ж не тільки в Карпатах, але й на решті території країни.

Непогані туристичні можливості має Сумська область, однак на даний момент вони не використовуються у повній мірі. Тут знаходяться історично-культурні пам'ятки, такі як давньоруське місто Путивль, колишня гетьманська столиця Глухів, родове село останнього кошового Запорізької Січі Петра Калнишевського. Згадані міста, а також Лебедин і Ромни входять до системи туристично-екскурсійних маршрутів “Намисто Славутича” [19]. Основними проблемами є практично повна відсутність інфраструктури (кемпінги, готелі), інформаційного забезпечення (фільми, буклети, реклама місцевості) і навіть сувенірної продукції.

У Волинському регіоні знаходиться заповідник “Козацькі могили”, поблизу Берестечка та знамениті Шацькі озера з волинською перлиною - озером Світязь.

Широко відомі історичні та культурні пам'ятки Черкащини. У першу

чергу це Канів з музеєм-заповідником Тараса Шевченка, Умань зі славетним Софіївським парком та святинею брацлавських хасидів, вірян-іудеїв, - могилою цадика Нахмана, основоположника брацлавського хасидизму; села Шевченкове та Моринці на Звенигородщині, де народився і виріс Тарас Шевченко.

Туристичний потенціал Чернівецької області включає передгір'я та низькогір'я Карпат, гірські села зі своїми автентичними принадами, тисячолітня Хотинська фортеця, комплекс печер на кордоні з Молдовою, включно зі 100-кілометровою печерою "Попелюшка", яка є третьою за розміром у світі гіпсовою печерою.

Чернівецька влада може звітувати лише про початок налагодження зеленого туризму та спроби налагодження бізнес-туризму (побудовано кілька невеличких готелів на 40-50 місць, придатних як для клімато-фіто-грязетерапії, так і для проведення різних зустрічей та семінарів) [13].

Північ України – Чернігів. Його називають міні-Києвом за кількістю історичних та культових пам'яток, однак належний туристичний сервіс у цьому місті відсутній. Досі не налагоджено місця зупинки та відпочинку навіть для тих туристів, які приїждять на вихідні дні подивитися церкви та історичну частину міста. Готелі Чернігова класифікують не вище як двозіркові, усі вони мають проблеми із водопостачанням та опаленням [37].

Відомий заповідник Асканія-Нова на Херсонщині хоча і функціонує та є єдиним у Європі куточком степу із унікальною рослинністю, його землю ніколи не розорювали з 1874 року.

Для забезпечення сталого розвитку туризму в Україні створена необхідна нормативно-правова база, яка регулює туристичну діяльність (Закон України «Про туризм», постанови та розпорядження Кабміну, накази Міністерства економічного розвитку і торгівлі та інших Міністерств, цільові програми розвитку туризму на рівні областей та районів) та є підґрунтям для забезпечення сталого розвитку туризму.

Основою базою для сталого розвитку туризму в Україні, у тому числі у зв'язку з проведенням в країні децентралізації, повинні стати регіони із значним природно-ресурсним туристичним потенціалом. У ряді областей України (Одеська, Львівська, Херсонська та інших) розроблені та реалізуються обласні програми розвитку туризму з урахування специфіки регіонів, наприклад, у Одеській області затверджена Програма розвитку туризму та курортів на 2016-2020 роки та відповідні програми діють у всіх адміністративних районах області [28].

У зв'язку з низкою об'єктивних причин найменш розвинутим сегментом туристичного ринку в Україні є в'їзний (міжнародний), який є важливим джерелом надходження валюти у багатьох країнах світу.

Для успішної конкуренції на міжнародному туристичному ринку для збільшення туристичного потоку в Україну головними умовами є:

1. забезпечення безпеки туристів;
2. створення сучасної туристичної інфраструктури (аеропорти, вокзали, автодороги, мережі готелів, кемпінгів, закладів харчування, сучасні засоби зв'язку тощо) для забезпечення надання якісних послуг у сфері туризму;
3. розробка та запровадження на державному рівні систему заходів, яка б стимулювала зацікавленість туристичних фірм у переорієнтації з в'їзного туризму на внутрішній.

Для переорієнтації туристичних потоків вітчизняних туристів із-за кордону в Україну необхідно:

- запропонувати туристичні продукти, які б за своєю якістю та вартістю могли скласти конкуренцію аналогічному закордонному продукту;
- створити необхідні умови для розвитку ексклюзивних видів туризму (наприклад, екологічний, зелений, спостереження за птахами (birdwatching), екстремальний, водний, риболовний тощо) в об'єктах природно-заповідного фонду: національних природних парках та заповідниках.

Найбільш важливою проблемою, яку необхідно вирішити для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі діяльності в Україні, є залучення інвестицій для розвитку її інфраструктури.

Важливу координаційну роль у розвитку туристичної сфери як у Німеччині, так і в Україні, відіграють туристичні асоціації та інші громадські об'єднання, які сприяють діяльності туристичних фірм та туроператорів.

Новим перспективним напрямом для сталого розвитку туризму України є створення туристичних кластерів, за аналогією створеного в Одеській області туристичного кластеру «Центр етнографічного, зеленого й сільського туризму «Фрумушика нова».

На сьогодні в Україні реалізується проект «Туристичні кластери 300+» [44], заснований на принципах ефективної соціальної взаємодії. Цим проектом передбачено створення за 3 роки у різних регіонах України понад 300 туристичних кластерів та всю необхідну інфраструктуру для їх ефективної діяльності. За експертними оцінками авторів проекту створення лише десяти кластерів в регіонах України протягом п'яти років дасть можливість забезпечити 800 нових робочих місць в туризмі і суміжних сферах та додатково отримати 500 млн. доларів до державного бюджету. розвиток кластерної туристичної економіки залучить від 800 млн. до 1,5 млрд. доларів інвестицій.

Для розвитку туризму на регіональному у рівні необхідно організувати відповідними структурами обласних державних адміністрацій (управління туризму, рекреації та курортів), органами місцевого самоврядування разом із туристичним фірмам проведення рекламних компаній у інтернеті та інших засобах масової інформації регіонального туристичного продукту, налагодити у регіонах масовий випуск рекламної продукції: путевідників, інформаційних брошур, календарів, буклетів та сувенірів з відповідною символікою).

Туризм - найбільша в світі галузь економіки за кількістю робочих місць для малого і середнього бізнесу, який тісно пов'язаний з 54 галузями економіки. Одне робоче місце в туризмі створює чотири в суміжних областях,

а один долар, інвестований в туристичний сектор, приносить сім у суміжних галузях. Вже зараз більше 70% світового ВВП - це сфера послуг.

Туристична галузь може увійти в топ-10 пріоритетних в Україні, створити мільйони робочих місць, надати потужний поштовх розвитку культури, мистецтв, спорту, соціальної інфраструктури в регіонах, діалогу між різними регіонами України.

3.2 Формування нового туристичного продукту для сталого розвитку туризму в Україні

Однією із найважливіших умов для сталого розвитку туризму в Україні, крім залучення інвестицій та вдосконалення туристичної інфраструктури, є формування нового конкурентоспроможного туристичного продукту.

Прес-служба Мінекономрозвитку на своїй сторінці у Facebook повідомляє: "У 2018 році нашу країну відвідало 14,2 млн. іноземців, ми ж працюємо над тим, щоб збільшити цю цифру до близько 30 мільйонів туристів щорічно. Це можливо зробити шляхом розвитку туристичних можливостей столиці та регіонів".

Важливою складовою роботи міністерства є представлення України світові. У 2019 році на розвиток туризму України в Бюджеті було передбачено 17 млн. грн.

"У 2019 ми плануємо представити нашу країну, як цікавий туристичний напрямок, на важливих міжнародних виставках у Лондоні, Сінгапурі, Барселоні та Шанхаї", - зазначили у МЕРТ.

Водночас, Мінекономрозвитку, як державний регулятор в сфері туризму, працює не лише над популяризацією України, але й над тим, аби краще захищати наших туристів. "Ми розробили законопроект про підвищення фінансової відповідальності туроператорів. Ініціатива полягає в

тому, щоб встановити щоденне фінансове забезпечення на рівні 5% від обороту туроператора”.

3.3. Шляхи реалізації потенціалу сталого туризму в Україні

Україна посідає одне з провідних місць у Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та історико-культурними ресурсами, здатними генерувати значний інтерес у вітчизняних та іноземних подорожуючих. Однак національний туристичний продукт має низьку конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку.

Однією з головних проблем у розвитку туристичної галузі України є суттєвий дисбаланс між наявністю значного природно-ресурсного потенціалу та низьким рівнем його реалізації. У першу чергу для реалізації туристичного потенціалу регіонів України необхідно:

- реалізувати схвалену Кабінетом Міністрів України Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь;
- створити умови для залучення у туристичний сектор вітчизняних та іноземних інвестицій;
- забезпечити виконання вимог природоохоронного законодавства у сфері охорони природного довкілля України. Припинити незаконні забудови берегів Чорного та Азовського морів та тотальну вирубку лісів, особливо у Карпатах, що призводить до руйнівних повеней з величезними збитками та ризиками для туристів;
- створити сприятливі умови для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури;
- забезпечити безпеку туристів та захист їх законних прав та інтересів;
- запровадити у туристичному секторі інноваційні технології.

4 ПОРІВНЯННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ ТА БАВАРІЇ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

4.1 Показники сталого розвитку туризму

Сталий розвиток туризму – це такий розвиток туристичної галузі, який дає змогу задовольнити потреби туристів на сьогодні, враховуючи інтереси регіону відносно збереження можливості надання рекреаційно-туристичних послуг у майбутньому. [23].

На сьогодні сталий туризм, як галузь світової економіки, перебуває на підйомі: зростає споживчий попит, постачальники туристичної галузі розробляють нові програми, а уряди та міжнародні агенції створюють нову політику, спрямовану на заохочення сталого розвитку туризму.

Критерії Глобальної ради зі сталого розвитку туризму (GSTC) були створені з метою досягнення спільного розуміння сталості дестинацій. Критерії GSTC є мінімальними зобов'язаннями, які будь-яка організація з управління туризмом повинна прагнути при розгляді сталого розвитку на практиці. Для відповідності поняттю сталого туризму, дестинації повинні застосовувати міждисциплінарний, цілісний (холістичний) та інтегрований підхід, який включає чотири головні цілі:

- продемонструвати стале управління дестинацією;
- максимізувати соціальні та економічні вигоди для приймаючої громади та мінімізувати негативний вплив;
- максимізувати вигоди громадам, відвідувачам та культурній спадщині при мінімальному впливі;
- максимізувати вигоди для навколишнього середовища та мінімізувати негативні наслідки;

Критерії GSTC призначені для використання у дестинаціях всіх типів і масштабів. Критерії GSTC були створені туристичною спільнотою частково як

відповідь на глобальні виклики останніх років , що впливають на світову економіку.

Основним завданням сталого розвитку туристичної галузі можна вважати задоволення найважливіших потреб і прагнень у житті людини за умови збереження природного довкілля. Виходячи із цього і визначаються основні показники , які характеризують сталий розвиток туризму.

Сталий розвиток туризму в регіоні визначається факторами зовнішнього (екологічна політика, тенденції функціонування ринку рекреаційно-туристичних послуг, державна політика соціально-економічного розвитку, інвестиційна, інноваційна, фінансова політика) та внутрішнього впливу (стратегія розвитку туризму в регіонах, природно-ресурсний потенціал, галузеві та територіальні структури господарського комплексу території), які варто враховувати під час розроблення концепції сталого розвитку туризму в регіоні.

4.2 Оцінка туристичного потенціалу України та Баварії за допомогою показників сталого розвитку туризму

Показник — у більшості випадків узагальнена характеристика будь якого об'єкту, процесу або його результату , як правило, виражена у цифровій формі.

Ще одним показником, основною метою застосування якого для оцінки ситуації або події та для прогнозу розвитку ситуації, є індикатор сталого розвитку (англ. index of sustainable development). Тож можна зробити висновок, індикатори сталого розвитку можна використовувати також в якості показників стану сталого розвитку туризму.

Одним із показників розвитку сталого туризму є надходження до бюджету та доля туристичної галузі у ВВП країни. У 2015 році від сплати туристичного збору надійшло 37, 1 млн. гривень. У 2025 року цей показник має становити 371 млн. гривень. Що стосується надходжень у зведений

бюджет після сплати всіх податків та зборів, то сума з 1,71 млрд. гривень має зрости до 17,1 млрд. гривень.

Суттєвим показником розвитку сталого туризму є кількість в'їзних та місцевих туристів, а також цілі туристів.

Протягом 2017 року послугами туристичних операторів в Україні, що відзвітували, скористалися 2 564,2 тис. туристів, у тому числі:

- 2 505,6 тис. громадян України (з них 353 тис. - діти віком до 17 років);
- 58,6 тис. іноземних громадян.

Із загальної кількості обслугованих громадян України:

- здійснили подорож за кордон – 2 347,7 тис. осіб;
- подорожували в межах території України – 157,9 тис. осіб.

За 2017 рік реалізовано 1 255,6 тис. путівок (організаціям та безпосередньо населенню) на 12 347,9 тис. днів загальною вартістю близько 27 883,1 млн гривень. Безпосередньо населенню у 2017 році було реалізовано 790,7 тис. путівок на 8 427,5 тис. днів загальною вартістю 21 219,0 млн. гривень. Зокрема:

- громадянам України для подорожі в межах країни – 38,6 тис. путівок;
- громадянам України для подорожі за кордон – 742,1 тис. путівок;
- іноземцям для подорожі в межах України – 10 тис. путівок.

За метою поїздки найбільша кількість туристів здійснювала подорожі:

- з культурно-пізнавальною метою – 1 533,9 тис. осіб;
- службовою – 106,9 тис. осіб;
- лікувально-оздоровчою – 22,1 тис. осіб;
- подієвий туризм – 7,3 тис. осіб;
- круїзний – 3,1 тис. осіб;
- гірський курорт – 2,6 тис. осіб;
- пригодницький – 2,0 тис. осіб;
- спортивний – 1,8 тис. осіб;
- інші – 884,5 тис. осіб.

Кількість туристів в Україні за період з 2000 по 2018 ріки наведені у таблиці 4.1

Таблиця 4.1.

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України,
за видами туризму

Рік	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього ²	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2000	2013998	377871	285353	1350774
2001	2175090	416186	271281	1487623
2002	2265317	417729	302632	1544956
2003	2856983	590641	344332	1922010
2004	1890370	436311	441798	1012261
2005	1825649	326389	566942	932318
2006	2206498	299125	868228	1039145
2007	2863820	372455	336049	2155316
2008	3041655	372752	1282023	1386880
2009	2290097	282287	913640	1094170
2010	2280757	335835	1295623	649299
2011	2199977	234271	1250068	715638
2012	3000696	270064	1956662	773970
2013	3454316	232311	2519390	702615
2014¹	2425089	17070	2085273	322746
2015¹	2019576	15159	1647390	357027
2016¹	2549606	35071	2060974	453561
2017¹	2806426	39605	2289854	476967
2018¹	4557447	75945	4024703	456799

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

² Юридичними особами та фізичними особами-підприємцями.

2000-2010 роки – за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 року – за даними Держстату.

Показниками розвитку сталого туризму також є:

- обсяги вітчизняних та іноземних інвестицій у туристичну галузь;
- рівень безпеки для туристів та якість медичинських послуг для них;
- наявність підготовлених кадрів у сфері туризму, у тому числі із знанням іноземних мов;
- якість та вартість туристичних послуг.

4.3 Інноваційне забезпечення реалізації стратегії розвитку сталого туризму в Україні

Важливою умовою активізації розвитку вітчизняної туристичної індустрії та подолання негативних явищ є впровадження інновацій у галузь. Згідно зі світовим досвідом, широке застосування інновацій може призвести до створення конкурентоспроможних туристичних товарів і послуг на національному та міжнародному ринках.

У сучасній економіці роль інновацій значно зросла. Це викликано тим, що в ринковій економіці інновації є методом конкуренції, оскільки інновація веде до зниження собівартості, цін і зростання прибутку, до створення нових потреб, до надходження грошових коштів, до підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, до виходу і насичення нових ринків, у тому числі і зовнішніх.

Сталий розвиток туризму в Україні багато в чому залежить від розробок та впровадження чогось нового, спрямованого на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення туристичних можливостей. Так, успішні інноватори туризму своїм досвідом доводять, що створення і впровадження інновацій є запорукою виживання в найжорстокіший конкуренції в умовах сьогодення.

Застосування інновацій у туристичній сфері спрямованих на формування нового туристичного продукту, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових маркетингових підходів, використовуючи новітні

техніки та ІТ-технології, що підвищить конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, призведе до появи нових видів туризму.

Ступінь інноваційного розвитку туристичної галузі визначають: ринкова кон'юнктура, рівень освіти та кваліфікації кадрів, наявність на досліджуваній території ресурсів, передусім унікальних ресурсів.

Однією з головних проблем, що гальмує інноваційні процеси в туризмі є дефіцит висококваліфікованих кадрів екскурсоводів, працівників готельного бізнесу, маркетологів, менеджерів та інших висококваліфікованих працівників сфери туристичних послуг. Вирішити цю проблему підприємства туристичної галузі можуть замовивши навчання персоналу у вищих навчальних закладах, залучаючи студентів для проходження практики з послідуєчим працевлаштуванням найкращих з них.

Впровадження інновацій на підприємствах туризму повинно носити системний характер і передбачати утворення соціальних, ринкових, інфраструктурних, інституційних формувань, розширення інноваційної інфраструктури.

Таким чином, інновації є важливим фактором розвитку туристичної галузі, створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби, створення нових робочих місць у регіонах та зростання рівня життя населення у туристичних регіонах.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз туристичного потенціалу та розвитку туристичної сфери країн ЄС, у тому числі ФРГ та її федеральної землі Баварії, стану туристичної діяльності, визначення пріоритетних видів для сталого розвитку туризму в Україні, дозволяє зробити наступні висновки:

1. Україна має значний природно-ресурсний туристичний потенціал, який на сьогодні з цілого ряду об'єктивних та суб'єктивних причин використовується не у повному обсязі.

2. Головними проблемами, які стримують сталий розвиток туристичній галузі України є неефективне та нераціональне використання туристичних ресурсів країни, невідповідність туристичної інфраструктури світовим стандартам та недостатній рівень державної підтримки. Значною втратою для туристичній галузі України стала тимчасова анексія АР Крим, яка є одним із найбільш важливих туристичних регіонів країни. Негативний вплив на розвиток в'їзного туризму в Україні здійснює продовження АТО та недостатній рівень безпеки.

3. Основою туристичного потенціалу для сталого розвитку України є вигідне географічне положення, сприятливі кліматичні умови, різноманіття природних ландшафтів (гори, ліси, степи, морські узбережжя), наявність об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, велика кількість пам'яток архітектури, що забезпечує можливість розвитку різних видів туризму. Значний природно-рекреаційний потенціал для розвитку багатьох видів внутрішнього та міжнародного туризму мають також національні природні парки та заповідники України. Аналіз природно-ресурсного туристичного потенціалу різних регіонів України свідчить про можливість сталого розвитку наступних видів туризму: культурно-пізнавального, екологічного, сільського, лікувального (медичного), спортивного (водний туризм, рибальство), ділового, конгресно-виставкового та релігійного.

4. На сьогодні в Україні створена необхідна нормативно-правова база, яка регулює туристичну діяльність (Закон України «Про туризм», постанови та розпорядження Кабміну, накази Міністерства економічного розвитку і торгівлі та інших Міністерств, цільові програми розвитку туризму на рівні областей та районів) та є підґрунтям для забезпечення сталого розвитку туризму.

5. Основою базою для сталого розвитку туризму в Україні є регіони із значним природно-ресурсним туристичним потенціалом. У ряді областей України (Одеська, Львівська, Херсонська та інших) розроблені та реалізуються обласні програми розвитку туризму з урахування специфіки регіонів, наприклад, у Одеській області затверджена Програма розвитку туризму та курортів на 2016-2020 роки та відповідні програми діють у всіх адміністративних районах області.

6. Найменш розвинутим сегментом туристичного ринку в Україні є в'їзний (міжнародний), який є важливим джерелом надходження валюти у багатьох країнах світу.

7. Для успішної конкуренції на міжнародному туристичному ринку для збільшення туристичного потоку в Україну необхідно:

- забезпечити безпеку іноземних туристів;
- створити сучасну туристичну інфраструктуру (аеропорти, автодороги, мережу готелів, костелів, кемпінги, заклади харчування тощо) для забезпечення надання якісних послуг у сфері туризму;
- розробити та запровадити на державному рівні систему заходів, яка би стимулювала зацікавленість туристичних фірм у переорієнтації з міжнародного туризму на внутрішній;
- для переорієнтації туристичних потоків вітчизняних туристів із-за кордону в Україну їм необхідно запропонувати туристичні продукти, які б за своєю якістю та вартістю могли скласти конкуренцію з аналогічним закордонним продуктом;

- створити умови для розвитку ексклюзивних видів туризму (екологічний, зелений, спостереження за птахами (birdwatching), екстремальний, водний, риболовний тощо) в об'єктах природно-заповідного фонду: національних природних парках та заповідниках.

8. Ключовою проблемою, яку необхідно вирішити для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі діяльності в Україні є залучення інвестицій для розвитку її інфраструктури та забезпечення безпеки іноземних та вітчизняних туристів.

9. Важливу координаційну роль у розвитку туристичної сфери як у Німеччині, так і в Україні відіграють туристичні асоціації та інші громадські об'єднання, які сприяють діяльності туристичних фірм та туроператорів.

10. Новим, перспективним напрямом для сталого розвитку туризму в Україні є туристичні кластери у за аналогією створеного в Одеській області туристичного кластеру «Центр етнографічного, зеленого й сільського туризму «Фрумушика нова».

11. Організувати відповідними структурами обласних державних адміністрацій (управління туризму, рекреації та курортів), органами місцевого самоврядування разом із туристичним фірмам проведення рекламних компаній у Інтернеті та інших засобах масової інформації регіонального туристичного продукту, налагодити у регіонах масовий випуск рекламної продукції: путевідників, календарів, буклетів та сувенірів з відповідною символікою).

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басюк Д. І., Т. Ю. Примака, Н. В. Погуда, Трансформація Туризму в Україні на принципах сталого розвитку: досвід європейських країн. Економіка та держава 2/2019. - С.17-21.
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування / Бейдик О. О. - К.: Видавничо-поліграфічний відділ „Київський університет”, 2001. - 395 с.
3. Беспала О.А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні / О.А. Беспала // Економіка: реалії часу. – №6 (34). – 2017. – С. 9-17.
4. Борблік К.Е. Сталий розвиток ринку туристичних послуг: сутність, цілі та особливості / К. Е. Борблік // Проблеми системного підходу в економіці. - 2019. - Вип. 1(1). - С. 65-73.
5. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навчальний посібник.- Донецьк: Східний видавничий дім. 2008.- 180 с.
6. Горіна Г.О. Діагностика міжнародних документів, що забезпечують концептуальну основу сталого розвитку туризму. УДК 005.412-021.387:338.48
7. Дубоделова А.В. Особливості та тенденції розвитку сільського туризму в Україні / А.В. Дубоделова, Х.Ю. Малкуш // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.2. – С. 118–122.
8. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко // К.: Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.
9. Закон України «Про туризм» від 05.09.95 р. // Відомості Верховної Ради. - 1995. - №31. (зі змінами, внесеними законом №2608-VI (2608-1) від 19.10.2010 р.). - С. 241 - 254.
10. Заячківська Г.А. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції "Якість економічного розвитку: глобальні та локальні аспекти" (28-29.06.2011)

11. Ісаєнко В.М., Ніколаєв К.Д., Бабікова К.О., Білявський Г.О., Смирнов І.Г. Стратегія сталого туризму. / Навчальний посібник. - К.: Видавництво Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, 2014. - 300 с.
12. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с.
13. Кифяк В.Ф. Розвиток туризму, як один зі сценаріїв покращення соціально-економічного стану Чернівецької області / В.Ф. Кифяк // Туризм. – Випуск II (58). – 2015. – С. 67-81.
14. Ковальчук С.В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування / С.В. Ковальчук, В.В. Миколишина // Вісник Хмельницького національного університету. – Серія: Економічні науки.— 2011.— №6, Т. 4. – С. 60–65.
15. Косар Н. Дослідження розвитку туризму в умовах кризи / Н. Косар, Н. Кузьо // Актуальні проблеми економіки. – 2016. - №2 (176), С. 115-125
16. Лебедєв І. В. Сталий розвиток туризму: досвід Європейського Союзу і завдання для України / Вісник соціально-економічних досліджень, No 3 (67), 2018
17. Левицька І. В. Розвиток туристсько-рекреаційного потенціалу регіону як основа формування туристичного кластера [Текст] / І. В. Левицька // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – Випуск 9. – 2016. – С. 92-96
18. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
19. Ляшкевич П. Туризм в Україні: Сучасний стан та пріоритети розвитку / П. Ляшкевич // Освіта України. – 2014. – №85. - С. 178
20. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка. – 2003. - 272 с.

21. Маслиган О. О. Зарубіжний досвід кластеризації сфери рекреації та туризму / О. О. Маслиган, М. В. Дичка // Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Економіка. – Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2012. – Вип. 2 (36). – С. 260-266.
22. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України / Ін-т регіон. дослідж. НАН України. - Л., 1997. - 259 с.
23. Миронов Ю.Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні. Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.11. - С.117-122.
24. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку сільського (зеленого) туризму в Одеській області / О.Л. Михайлюк // Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. – 2013. – № 2 (181). – С. 132–140.
25. Мордань Є.Ю., Білець А.С. Сердюк К.В. Інвестиції в туристичну сферу в Україні: Сучасний стан, проблеми та перспективи. / Вісник Запорізького національного університету № 1 (29), 2016
26. Оболенцева Л.В. Проблеми та перспективи формування туристського іміджу України як важливої складової розвитку туризму та економіки держави / Оболенцева Л. В., Александрова С.
27. Погуда Н. В. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку
28. Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017 - 2020 рр. Додаток до рішення обласної ради від 23 грудня 2016 року № 285-VII
29. Про схвалення стратегії розвитку туризму та курортів: розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р.
30. Скляренко Я.П. “Інституціональна структура регулювання сфери міжнародного туризму в Європейському союзі”. Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, 2018. с. 142-149.

31. Стоцький О. Кластери у світовій індустрії туризму / О. Стоцький // Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Економіка України в умовах глобалізації і регіоналізації» (м. Тернопіль, 3-4 квітня 2014 р.). Тернопіль: ТНЕУ, 2014. –С. 289-292.

32. Ткач Уляна Володимирівна. Сталий розвиток туристичної сфери регіону: теоретичний базис та умови становлення. «Актуальні проблеми інноваційної економіки» / Всеукраїнський науковий журнал No 3 / 2019.

33. Travel & Tourism 2014 / World Travel & Tourism Council. London, 2014. 44 p.

34. Доктрина сталого розвитку: <http://www.semenets.soborna.org.ua>

35. Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон за I півріччя 2016 - 2017 років // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&id=3ba262e6-1603-4090-b741-e3c47a7f6d71&title=InformatsiiaSchodoVidviduvanniaUkrainiInozemnimiTuristamiTaViizduGromadianUkrainiZaKordonZaIPivrichchia2016-2017>

36. Інформація щодо показників розвитку сфери туризму та курортів у 2016 році // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=5badba79-cfc5-40c1-a1ec61f2e39161aa&title=InformatsiiaSchodoPokaznikivRozvitkuSferiTurizmuTaKurortivU2016-Rotsi>

37. Марина Мартыненко. Туристический бизнес в Украине – проблемы и перспективы. <https://arena.ua/2017/07/05/turisticheskij-biznes-v-ukraine-problemy-i-perspektivy/>

38. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації WorldTravelandTourism. <http://www.wttc.org/research/economic-research/>.

39. Офіційний сайт Державного міністерства з питань економіки, державного розвитку та енергетики Баварії.
<https://www.stmwi.bayern.de/tourismus/>
40. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України.
<http://www.dpsu.gov.ua>.
41. Офіційний сайт Державної статистичної служби України.
<http://www.ukrstat.gov.ua>
42. Офіційний сайт Федеративної землі Баварія.
<https://www.bayern.de>
43. Стаття “Туризм у ЄС під час пандемії: більше запитань, ніж відповідей”
<https://www.dw.com/>
44. Стаття “Створення мережі ‘Туристичні кластери 300+’”.
<https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2509656-stvorennna-merezi-turisticni-klasteri-300.html>
45. Туристический бизнес в Украине: трудности и перспективы. Информационный портал о финансах и кредитовании.
<http://www.dpa.cv.ua/ekonomika/turisticheskiy-biznes-v-ukraine-trudnosti-i-perspektivyi.html>
46. Туристичний портал Баварії.
<https://www.bavaria.by/service/media/>
47. Туристичний портал Німеччини: <https://www.deutschland.de/en>
48. Шепелюк С.І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. Вісник ДІТБ. 2013. № 17. С. 262–268.
http://tourlib.net/statti_ukr/shepeljuk2.htm.

ДОДАТКИ

Додаток 1.

В'їзд іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули, у 2017 році (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України) [39]

	Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну – усього ¹	Із них — за метою поїздки						
		служба, ділова, дипломатична	Туризм	приватна	навчання	працевлаштування	імміграція (постійне місце проживання)	культурний та спортивний обмін, релігійна, інша
Усього	14 229 642	88 976	38 958	13 741 653	452 1	2 640	4 027	34 887
у тому числі з країн								
Австралія	5 743	5	14	5 722	—	—	—	2
Австрія	30 936	4	715	29 708	1	—	10	498
Азербайджан	96 031	40	102	94 948	20	33	75	813
Албанія	1 366	8	14	1 301	—	—	—	43
Алжир	1 522	—	1	1 517	1	—	—	3
Ангола	405	—	1	404	—	—	—	—
Аргентина	2 464	5	11	2 434	—	—	—	14
Афганістан	952	14	14	912	—	—	7	5
Бангладеш	602	—	2	598	—	—	—	2
Бахрейн	296	—	—	296	—	—	—	—
Бельгія	16 619	1	375	16 195	—	—	3	45
Білорусь	2 727 645	66 553	17 095	2 642 256	25	10	19	1 687
Болгарія	41 738	515	99	40 962	—	—	4	158
Боснія і Герцеговина	2 739	265	12	2 358	—	—	—	104
Бразилія	4 299	2	51	4 222	5	—	3	16
В'єтнам	4 084	60	81	3 918	1	—	15	9
Велика Британія	78 603	70	269	78 129	1	—	2	132
Венесуела	166	—	—	163	1	—	—	2
Вірменія	31 982	43	42	31 214	9	14	27	633
Гамбія	110	—	—	110	—	—	—	—
Гана	1 381	—	—	1 374	6	—	1	—
Гвінея	240	—	—	238	2	—	—	—
Гонконг	714	5	3	703	—	—	—	3

Греція	18 995	67	22	18 838	—	—	—	68
Грузія	49 205	266	49	48 732	26	2	9	121
Данія	13 180	15	9	13 139	—	—	—	17
Еквадор	693	2	—	690	1	—	—	—
Естонія	21 313	55	97	21 100	—	—	15	46
Ефіопія	155	—	—	154	1	—	—	—
Єгипет	9 940	—	22	9 818	79	—	12	9
Ємен	473	1	—	470	2	—	—	—
Замбія	112	—	—	112	—	—	—	—
Зімбабве	318	—	—	311	6	—	—	1
Йорданія	7 672	57	7	7 598	4	1	—	5
Ізраїль	261 486	997	2 770	257 083	6	—	26	604
Індія	23 173	56	45	23 023	15	—	16	18
Індонезія	944	—	—	944	—	—	—	—
Ірак	7 089	346	26	6 648	20	9	21	19
Іран, Ісламська Республіка	9 262	16	8	9 223	6	—	5	4
Ірландія	9 543	7	8	9 493	—	1	—	34
Ісландія	1 001	—	1	985	—	—	—	15
Іспанія	21 944	76	14	21 765	—	1	—	88
Італія	84 638	103	223	83 071	2	—	10	1 229
Кабо-Верде	180	—	2	178	—	—	—	—
Казахстан	41 227	176	75	40 708	14	14	47	193
Камерун	586	1	—	582	1	—	—	2
Канада	30 775	30	141	30 541	—	—	1	62
Катар	283	—	—	283	—	—	—	—
Кенія	290	1	1	286	2	—	—	—
Киргизстан	5 535	29	51	5 408	9	3	15	20
Китай	29 561	186	138	29 184	7	3	33	10
Кіпр	4 825	4	1	4 813	4	—	—	3
Колумбія	380	—	1	379	—	—	—	—
Конго	339	—	—	337	—	—	—	2
Конго, Демократична Республіка	221	—	—	221	—	—	—	—
Корейська Народно-Демократична Республіка	240	13	10	215	2	—	—	—
Корея, Республіка	7 078	26	9	7 007	—	—	2	34
Кот-д'Івуар	223	—	—	220	3	—	—	—
Куба	455	7	3	444	—	—	1	—
Кувейт	1 456	33	1	1 402	18	—	—	2
Лаоська Народно-	319	—	—	319	—	—	—	—

Демократична Республіка								
Латвія	37 591	787	81	36 558	4	2	64	95
Лесото	1 401	—	—	1 401	—	—	—	—
Литва	75 622	961	120	74 351	3	2	106	79
Ліван	5 748	4	—	5 717	17	—	2	8
Лівія	2 376	—	25	2 326	5	3	2	15
Люксембург	807	—	—	802	—	—	—	5
Маврикій	121	—	—	121	—	—	—	—
Малайзія	436	—	2	427	—	—	—	7
Мальта	781	3	—	775	3	—	—	—
Марокко	9 469	—	7	9 232	200	—	16	14
Мексика	1 359	—	9	1 339	—	—	—	11
Мозамбік	26 026	5	5	25 966	—	—	45	5
Молдова, Республіка	4 435 664	653	169	4 433 750	39	2	209	842
Монголія	685	—	4	635	5	—	2	39
М'янма	204	5	—	199	—	—	—	—
Намібія	346	—	1	343	—	—	—	2
Непал	165	—	—	164	—	—	—	1
Нігерія	3 585	—	4	3 509	23	5	3	41
Нідерланди	40 581	13	53	4 0270	—	—	1	244
Німеччина	209 447	100	1 419	20 6213	11	—	14	1 690
Нова Зеландія	963	1	9	953	—	—	—	—
Норвегія	12 394	7	11	12 355	—	—	—	21
Об'єднані Арабські Емірати	1 750	—	1	1 748	1	—	—	—
Оман	573	—	—	573	—	—	—	—
Пакистан	1 829	2	—	1 823	1	—	1	2
Палестина	1 427	1	1	1 417	5	—	1	2
Перу	522	1	—	513	—	—	—	8
Південна Африка	1 012	—	—	1 008	4	—	—	—
Польща	1 144 249	305	207	1 143 070	175	—	56	436
Португалія	19 602	7	8	19 516	—	—	—	71
Республіка Македонія (Колишня Югославська Республіка)	4 789	46	2	4 374	3	—	3	361
Російська Федерація	1 464 764	7 064	4 830	1 413 328	3 474	2 152	2 776	31 140
Руанда	178	—	—	178	—	—	—	—
Румунія	791 116	125	308	693 135	—	—	1	97 547

Сальвадор	232	—	—	232	—	—	—	—
Саудівська Аравія	2 572	13	1	2 555	—	—	—	3
Сент-Кітс і Невіс	102	—	—	102	—	—	—	—
Сербія	36 542	3 103	26	29 343	—	51	—	4 019
Сингапур	472	1	—	470	—	—	—	1
Сирійська Арабська Республіка	3 350	39	23	3 237	17	18	6	10
Словаччина	366 249	13	5	365 448	3	1	—	779
Словенія	6 083	55	8	5 831	—	—	4	185
Судан	796	—	—	793	1	1	—	1
США	153 778	68	695	152 393	72	—	12	538
Таджикистан	7 115	30	32	6 876	16	2	21	138
Тайвань, провінція Китаю	839	1	1	836	1	—	—	—
Таїланд	545	—	—	545	—	—	—	—
Танзанія, Об'єднана Республіка	184	—	—	184	—	—	—	—
Туніс	2 147	30	65	2 008	41	—	—	3
Туреччина	270 695	5 161	7 414	257 450	18	276	239	137
Туркменистан	10 513 ²	9	17	10 429 ²	23	11	17	7
Уганда	100	—	—	100	—	—	—	—
Угорщина	1 119 446 ²	19	24	917 824 ²	—	—	—	201 579
Узбекистан	22 785	44	11	22 442	42	23	37	186
Філіппіни	1 899	1	—	1 898	—	—	—	—
Фінляндія	10 733	13	15	10 685	—	—	—	20
Франція	61 000	16	106	60 667	1	—	9	201
Хорватія	6 555	13	2	6 334	—	—	—	206
Чехія	67 680	28	17	66 471	—	—	—	1 164
Чилі	919	4	—	913	1	—	—	1
Чорногорія	1 999	22	1	1 936	—	—	—	40
Швейцарія	19 876	6	391	19 373	—	—	—	106
Швеція	24 554	2	167	24 352	—	—	—	33
Шри-Ланка	386	—	—	386	—	—	—	—
Японія	7 435	31	18	7 362	6	—	—	18
Особи без громадянства	6 630	4	1	6 610	—	—	—	15
Інші країни	2 103	—	7	2 073	6	—	1	16

¹ Без обслуговуючого персоналу транспортних засобів та транзиту.

² Інформація за країнами Туркменистан та Угорщина уточнена 15.03.2018 відповідно до листа Адміністрації Держприкордонслужби від 26.02.2018 № 0.41-1965/0/6-18.

Додаток 2.

Віїзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали, у 2017 році (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України) [39]

	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього ¹	Із них – за метою поїздки		
		службова поїздка	організова-ний туризм	приватна поїздка
Усього	26 437 413	97 271	120 887	26219255
у тому числі до країн				
Австрія	115 406	217	5 174	110 015
Азербайджан	27 386	89	–	27 297
Албанія	5 405	–	–	5 405
Алжир	19	–	–	19
Англія	19	–	–	19
Афганістан	18	–	–	18
Бельгія	20 891	–	–	20 891
Білорусь	1 186 466	42 868	12 656	1 130 942
Болгарія	58 597	7 925	12 255	38 417
Велика Британія	63 920	107	2	63 811
Вірменія	15 432	28	442	14 962
Греція	104 774	585	5 210	98 979
Грузія	111 981	1 573	1 707	108 701
Данія	6 351	–	–	6 351
Естонія	14 542	24	761	13 757
Єгипет	733 597	375	14 810	718 412
Йорданія	8 495	–	–	8 495
Ізраїль	155 074	254	5 710	149 110
Індія	208	–	–	208
Ірак	1	–	–	1
Іран, Ісламська Республіка	6 316	–	–	6 316
Ірландія	11	–	–	11
Ісландія	350	–	–	350
Іспанія	112 982	–	–	112 982
Італія	173 573	6	–	173 567
Казахстан	39 147	–	–	39 147
Канада	1	–	–	1
Катар	14 263	–	–	14 263
Кенія	55	–	–	55
Киргизстан	7	–	–	7
Китай	23 107	76	–	23 031

Кіпр	58 326	—	—	58 326
Корея, Республіка	1	—	—	1
Латвія	54 831	82	1 622	53 127
Литва	54 867	31	675	54 161
Ліван	5 775	—	—	5 775
Люксембург	28	—	—	28
Малі	7	—	—	7
Мальта	736	—	—	736
Марокко	117	—	—	117
Молдова, Республіка	1 680 353	1 554	138	1 678 661
Нідерланди	114 374	—	—	114 374
Німеччина	344 150	195	4 827	339 128
Норвегія	7	—	—	7
Об'єднані Арабські Емірати	166 586	214	8 135	158 237
Піткерт	7	—	—	7
Польща	9 990 978	1 789	5 059	9 984 130
Португалія	821	—	—	821
Республіка Македонія (Колишня Югославська Республіка)	29	—	—	29
Російська Федерація	4 376 423	28 177	1 257	4 346 989
Румунія	1 045 424	3 475	5 439	1 036 510
Сербія	319	48	36	235
Словаччина	854 657	—	—	854 657
Словенія	4 887	—	—	4 887
США	32 660	—	—	32 660
Таджикистан	10	—	—	10
Таїланд	17 777	—	—	17 777
Танзанія, Об'єднана Республіка	406	—	—	406
Туніс	19 793	—	752	19 041
Туреччина	1 185 051	7 459	29 495	1 148 097
Туркменистан	89	10	—	79
Угорщина	3 118 758	—	—	3 118 758
Узбекистан	61	—	—	61
Фінляндія	14 146	—	—	14 146
Франція	106 697	—	—	106 697

Хорватія	5 505	—	—	5 505
Чехія	73 536	110	3 990	69 436
Чорногорія	40 317	—	735	39 582
Швейцарія	36 589	—	—	36 589
Швеція	24 215	—	—	24 215
Шри-Ланка	9 706	—	—	9 706

¹ Без обслуговуючого персоналу транспортних засобів та військовослужбовців.