

УДК 327

Міжнародний туризм як фактор зміцнення відносин між Україною та країнами ЄС

Т.О.ГРАЧЕВСЬКА, С.Ю.КАЛІНІНА

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпропетровськ, Україна, E-mail: persefona01@mail.ru

Авторське резюме

Проаналізовано особливості розвитку міжнародного туризму як фактора поглиблення та інтенсифікації відносин між країнами ЄС та Україною. Було встановлено, що питання використання міжнародного туризму як фактора зміцнення відносин між Україною та країнами ЄС було проаналізовано не лише представниками політичної науки, а й економістами, культурологами, фахівцями туристичної сфери, що свідчить про його важливість та багатогранність. Визначено основні перешкоди, які необхідно в найближчій перспективі подолати Україні для того, щоб стати активним учасником ринку міжнародного туристичного бізнесу.

Особлива увага була приділена характеристиці рекреаційного потенціалу України, який формують такі складові, як географічне положення, сприятливий клімат, величезний природно-ресурсний потенціал. У статті було здійснено аналіз факторів, які гальмують розвиток міжнародного туризму в Україні як-то: низький рівень обслуговування; низький рівень комунікації в туристичній інфраструктурі; технологічна відсталість галузі; відсутність цілісної системи державного управління туризму в регіонах; фактично відсутні інноваційні проекти та наукові дослідження з розвитку міжнародного туризму; низький обсяг капіталовкладень.

Автори статті особливу увагу приділяють аналізу наукових публікацій як вітчизняних, так і закордонних, присвячених проблемам використання міжнародного туризму як вагомого фактора формування

© Т.О.Грачевська, С.Ю.Калініна, 2015

міжнародного іміджу країни. Зокрема, були розглянуті роботи таких науковців, як М.А.Москаленко, І.Криховецький, Д.Прейгер, І.Малярчук, О.Зубик.

Належне місце в роботі відводиться характеристиці перспектив залучення України до міжнародних туристичних програм та проектів. Стверджується, що реалізація програми Tacis у Карпатському регіоні привела до суттєвого зростання туристичних потоків, що свідчить про дієвість приєднання до міжнародних програм. Окреслено перспективи використання міжнародного туризму в контексті формування позитивного іміджу України.

Ключові слова: Європейський Союз, Україна, міжнародний туризм, міжнародні туристичні програми, міжнародне співробітництво, міжнародний імідж, туристична галузь.

International tourism as a factor strengthening relations between Ukraine and EU countries

T.O. HRACHEVSKA, S.YU. KALININA

The Oles Honchar Dnepropetrovsk national university, Dnipropetrovsk, Ukraine

E-mail: persefona01@mail.ru

Abstract

The features of development of international tourism as a factor of deepening and intensifying relations between the EU and Ukraine were analyzed. It was found that the issue of use of international tourism as a factor of strengthening relations between Ukraine and the EU was analyzed not only by representatives of political science, but also economists, cultural specialists, experts of tourist industry that indicates its importance and versatility. It were defined the main hurdles what Ukraine needs to overcome in the near future in order to become an active player in international tourism.

Special attention was paid to the characteristics of the recreational potential of Ukraine, which is formed of components such as geographical location, favorable climate, vast natural resource potential. The factors were analyzed which impede the development of international tourism in Ukraine such as, low maintenance; poor communication in the tourism infrastructure; technological backwardness of the industry; the lack of an entire system of governance of tourism in the region; virtually the lack of innovation projects and research of the development of international tourism; low capital investment.

The authors of the article pay special attention to the analysis of scientific publications, both domestic and foreign, dedicating to the problems of the use of international tourism as an important factor in the formation of the international image of the country. In particular, it were reviewed the works of such scholars as M.A. Moskalenko, I. Kryhovetsky, D. Preyher, I. Malyarchuk, O. Zubyk.

It is gone out an appropriate place to the characteristics of the prospects of attraction of Ukraine to the international tourism programs and projects. It is alleged that the implementation of the TACIS program in the Carpathian region resulted to a significant increase in tourist flows, indicating the validity of accession to international programs. The prospects of use of international tourism were defined in the context of a positive image of Ukraine.

Keywords: European Union, Ukraine, international tourism, international travel programs, international cooperation, international image, tourism industry.

Постановка проблеми. На початку XXI століття міжнародний туризм став потужною складовою економічного розвитку та фактором формування іміджу багатьох країн світу. Активний та цілеспрямований розвиток міжнародної туристичної сфери має позитивний вплив на підвищення якості життя громадян, зменшення плинності кадрів, сприятиме значному поповненню бюджетів різних рівнів, захисту та ефективному використанню природних багатств, позитивно вплине на зміцнення авторитету України на міжнародному рівні, поглибленню та активізації її співробітництва з країнами ЄС у сучасних надзвичайно складних умовах.

Міжнародний туризм – це багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти і тісно поєднується з багатьма галузями економіки. Через це саме міжнародному туризму належить значне місце у соціально-економічному житті країн і народів, він є каталізатором активізації міжнародного співробітництва. З огляду на це, нашої

країні доцільно звернути увагу на можливість та потенціал використання наявних рекреаційних ресурсів. Практика останніх років свідчить, що попит на туристичні послуги України формується в основному в європейських країнах, де головним туристичним блоком виступає ЄС. На жаль, Україна використовує свої унікальні туристичні послуги лише на 10%. Збільшення обсягів, а головне – підвищення якості туристичних послуг може стати одним із головних факторів практичної реалізації прагнень України стати повноправним учасником європейських інтеграційних процесів [8, с. 23-27]. У цьому контексті Україні необхідно враховувати і переймати туристичний досвід більш розвинених країн світу, особливо країн ЄС, які домоглися значних успіхів у цій справі.

Актуальність та своєчасність використання міжнародного туризму в справі активізації співробітництва між Україною та країнами ЄС полягає в тому, що в умовах глобалізації світу та процесах інтеграції туристична галузь займає

вагоме місце в економіці і поповнює ВВП країн. У свою чергу, Україна має вигідне географічне положення, сприятливий клімат, величезний природно-ресурсний потенціал, що дає можливості розвивати туризм як усередині країни, так і створювати привабливі умови для іноземних туристів, незважаючи навіть на те, що через анексію Криму рекреаційні ресурси України зменшилися. Саме міжнародний туризм розширює торгівлю, транспортні перевезення, спонукає до розвитку нових доріг, туристичних баз, розвитку ринкових відносин, що приводить до створення нових робочих місць, й, отже, до зняття з порядку денного низки соціальних проблем. Оскільки Європейському Союзу вдалося досягти в сфері розвитку міжнародного туризму значних успіхів, то його здобутки можуть слугувати взірцем для України [7, с. 83-87].

Аналіз досліджень і публікацій. Доцільно зазначити, що питання залучення потенціалу міжнародного туризму як потужного чинника зміцнення відносин між Україною та країнами ЄС, а також формування позитивного іміджу України стало об'єктом дослідницької уваги представників як політичної науки, так і економістів, культурологів, фахівців туристичної галузі. У своїх розвідках вони здійснили аналіз різних аспектів особливостей функціонування міжнародного туризму, визначили перспективи його використання для поглиблення відносин між Україною та країнами ЄС. Питанню формування туристичного іміджу України була присвячена стаття М.А. Москаленка [7, с. 23-27]. На особливу увагу в сучасних складних економічних умовах заслуговує визначення перспективних туристичних шляхів, розбудова туристичної інфраструктури в Україні. Саме цьому аспекту присвячена стаття І. Криховецького, який справедливо вбачає в розвитку міжнародного туризму джерело не лише матеріального, а й духовного розвитку суспільства [5, с. 34-37]. Ведучи мову про необхідність формування позитивного міжнародного іміджу України, першочергово необхідно проаналізувати існуючі за кордоном уявлення та стереотипи щодо України задля визначення напрямів роботи в цьому напрямку. З огляду на зазначене, важливою є публікація О. Зубика, яка саме й присвячена тому, як Україну сприймають далеко за її межами [6]. Впливу міжнародного туризму на розвиток національного господарства та підвищення матеріальних статків українців присвячена наукова публікація Д. Прейгера та І. Малайчука [8, с. 23-27].

Отже, можна підсумувати, що у вітчизняних наукових дослідженнях на належному фаховому рівні розглянута проблема розвитку міжнародного туризму як фактора відносин між Україною та країнами ЄС, проте більш детальний аналіз вимагають такі аспекти, як шляхи оптимізації використання рекреаційного потенціалу України в тих складних економічних умовах, в яких

зараз перебуває Україна, а також проведення дієвих реформ у туристичній галузі України, яка за певних умов зможе стати ефективним джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів.

Мета дослідження – проаналізувати особливості та визначити перспективи використання міжнародного туризму як фактора зміцнення та розбудови відносин між Україною та ЄС у контексті реалізації Угоди про асоціацію.

Виклад основного матеріалу. Варто відмітити, що визнання значення туризму як однієї із форм міжнародного співробітництва відбулося у жовтні 1998 року в Ванкувері на I Всесвітній конференції – «Туризм як впливова сила збереження миру», де вперше пролунав заклик до пропаганди та розповсюдження мирного туризму як гаранта миру й безпеки. На сучасному етапі саме на міжнародний туризм припадає 10% виробленого у світі ВВП, 35% світової торгівлі послугами; ним акумульовано 10% світових капіталовкладень, що свідчить про значне поширення цієї форми суспільної діяльності [5, с. 34-37].

Безумовно, прикрою є та обставина, що Україна більш ніж за 20 років свого існування як незалежної держави досі не сформувала чіткої політики інформування світової спільноти про свої досягнення, історичну спадщину, культурне різноманіття, здійснення соціальних реформ, перспективні проекти. Через це у пересічних громадян за кордоном уявлення про Україну формується, в основному, завдяки оцінкам їхніх власних державних діячів і міжнародних організацій, кон'юнктурним публікаціям в зарубіжних ЗМІ, які переважно є негативними, оскільки присвячені резонансним або скандальним подіям. Але у більшості іноземців, що відвідали Україну, враження від нашої країни були кращими за ті стереотипи, які містяться на шпальтах газет [4, с. 12-17]. За оцінками експертів, навіть у світлі підготовки до Чемпіонату Європи з футболу 2012 р. Україна практично не використовувала позитивний туристичний імідж, мляво реагуючи на скептичні публікації зарубіжної преси з підготовки українських об'єктів до Євро-2012 і по суті віддавши УЄФА ініціативу з просування України як країни-господарки турніру [6].

Та все ж, варто відмітити, у рік проведення фінальної частини чемпіонату Європи з футболу Україну відвідало понад 23 млн. туристів, що на 2 млн. більше, ніж у 2011 році та на 5 млн. більше, ніж у 2005 році. У 2012 році найбільше зросли туристичні потоки з Португалії (у 2,8 раза), Сербії (у 2,4 раза), Швеції (у 2,2 раза), Бразилії, Данії, Нідерландів (у 1,6 раза), Туреччини та Мексики (в 1,5 раза) [3].

Хоча Україна і має багатий туристичний потенціал, проте до лідерів з надання туристичних послуг їй ще далеко. Така ситуація сформувалася під впливом наступних факторів: низький

рівень обслуговування; низький рівень комунікації в туристичній інфраструктурі; технологічна відсталість галузі; відсутність цілісної системи державного управління туризму в регіонах; практично відсутні інноваційні проекти та наукові дослідження з розвитку міжнародного туризму; низький обсяг капіталовкладень.

Головними ж чинниками, стримуючими розвиток туризму в Україні є недосконалість нормативно-правового поля, зокрема, правил і умов перетинання кордонів іноземцями і, як наслідок, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму через несприятливий інвестиційний клімат. В нашій державі вже були зроблені перші кроки на шляху вирішення даних факторів, а саме: прийняття та затвердження «Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки». У ній проголошувалося, що одним з найважливіших напрямів державної політики у туристичній галузі має бути підвищення ефективності інформаційно-комунікаційної інфраструктури, створення позитивного іміджу України як туристичної держави та просування туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках за допомогою фінансової підтримки підприємств та організацій туристичної галузі з боку центральних та місцевих органів виконавчої влади. Дана програма була досить успішною, і дала важливі результати, проте не принесла серйозних позитивних зрушень у питанні розповсюдження позитивного туристичного іміджу України за кордоном [2].

Однак, слід відзначити, що, маючи такого роду програми, стало очевидним, що завдяки своєму туристично-рекреаційному потенціалу Україна має всі можливості стати туристичною державою світового рівня. Адже розширення міжнародних зв'язків відкриває для України нові шляхи для просування національного туристичного продукту на світовому ринку, залучення до світового інформаційного простору передового досвіду організації туристичної діяльності.

Активізація міжнародного співробітництва в контексті розвитку іноземного туризму, посилення його комунікаційних функцій в Україні наразі здійснюється як на рівні держави, так і шляхом участі в роботі відповідних міжнародних організацій. В цьому контексті було укладено низку міжурядових угод та угод між спеціалізованими національними та іноземними органами управління туризмом про співробітництво у сфері туризму (на сьогодні такі угоди укладено з 28 країнами і готується ряд нових), зокрема опрацювання питань про можливість розширення застосування безвізового режиму при обміні туристичними групами. Цей напрям діяльності є передусім чинником інтенсифікації двосторонніх відносин і поглиблення інтеграції на субрегіональному рівні. Співпраця з міжнародними організаціями, зокрема робота над створенням і просуванням на світовому рин-

ку спільних туристичних продуктів, є вагомим чинником інтеграції України не лише в європейській, а й світовий простір [11].

Перш за все, необхідно відзначити, що Європа займає провідне місце на туристичному ринку і є найбільш відвідуваним регіоном світу, приймаючи 51% від загального числа міжнародних подорожей і більш ніж у 2 рази перевищуючи показники найближчих конкурентів. Так, у 2012 році число міжнародних подорожей на європейському туристичному ринку склало 574, 8 млн. (для порівняння: кількість поїздок в туристичні регіони, які динамічно розвиваються – Азіатсько-Тихоокеанськи, за цей період склала 296 млн.). Також показово, що серед 10 країн світу, які мають найбільші обсяги міжнародного туризму і отримують від нього найбільші надходження, 6 – це країни Європи (Іспанія, Франція, Італія, Німеччина, Великобританія і Туреччина), більше того, 5 з них є членами Європейського Союзу. Всього на країни Європейського Союзу припадає 76% від загальноєвропейського обсягу подорожей, а саме – 382,4 млн. [12].

Одним з основних принципів зовнішньої політики України визначено забезпечення її інтеграції в європейський політичний, економічний та правовий простір з метою набуття членства в Європейському Союзі. У документі «Порядок денний асоціації Україна – ЄС» зазначається: «Україна як європейська країна має спільну з Європою історію та сповідує загальні цінності разом з державами-членами ЄС» [9, с. 2]. Тому метою для України є насамперед економічна співпраця з Європейським Союзом, яку необхідно ефективно і швидко розвивати. У цьому зв'язку ефективними і результативними стали відносини України з Європейською асоціацією вільної торгівлі. Очевидним успіхом на шляху євроінтеграції став вступ України до Європейської туристичної комісії (СТК). Завдяки участі в цьому органі відбувається зміцнення позицій національного турпродукту на європейському ринку, перетворення галузі на високопродуктивну складову економічного зростання нашої держави, підтримки регіонів, збільшення валютних надходжень до державного бюджету, створення робочих місць, підвищення рівня життя українських громадян. Україна також прагне домогтися подібних результатів у даній сфері, як і країни-учасниці ЄС. Тому основною метою співпраці між Україною та країнами ЄС в міжнародному туризмі є створення єдиного туристичного простору як зони вільної торгівлі туристичними послугами та свободи туристичного руху; ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу для інтенсифікації туристичних потоків, розробка спільного конкурентоспроможного туристичного продукту країн-учасниць (зокрема, міжнародних туристичних маршрутів по рекреаційних зонах, по річках Дунай і Дніпро) та підвищення економіч-

ної ефективності туризму як передумови соціально-економічного розвитку країн.

Окрім цього, Україна приділяє велику увагу співпраці з Європейським Союзом з питань визначення та реалізації світової туристичної політики, включення нашої держави в перспективні програми фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС у сфері туризму. Розвиток співробітництва з ЄС відбувається згідно з програмою імплементації Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС 1994, Стратегії інтеграції України до ЄС, Угоди про Асоціацію.

Варто сказати, що для європейських туристів Україна є привабливим місцем для відпочинку. Скажімо, мисливські угіддя Цуманських лісів Ківерцівського району Волинської області вже стали місцем активного відпочинку любителів полювання з Італії, Франції, Німеччини та Бельгії; гірські та гірськолижні курорти Карпат, освоєвані донедавна вітчизняними туристами та туристами з країн СНД, поступово стають привабливими для відвідувачів із сусідніх східноєвропейських країн. Підвищенню зацікавленості останніх має сприяти реалізація із залученням румунських та угорських партнерів спільного в рамках Карпатського євро регіону проекту «Карпатський трамвай» з використанням збудованих у першій половині минулого сторіччя ділянок гірських вузькоколіїних залізниць. Створення тут мережі історичних залізниць сприятиме формуванню єдиної культурної сфери за участю п'яти сусідніх країн, що зробить його привабливим для іноземних туристів. Саме в Карпатах знаходиться (за твердженням українських географів) центр Європи (неподалік Рахова), де можна проводити міжнародні фестивалі культури та мистецтв. Доцільним є створення разом з Румунією біосферного резервату у Мараморських горах, встановити рух пасажирських потягів Транскарпатською магістраллю між Києвом та Бухарестом через Рахів [10].

Варто відмітити, що одним з напрямків співробітництва у сфері туризму є проект Тасіс «Підтримка місцевого розвитку та туризму Карпатського регіону», що реалізується з червня 1999 на території Чернівецької, Івано-Франківської, Львівської та Закарпатської областей. З того часу, як розпочалася реалізація цього проекту, кількість туристів, які відвідували Карпатський регіон, зросла з 330 до 386 тис. (на 17%); прибутки від туризму – з 24,2 до 50,9 млн. грн.; кількість туристичних підприємств (не рахуючи готелів) – з 241 до 379. Прибутки від туристичної діяльності зросли на 111% [1].

В Україні також проводиться системна робота з адаптації туристичного законодавства відповідно до директив і стандартів ЄС. Розвивається договірно-правова база двостороннього співробітництва з країнами ЄС. В даний час укладено 8 міжнародних угод про співробіт-

ництво в галузі туризму з державами-членами ЄС, зокрема з Грецією (1996), Естонією (1994), Латвією (2000), Польщею (1994), Словаччиною (2001), Угорщиною (2001), Фінляндією (2000), Литвою, Австрією (2004 р.).

Тісні відносини з ЄС у цілому та країнами-членами цієї організації привели до появи на території України туристичних інформаційних центрів, у рамках програм технічної допомоги Twinning проектів. Магістральною метою реалізації цього проекту є створення ефективною та дієвою системи поширення інформаційно-рекламних матеріалів через забезпечення функціонування мережі центрів туристичної інформації в регіонах України.

Дані заходи проводяться для покращення привабливості української туристичної пропозиції для іноземних туристичних фірм, а також туристів, сприяння збільшення туристичних потоків в Україну, оптимізації міжнародного туристичного співробітництва [9, с. 2].

Активна співпраця з ЄС відкриває великі можливості використання організаційно-фінансових механізмів для Державної служби туризму і курортів для підвищення економічної ефективності національної туристичної галузі. Необхідно відмітити, що спеціальне представництво України при ЄС подало заявку про включення України у перспективні програми співпраці у сфері туризму. Більш активне залучення України до міжнародних проектів якісно вплинуло б на розвиток туристичної галузі України, сприяло б соціально-економічному та культурному розвитку нашої держави [1].

Висновки. На сьогоднішній день є актуальне завдання розробки та впровадження національних програм створення і просування позитивного образу України та територіальних брендів її регіонів як за кордоном, так і всередині країни, сприяння підвищенню рівня соціального забезпечення в українському суспільстві, від чого залежить і позитивне світовідчуття громадян, а в кінцевому підсумку – і позитивний образ нашої країни в світі.

Отже, можна стверджувати, що в результаті активної державної політики та узгоджених дій усіх органів державної та місцевої влади з розвитку туризму, зокрема в міжнародних транспортних коридорах, створення прийнятних і прозорих «правил гри», сприйняття міжнародного туризму як засобу інтеграції у світовий та особливо європейський простір, а також як форми розвитку інтеграційних комунікацій туризм стане потужною індустрією. Він буде джерелом значних і стабільних надходжень до бюджетів, сприятиме розвитку суміжних галузей і регіонів відвідування, відповідно і сталого розвитку цих регіонів і країни в цілому, а також підвищенню іміджу України в світі та поглибленню її співробітництва як з ЄС в цілому, так і з кожною його країною-членом зокрема.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Европейцы открыли дружественную Украину // Коммерсантъ-Украина. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ua/doc/2206361>.
2. Зубик О. Імідж України: погляд із-за меж [Електронний ресурс] / О. Зубик. – Режим доступу: // <http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php>
3. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на 2011-2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vuppi.at.ua/publ/zakonodavcha_baza_shhodo_invalidiv/vidpochinok_invalidiv/koncepcija_derzhavnoji_cilovoji_programi_rozvitku_turizmu_v_ukrajini_na_2011_2015r_r/23-1-0-164.
4. Криховецький І. Туризм як економічна, соціальна галузь та джерело матеріального і духовного розвитку суспільства [Текст] / І. Криховецький // Регіональна економіка. – 2010. – № 1. – С. 12-17.
5. Лавриненко Г. Формування міжнародного іміджу України в Західному світі (на прикладі Польщі) [Текст] / Г. Лавриненко // Схід. – 2011. – № 4 (111). – С. 34-37.
6. Міжнародний імідж України: міфи та реалії / Український центр економічних та політичних досліджень імені О. Разумкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://razumkov.org.ua/ukr/journal_pos.php?y=2000&cat=3&pos=5
7. Москаленко М.А. Туристичний імідж України [Текст] / М.А. Москаленко // Географія та туризм. – 2011. – № 12. – С. 83-87.
8. Прейгер Д. Розвиток іноземного туризму в Україні [Текст] / Д. Прейгер, І. Малярчук // Економіка України. – 2009. – № 8. – С. 23-27.
9. Про Програму інтеграції України до Європейського Союзу: Указ Президента України № 1072/2000 від 14.09.2000 р. [Текст] // Офіційний вісник України. – 2000. – № 39. – С. 2.
10. Прощавай, візо! [Текст] // Голос України. – 2005. – 12 липня.
11. Світовий туризм іде вгору [Текст] // Урядовий кур'єр. – 2004. – 24 липня.
12. UNWTO World Tourism Barometer. Advance Release, January 2012 2010 [Electronic resource] // UN World Tourism Organization. – Regime to access: <http://www.unwto.org>

Стаття надійшла до редакції 14.04.2015

REFERENCES:

1. Evropeytsyi otkryili druzhestvennyuyu Ukrainu (Europeans discovered the friendly Ukraine) // *KommersantЪ-Ukraina* – Access: <http://www.kommersant.ua/doc/2206361>
2. Zubyk O. Imidzh Ukrayiny: pohlyad iz-za mezh (The image of Ukraine: a view from outside). – Access: // <http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php>
3. Kontseptsiya Derzhavnoyi tsil'ovoyi prohramy rozvytku turyzmu i kurortiv na 2011-2015 roky (The concept of the State Target Program of tourism and resorts for 2011-2015). – Access: http://vuppi.at.ua/publ/zakonodavcha_baza_shhodo_invalidiv/vidpochinok_invalidiv/koncepcija_derzhavnoji_cilovoji_programi_rozvitku_turizmu_v_ukrajini_na_2011_2015r_r/23-1-0-164.
4. Krykhovets'kyi I. Turyzm yak ekonomichna, sotsial'na haluz' ta dzherelo material'noho i dukhovnoho rozvytku suspil'stva (Tourism as an economic, social sector and source of material and spiritual development of society) // *Rehional'na ekonomika*. – 2010. – № 1. – P. 12-17.
5. Lavrynenko H. Formuvannya mizhnarodnoho imidzhu Ukrayiny v Zakhidnomu sviti (na prykladi Pol'shchi) (The formation of the international image of Ukraine in the Western world (for example, Poland)) // *Shhid*. – 2011. – № 4 (111). – P. 34-37.
6. Mizhnarodnyy imidzh Ukrayiny: mify ta realiyi (International Image of Ukraine: Myths and Realities) // *Ukrayins'kyi tsentr ekonomichnykh ta politychnykh doslidzhen' imeni O. Razumkova*. – Access: http://razumkov.org.ua/ukr/journal_pos.php?y=2000&cat=3&pos=5
7. Moskalenko M.A. Turystychnyy imidzh Ukrayiny (The tourist image of Ukraine) // *Heohrafiya ta turyzm*. – 2011. – № 12. – P. 83-87.
8. Preyher D. Rozvytok inozemnoho turyzmu v Ukrayini (The development of foreign tourism in Ukraine) // *Ekonomika Ukrayiny*. – 2009. – № 8. – P. 23-27.
9. Pro Prohramu intehratsiyi Ukrayiny do Yevropeys'koho soyuzu: Ukaz Prezydenta Ukrayiny № 1072/2000 vid 14.09.2000 r. (On the program of Ukraine's integration into the European Union: Decree of the President of Ukraine № 1072/2000 of 14.09.2000 p.) // *Ofitsiyyny visnyk Ukrayiny*. – 2000. – № 39. – P. 2.
10. Proshchavay, vizo! (Farewell visa!) // *Holos Ukrayiny*. – 2005. – 12 lypnya.
11. Svitovyy turyzm ide vhoru (World tourism goes up) // *Uryadovyy kur'yer*. – 2004. – 24 lypnya.
12. UNWTO World Tourism Barometer. Advance Release, January 2012 2010 [Electronic resource] // UN World Tourism Organization. – Regime to access: <http://www.unwto.org>

Грачевська Таміла Олександрівна – кандидат історичних наук, доцент
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
Адреса: 49010, м. Дніпропетровськ, пр. Гагаріна, 72
E-mail: persefona01@mail.ru

Калініна Світлана Юрійвна – студент
Дніпропетровський національний університет імені Олеса Гончара
Адреса: 49010, м. Дніпропетровськ, пр. Гагаріна, 72
E-mail: svetlana_sv30@mail.ru

Hrachevska Tamila Oleksandrivna – PhD in historical science, associate professor
The Oles Honchar Dnepropetrovsk national university
Address: 72, Gagarin Av., Dnipropetrovsk, 49010, Ukraine
E-mail: persefona01@mail.ru

Kalinina Svetlana Yuriyivna – student
The Oles Honchar Dnepropetrovsk national university
Address: 72, Gagarin Av., Dnipropetrovsk, 49010, Ukraine
E-mail: svetlana_sv30@mail.ru