

М. Г. Бойко,
к. е. н., доцент, докторант,
Київський національний торговельно-економічний університет "КНТЕУ"

ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ: ЗАКОНОМІРНОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ

Розкрито особливості формування туристичної привабливості України в умовах процесів глобалізації у туризмі на основі застосування методики Всесвітнього економічного форуму. Виявлено тенденції і орієнтири розвитку туризму для ідентифікації країни у глобальних і регіональних інтеграційних процесах.

The features of forming of tourist attractiveness of Ukraine are exposed in the conditions of processes of globalization in tourism on the basis of application of method of the World economic forum. Found out tendencies and орієнтири of development of tourism for authentication of country in global and regional integration processes.

Ключові слова: туризм, глобалізація, туристична привабливість, рейтинг туристичної привабливості, туристичний профіль, бренд території.

ВСТУП

Туристична сфера, як і будь-яка інша сфера економічної діяльності, переживає істотні трансформації під впливом глобалізації та має галузеві особливості. Показниками глобалізації туристичного бізнесу є:

- зростання інтернаціоналізації, що виражається у поглибленні міжнародного поділу праці, активізації розвитку та інтенсифікації економічного співробітництва;
- загострення міжнародної конкуренції внаслідок інтеграції локальних туристичних ринків у глобальні;
- прагнення до уніфікації стандартів обслуговування туристів і лібералізації національних ринків туристичних послуг;
- ліквідація бар'єрів на шляху руху товарів, послуг, капіталу, знань і (у меншій мірі) людей через кордони;
- створення нових організаційних форм надання туристичних послуг на основі інформаційно-комунікативних технологій;
- більша стабільність туристичної діяльності порівняно з іншими сферами в умовах нестабільної економічної ситуації на світових ринках, оскільки туризм є експортоорієнтованою сферою.

Зазначені тенденції обумовили те, що туризм зайняв вагомі позиції у світовій торгівлі послугами і забезпеченні доходів від експорту. За даними Всесвітньої туристичної організації, частка туризму у структурі світового експорту товарів і послуг у 2008 р. становила 5,1% і 26,4% загального обсягу глобального експорту послуг; доходи від туризму склали 856 млрд US\$ (625 млрд \$) [1]. За розрахунками Всесвітньої ради туризму і подорожей (World Travel & Tourism Council) у 2008 р. індустрія туризму створила у світі більше 200 млн робочих місць [2].

Отже, глобалізація у туризмі виявляється у збільшенні міжнародних туристичних потоків, капіталу, інформації і технологій, посиленні взаємозв'язку та взаємодії підприємств туристичного бізнесу, виникненні глобальних форм його інтеграції. Внаслідок зазначеного процесу формується глобальний ринок туристичних послуг — сфера стійкого міжнародного руху туристичних послуг, у межах якої на основі кон'юнктурних змін формуються глобальні попит і пропозиція на туристичні продукти.

Світова тенденція глобалізації туризму поки що у меншій мірі торкнулася України, але необхідність обстоювання національних інтересів на світовому ринку туризму обумовлює доцільність "рухатися" у руслі світової структурної динаміки, дотримуючи і сприймаючи еталонну траєкторію світового розвитку. Це одна з умов оптимального "виживання" в умовах глобалізації, що обумовлює обґрунтування орієнтирів пріоритетного розвитку туристичної індустрії України в умовах самоідентифікації країни.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Узагальненість наведених вище аргументів щодо розвитку світового туризму дозволяє впевнено констатувати, що туризм як вид економічної діяльності має вагомі передумови стати однією з опорних галузей національного економічного розвитку, відповідаючи викликам глобалізації.

Звертаючись до показників динаміки розвитку туризму в Україні, слід насамперед звернути увагу, що туристична активність держави на світовому ринку є недостатньою, оскільки обсяг в'їзного туризму складає до 2% від світового імпорту туристських послуг. Цей результат можна пояснити, по-перше, недостатньою

ефективністю реалізації механізму забезпечення пріоритетів державної політики у сфері організації експорту туристичних послуг; по-друге, відсутністю явища масовості туризму в Україні через низьку платоспроможність основної маси населення. Крім того, у нинішніх умовах спостерігається руйнування технологічних і економічних зв'язків, відчутними є проблеми з нарощуванням інвестицій в економіку, знижується частка і роль країни у системі міжнародній торгівлі послугами, у тому числі і туристичними. За статистичними даними Державної служби туризму та курортів Міністерства культури та туризму України обсяги експорту послуг підприємств, що надають послуги з організації подорожувальників за країнами світу у середньому складають 118977,45 тис. дол. США. Незважаючи на прояви кризових явищ в економічній та фінансовій сферах, у 2008 р. Україну відвідало 25,4 мільйона туристів, що на 300 тисяч осіб більше порівняно з 2007 р. Особливо зріс туристичний потік з Росії, який склав 663 тис. осіб, що більше ніж на 100 тисяч осіб порівняно з 2007 р.; з Польщі, Білорусі і Німеччини досяг 650 тис. осіб (на 85 тис. осіб більше порівняно з 2007 р.)¹. [3,4].

Цілком очевидно, що в умовах світових і регіональних глобалізаційних процесів посилюватимуться процеси інтеграції національних економік у русі до єдиного світового ринку, тому надзвичайно важливим завданням є використання методик для "національного самовизначення" туристичного продукту на глобальному туристичному ринку. Відтак дана стаття слугуватиме меті:

- розкриття проблем формування туристичної привабливості України в умовах відкритості економіки і процесів глобалізації;
- оцінці тенденцій та визначенню передумов посилення туристичної привабливості держави на світовому ринку туристичних послуг.

РЕЗУЛЬТАТИ

Сукупність представлених нижче вирішуваних завдань представляє концептуально-практичне узагальнення багатогранної проблеми розвитку національного туризму в умовах глобалізації і, відповідно, актуалізує:

- розроблення методичних та практичних рекомендацій щодо зростання значущості локальних (територіальних) переваг;
- акцентування уваги на важливості й актуальності вибору орієнтирів розвитку національного туристичного бізнесу з позицій:
- оцінки можливостей територій задовольняти потреби туристів різних сегментів туристичного ринку на основі відмітних локальних (територіальних) переваг;
- формування бренду території країни для підвищення її туристичної привабливості.

Дилема вибору вказаних вище орієнтирів розвитку спрямувала логіку дослідження на аналіз туристичної привабливості, яка як інтегральна характеристика: по-перше, включає важливі компоненти відтворення туристичного продукту з урахуванням можливостей їх інтенсифікації у перспективі на основі виявлення резервів розвитку туризму; по-друге, дозволяє врахувати й об'єднати фактори, які впливають на закономірності формування туристичної привабливості.

За останні роки різні методики оцінювання інвестиційної та туристичної привабливості території найбільш повно розкриті у працях вчених Бейдика О.О., Гранберга А. Г., Гринів Л.С., Гулич О.І., Євдокименко В.К., Маршалова А. С., Стеценка Д.М., Ткаченко Т.І., Черчик Л.М. та інших дослідників [5—14]. Також слід виділити методики інвестиційної привабливості Гарвардської школи бізнесу, Тейна — Уотерса, Котлера — Хезлера, журналів "The Economist", "Fortune", "Euro money" [14-18]. Ми не маємо на меті полемізувати з авторами розроблених методик, оскільки майже всі методики реалізуються та мають різне практичне застосування. Водночас зазначимо, що, не зважаючи на ґрунтовний теоретичний і методологічний базис дослідження туристичної привабливості країни, єдиної методології не відпрацьовано, оскільки науковцями пропонуються методики оцінювання окремих складових туризму чи суміжних процесів у межах інвестиційної привабливості. На наше переконання, це пов'язано з тим, що об'єктивно оцінити туристичну привабливість достатньо складно, оскільки спостерігається відмінність регіонів і їх туристичної інфраструктури за географічним положенням, економічним і соціально-культурним розвитком, ресурсним потенціалом тощо.

У світовій практиці створено багато різних методик для порівняльної оцінки розвитку туризму, тобто, порівнюючи нинішній рівень розвитку, можна визначити сферу, де знаходиться або може знаходитися вибір орієнтирів розвитку національного туризму. Виходячи з мети даної статті, вважаємо, що визначення закономірностей формування та орієнтирів розвитку туристичної привабливості повинно базуватися на дослідницькому процесі, у якому висхідну позицію посідає аналіз показників, які формують "відстежуючу" систему кількісних і якісних індикаторів розвитку туризму. У цьому контексті найбільш повно встановленій цілі відповідає методика оцінки туристичної привабливості з агрегацією у узагальнюючий індекс туристичної привабливості країн, що розроблена експертами Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum)² спільно з Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (IATA), Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO) і Всесвітньою радою з туризму (WTTC). Індекс туристич-

¹ Розрахунки здійснені відповідно з класифікацією ВТО

² Всесвітній економічний форум — незалежна міжнародна некомерційна організація, створена в 1971 р. Її завдання — поліпшення справ у світі шляхом налагодження діалогу між лідерами країн для глобального розвитку, а також розвитку на рівні регіонів і галузей. Доповіді Всесвітнього економічного форуму по різних світовим структурним пріоритетам розвитку є найпрестижнішим звітом, який дозволяє конкретній країні не тільки визначити позиціонування і її рейтинг у світовому економічному просторі, але і визначити здатність національної економіки досягти стійкого економічного зростання у середньостроковій перспективі (найближчі 5 років). Рейтинги конкурентоспроможності, що розраховуються Всесвітнім економічним форумом і Міжнародним інститутом розвитку управління (International Institute for Management Development, IMD), популярні у ділових і політичних колах [19]

Таблиця 1. Рейтинг туристичної привабливості деяких країн за даними звіту ВЕФ 2009 р. [20]

Країна	Рейтинг/ узагальнюючий індекс туристичної привабливості		Субіндекси					
			Законодавче регулювання		Бізнес-клімат та інфраструктура		Людські, культурні і природні ресурси	
	№	Бали	№	Бали	№	Бали	№	Бали
Швейцарія	1	5,68	1	6,01	1	5,49	2	5,54
Сінгапур	10	5,24	6	5,77	5	5,25	23	4,69
Туреччина	56	4,20	63	4,60	60	3,73	44	4,28
Польща	58	4,18	72	4,44	68	3,53	29	4,56
Росія	59	4,14	79	4,35	61	3,70	38	4,37
Грузія	73	3,89	33	5,20	99	2,84	92	3,64
Азербайджан	76	3,84	47	4,95	84	3,19	111	3,40
Україна	77	3,84	62	4,66	72	3,37	103	3,50
Вірменія	91	3,65	58	4,70	105	2,75	102	3,51
Казахстан	92	3,65	60	4,69	96	2,93	121	3,82
Молдова	93	3,64	67	4,53	95	2,95	110	3,43
Чад	133	2,52	133	2,83	133	1,93	132	2,80

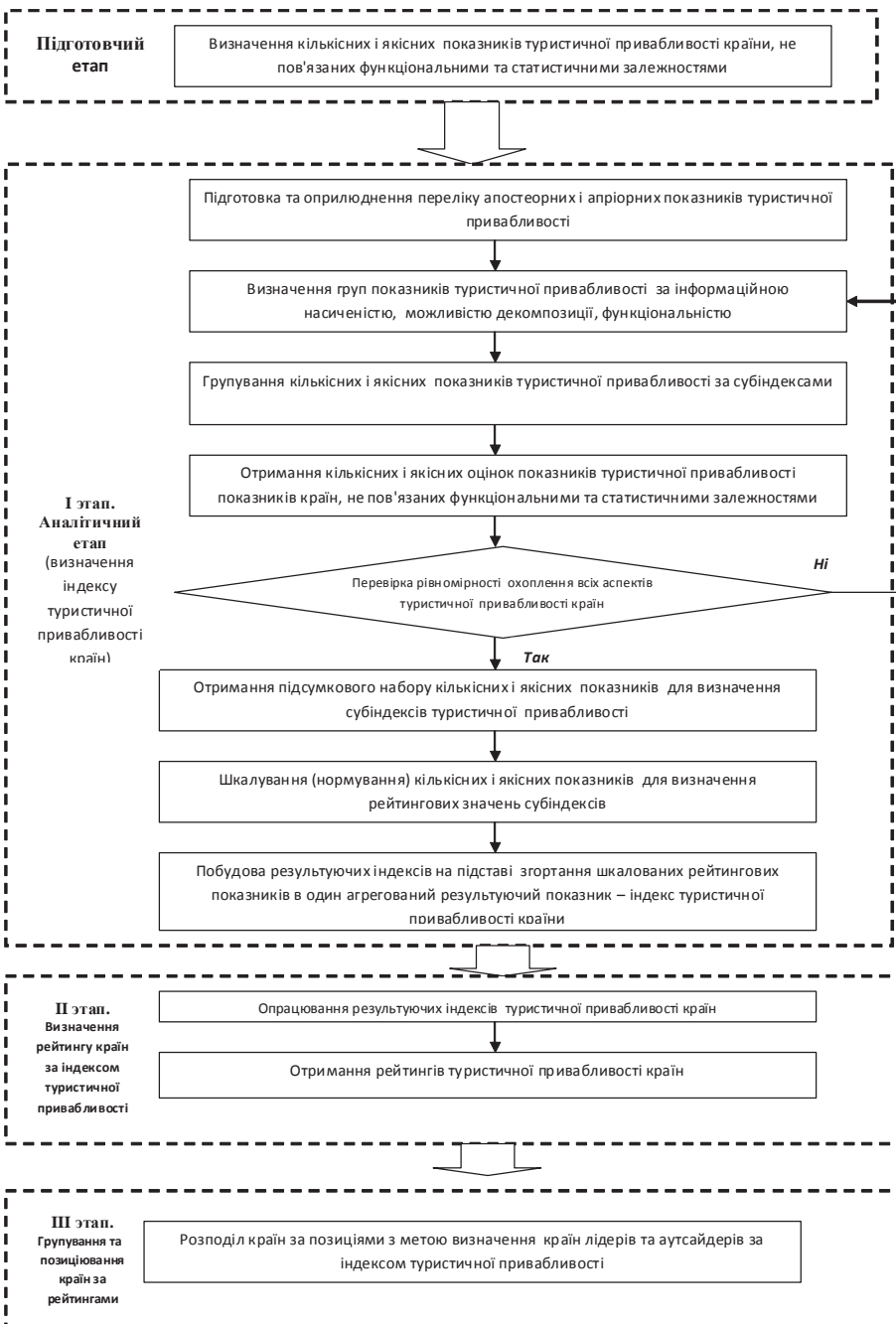


Рис. 1. Алгоритм визначення рейтингу туристичної привабливості країни

тичної привабливості вимірюється за трьома субіндексами (табл. 1): законодавче регулювання; бізнес-клімат та інфраструктура; людські, культурні і природні ресурси. Кожен з означених вище субіндексів об'єднує 13 основних мікроіндексів, які у свою чергу формують 79 показників, що характеризують різновекторні сторони розвитку сфери туризму. Починаючи з 2006 р., експертами форуму публікуються звіти, в яких представлені результати комплексного дослідження рейтингів туристичної привабливості країн. Від України партнерською організацією для ВЕФ при проведенні дослідження виступає Центр соціальних і економічних досліджень [20]. За даними табл. 1, в якій наведено рейтинг туристичної привабливості деяких країн за даними звіту 2009 р., бальова оцінка туристичної привабливості України становить 67,8% від першого рейтингового місця Швейцарії (5,68 бали) і 112,7% від останнього 133 місця (Чад). У нормованій на 100% децильній шкалі Україна є на шостому децилі за бальною оцінкою індексу туристичної привабливості.

З метою визначення закономірностей формування та орієнтирів розвитку туристичної привабливості України нами було систематизовано процедуру у форматі структурно-логічної послідовності (рис. 1), що дало змогу поглибити дослідницький процес, за результатами якого:

- у табл. 2 представити динаміку і розподіл рейтингів мікроіндексів туристичної привабливості України на світовому ринку туристичних послуг;
- у табл. 3 змодельовати усереднений за 2006—2008 рр. туристичний профіль України;
- у табл. 4 визначити основні стимулюючі та дестимулюючі показники формування туристичної привабливості України на світовому ринку туристичних послуг.

Узагальнюючи результати досліджень тенденцій динаміки рейтингу туристичної привабливості, зазначимо, що у цілому можна погодитися з рейтинговим

Таблиця 2. Динаміка і розподіл рейтингів мікроіндексів туристичної привабливості України на світовому ринку туристичних послуг

Рік	Законодавче регулювання туризму											Частка щодо формування національного рейтингу тур. приваб.	Частка по відношенню до країни-лідера рейтингу тур. приваб
	Ранг/значення "Нормативна база розвитку туризму" (M1)	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення "Екологічна стійкість" (M2)	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення "Безпека" (M3)	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення "Якість системи охорони здоров'я і рівень гігієни" (M4)	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення "Пріоритетність розвитку туризму для держави" (M5)	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення		
2009	104/3,80	0,608	79/4,31	0,69	86/4,74	0,70	18/6,44	0,92	87/4,03	0,63	62/4,66	1,21	0,82
2008	100/3,72	0,601	83/4,23	0,69	93/4,53	0,676	17/6,40	0,91	96/3,76	0,62	59/4,53	1,20	0,668
2007	88/3,99	0,690	109/3,04	0,49	73/4,23	0,645	39/5,55	0,838	90/3,25	0,58	76/4,01	1,03	0,690
2006	89/3,56	0,540	109/3,04	0,47	75/4,01	0,639	40/5,6	0,820	91/03,23	0,57	77/3,99	1,01	0,689
Рік	Бізнес-клімат та інфраструктура											Частка щодо формування національного рейтингу тур. приваб	Частка по відношенню до країни-лідера рейтингу тур. приваб
	Ранг/значення "Інфраструктура повітряного транспорту" (M6)	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення "Інфраструктура наземного транспорту" (M7)	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення "Туристична інфраструктура"	Частка серед рейтингів країн	Ранг/значення "Інформаційна і телекомунікаційна інфраструктура"	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення "Цінова конкуренція у туристичній індустрії"	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення		
2009	94/2,57	0,380	72/3,32	0,501	55/3,71	0,53	51/3,37	0,55	116/3,88	0,64	72/3,37	0,877	0,613
2008	98/2,44	0,378	84/3,24	0,490	62/3,54	0,50	52/3,06	0,51	115/3,94	0,66	78/3,24	0,861	0,580
2007	87/2,56	0,379	67/3,39	0,515	75/2,56	0,405	64/2,56	0,405	37/4,89	0,80	73/3,21	0,825	0,559
2006	88/2,4	0,376	67/3,25	0,500	76/2,59	0,410	62/2,4	0,390	37/4,9	0,81	74/3,20	0,819	0,553
Рік	Людські, культурні і природні ресурси											Частка щодо формування національного рейтингу тур. приваб.	Частка по відношенню до країни-лідера рейтингу тур. приваб
	Ранг/значення "Людські ресурси"	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення "Властивості національного туризму"	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення "Природні ресурси"	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення "Культурні ресурси"	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення	Частка по відношенню країни-лідера рейтингу	Ранг/значення		
2009	68/5,07	0,753	66/4,74	0,709	112/2,40	0,371	88/1,79	0,26			103/3,05	0,794	0,537
2008	80/4,87	0,786	62/4,83	0,722	104/2,39	0,389	84/1,95	0,286			103/3,05	0,810	0,543
					Ранг "Природні та природні ресурси"								
2007	73/5,0	0,80	46/5,21	0,791	118/3,12		0,659				89/4,45	1,43	0,786
2006	74/5,01	0,79	45/5,3	0,783	120/3,01		0,645				90/4,43	1,42	0,765

місцем України, оскільки країна отримала українську оцінку за відповідність світовим стандартам галузевого регулювання і політики у секторі туризму. Крім того, за результатами дослідження експертами визначено надзвичайно низький рейтинг показників, які визначають екологічний вплив на розвиток туризму. У Звіті ВЕФ за 2009 р. рейтинг цих показників нижче 110 позицій, що свідчить про нераціональну експлуатацію природних ресурсів, недостатню ефективність державного управління природоохороною діяльністю і низький рівень екологічної самосвідомості населення.

ВИСНОВКИ

Україна може стати туристично привабливою країною, оскільки держава володіє значним туристсько-рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, як рівнинними і гірськими ландшафтами, багатством флори і фауни, розвинутою мережею транспортних сполучень, великою кількістю історичних пам'яток культури і архітектури, розвинутою інфраструктурою розміщення. За даними Державного комітету статистики України, на державному обліку перебуває понад 130 тис. пам'яток, функці-

онує 458 музеїв та 61 історико-культурний заповідник [20].

Нині рівень розвитку національного туризму характеризуються структурною недовершеністю, регіональною деформованістю і розбалансованістю, що вимагає більш активної участі державних структур у сфері галузевого регулювання і цілеспрямованої політики для виходу туризму на світовий рівень.

Аксіомою є те, що розвиток туризму вимагає розвиненої інфраструктури, а для цього потрібні суттєві інвестиції, оскільки капітал впливає на економічну зна-

Таблиця 3. Туристичний профіль України (2006–2009 рр.)

Субіндекси та мікроіндекси туристичної привабливості	Розрахункові значення мікроіндексів						
	1	2	3	4	5	6	7
1. Законодавче регулювання туризму							
1.1. Нормативна база розвитку туризму			3,75				
1.2. Екологічна стійкість			3,65				
1.3. Безпека				4,3			
1.4. Якість системи охорони здоров'я і рівень гігієни					5,99		
1.5. Пріоритетність розвитку туризму для держави			3,5				
2. Бізнес-клімат та інфраструктура							
2.1. Інфраструктура повітряного транспорту		2,4					
2.2. Інфраструктура наземного транспорту				3,2			
2.3. Туристична інфраструктура				3,1			
2.4. Інформаційна і телекомунікаційна інфраструктура		2,8					
2.5. Цінова конкуренція у туристичній індустрії				4,4			
3. Людські, культурні і природні ресурси							
3.1. Людські ресурси			3,7				
3.2. Властивості національного туризму					5,07		
3.3. Природні ресурси		2,3					
3.4. Культурні ресурси	1,8						
Сучасний рейтинг							
Ідеальний туристичний профіль							

Таблиця 4. Основні стимулюючі та дестимулюючі показники формування туристичної привабливості України

Основні стимулюючі показники			Основні дестимулюючі показники		
Позиція	Показник	Місце	Позиція	Показник	Місце
1.08	Початкова сума коштів для здійснення підприємницької діяльності в туризмі	44	1.01	Поширеність іноземної власності	122
2.05	Концентрація твердих часток у повітрі	33	1.02	Дотримання прав власності	123
4.04	Кількість лікарняних ліжок	3	1.03	Вплив бізнесу на правове поле	120
5.02	Державні витрати на підтримку розвитку туризму	36	2.01	Строгість законів, що регулюють охорону навколишнього середовища, наявність екологічних нормативів	124
5.04	Активність участі держави у міжнародних туристичних виставках і ярмарках	41	2.02	Здійснення екологічного регулювання.	119
6.02	Доступність внутрішніх авіаліній	42	2.03	Прозорість і стабільність правової бази щодо регуляції використання природних ресурсів дестинацій	115
6.06	Кількість внутрішніх авіаліній	31	5.01	Державні пріоритети щодо розвитку туризму	125
7.02	Якість залізнично дорожньої інфраструктури	30	5.03	Ефективність державної маркетингової політики і брендингу у сфері туризму	113
7.02	Транспортна мережа	42	6.01	Якість і розвиненість інфраструктури повітряного транспорту	105
8.03	Використання електронних карток "Visa cards"	33	7.01	Якість автодоріг	120
9.01	Використання Інтернет ресурсів у бізнесі	44	10.03	Ефективність системи оподаткування	126
10.02	Паритет купівельної спроможності	23	10.05	Цінова політика у готельному господарстві	114
11.02	Ліцензована професійна середня освіта	50	11.07	Можливість найму іноземних працівників	106
11.03	Якість освітньої системи	40	11.08	Поширеність і кількість ВІЧ-інфікованих	110
11.06	Практика найму та звільнень	11	12.02	Відношення населення до туристів	119
13.01	Кількість світових культурних визначних пам'яток	40	13.02	Захищеність територій	103
			13.04	Якість природного середовища	123

чуність туризму і, відповідно, туристичну привабливість. Країна, яка володіє привабливими природними ресурсами, але має обмежений капітал, не зможе достатньою мірою розвинути туристичний сектор, саме цим пояснюється активний розвиток туризму в індустріально розвинених країнах. Для залучення зовнішніх інвестицій, нарощування господарського потенціалу туристичної індустрії, зміцнення інтеграційних зв'язків, трансляції регіональних досягнень і ініціатив щодо розвитку різних видів туризму особливого значення набуває вирішення завдання формування позитивного бренду територій України, що у наслідку дозволить отримати додатковий шанс у конкурентній боротьбі за туристів, інвестиції, експорт та вплив на світовому ринку туристичних послуг.

Резюмуючи вищевказане зазначаємо, що аналітичне опрацювання звітів ВЕФ може стати ефективним інструментарієм для визначення пріоритетів стратегічного розвитку туризму на основі незалежного моніторингу і порівняльного аналізу досягнутих результатів, оскільки:

- по-перше, методика визначення туристичної привабливості заснована на позиціонуванні, що дозволяє превентивно визначати системоутворюючі фактори розвитку туризму з урахуванням світових тенденцій та своєчасно розробляти упереджувальні коригуючі заходи для підтримки рейтингу туристичної привабливості країни, оскільки субіндекси "Законодавче регулювання у туризмі", "Бізнес-клімат і інфраструктура", "Людські, культурні і природні ресурси" є атрибутивними ознаками розвитку туризму різного рівня;

- по-друге, інтегрований індекс туристичної привабливості країн відображає два аспекти: об'єктивний — це здатність національних туристичних підприємств виконати узяті на себе конкретні зобов'язання перед споживачами туристичних послуг; суб'єктивний — здатність вселити упевненість у виконанні цих зобов'язань;

зань;

- по-третє, інформаційна відкритість рейтингів туристичної привабливості дозволяє подолати асиметричність і асинхронність доступу до інформації і слугуватиме основою підвищення ефективності в управлінні туризмом на основі використання передового досвіду країн-лідерів туристичного бізнесу;

- по-четверте, методика є універсальною, оскільки застосовується незалежно від розмірів порівнюваних об'єктів. Серед обстежених країн такі, як Гонконг (6.980.412 осіб), Сингапур (4.553.009), Ірландія (4.109.086), Естонія (1.315.912), Катар (907.229), Кіпр (788.457), Люксембург (480.222), Мальта (401.880), Ісландія (301.931) та інші. У цих умовах з'являється можливість застосування методології ВЕФ не тільки для

порівняльного аналізу туристичної привабливості країн, але і для регіональних досліджень. Регіони України володіють різними туристичними активами, тому повинні орієнтуватися на різні туристичні сегменти, мати різне ринкове позиціонування і обирати відповідні моделі розвитку туризму;

— по-п'яте, єдність субіндексів туристичної привабливості представлена системою збалансованих показників, що обумовлює комплексний підхід до прогнозування, планування, організації, регулювання і контролю в управлінні суб'єктами туристичної діяльності.

Посилення туристичної привабливості України на світовому туристичному ринку дозволить не тільки створити позитивний економічний образ держави, а і стати важливим інструментом захисту її економічних інтересів і забезпечення конкурентоспроможності національного туристичного продукту.

Література:

1. World Trade Organization, WTO: developing, transition economies cushion trade slowdown. World trade 2007, prospects for 2008 режим доступу: // www.wto.org/english/news_e/pres08_e/pr520_e.htm#appendix_table5

2. European Travel Commission. Commission Europeenne du Tourisme. (ETC-CET) October 2007. режим доступу: // www.etc-corporate.org/resources/uploads/ETC_Factsheet_03_10_2008.pdf.

3. http://www.gart.org.ua/?lang=ua&page_id=2&news_type=1&element_id=14603

4. Туризм в Україні. Статистичний збірник [Текст]/ За ред. О.Г. Осауленка. — К.: Державний Комітет статистики України, 2008 р. — 221 с.

5. Бейдик О. О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України [Текст]/ О. О. Бейдик // дис... д-ра геогр. наук.- Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка, 2004. — 424 с.

6. Гранберг А. Г. Основы региональной экономики [Текст]: учебник. / А. Г. Гранберг. — Москва: ГУ ВШЭ, 2006. — 495 с.

7. Гринів Л.С. Теоретико-методологічні засади формування екологічно збалансованої економіки [Текст]/ Л.С. Гринів // дис. ... д-ра екон. наук. — Львівський національний ун-т ім. Івана Франка, 2002. — 375 с.

8. Гулич О. І. Методика формування стратегій сталого

соціально-економічного розвитку курортно-рекреаційних територій і туристичних центрів. [Текст]/ О. І. Гулич, Л.С.Гринів, Н. М. Герасимчук / НАН України. — Львів: Інститут регіональних досліджень. — 2007. — 52 с.

9. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму (Методологія формування. Механізм реалізації) [Текст]/ В.К.Євдокименко. — Чернівці: Прут, 1996. — 288 с.

10. Музиченко-Козловська О.В. Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону [Текст]/ О.В. Музиченко-Козловська // Регіональна економіка, 2006. — № 1. — С. 218—227.

11. Маршалова А. С. Основы теории регионально-воспроизводства [Текст]: Учебное пособие/ А. С. Маршалова, А. С. Новоселов. — М.: Экономика, 2007. — 192 с.

12. Стеченко Д.М. Управління регіональним розвитком [Текст]: Навч. посібник / Д.М. Стеченко. — К.: Вища школа, 2000. — 223 с.

13. Ткаченко Т.І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу [Текст]: Монографія / Т.І. Ткаченко. — К.: КНТЕУ, 2006. — 537 с.

14. Черчик Л.М. Оцінка рівня привабливості розвитку рекреаційного природокористування для регіонів України [Текст] / Л.М.Черчик. — Луцьк.: Видавничий центр ЛДТУ, 2006. — 120 с.

15. Ветлугин С.Ю. Международные рейтинги, влияющие на оценку инвестиционной привлекательности экономики. [Текст]/ С. Ю. Ветлугин // Проблемы современной экономики. — № 1(13) 2005 г. режим доступу: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=20679>

16. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. [Текст]: Пер. с англ. / М. Портер. — М.: Дело, 1994. — 896 с.

17. Henzler H. Shaping an International Investment Strategy. [Текст] / H.Henzler. — The McKinsey Quarterly, Spring 1981. — 54 p.

18. Рожков К. Л. Процесс глобализации и национальная экономика [Текст] / К. Л. Рожков // дис. экон. наук. — М. Дипломатическая академия МИД Российской Федерации., 2000. — 386 с.

19. <http://ru.wikipedia.org>.

20. <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/TravelandTourismReport/index.htm>

Стаття надійшла до редакції 28.07.2009 р.

ПЕРЕДПЛАТА

ВИДАННЯ МОЖНА ПЕРЕДПЛАТИТИ З БУДЬ-ЯКОГО МІСЯЦЯ!

— ЧЕРЕЗ РЕДАКЦІЮ (ТЕЛ. 458-10-73);

— ЧЕРЕЗ ДП "ПРЕСА"
(У КАТАЛОЗІ ВИДАНЬ УКРАЇНИ);

— ЧЕРЕЗ ПЕРЕДПЛАТНІ АГЕНТСТВА: "САММІТ", "ІДЕЯ", "БЛІЦ ІНФОРМ", "KSS", "МЕРКУРІЙ", "ПРЕСЦЕНТР", "ВСЕУКРАЇНСЬКА ПЕРЕДПЛАТНА АГЕНЦІЯ", "ФЛОРА", "ПЕРІОДИКА", "КОБЗАР", "ДІАДА", "ДОНБАС ДЕ-ЮРЕ", "ДІЛОВА ПРЕСА", "ФАКТОР"