

УДК 339.9:338.48 (477)

Юрченко О.Є.*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті показана динаміка туристських прибуттів по макрорегіонах світу в першому десятилітті ХХІ ст. Проаналізована конкурентоспроможність України на світовому туристському ринку. Проведена типологія регіонів країни за характером туристської діяльності. Визначені основні напрямки підвищення конкурентоспроможності України на світовому туристському ринку.

Ключові слова: глобалізація, конкурентоспроможність, світовий ринок туризму, туристські потоки, рейтинг, кластерний аналіз

В статті показана динаміка туристських прибуттів по макрорегіонах світу в першому десятилітті ХХІ ст. Проаналізована конкурентоспроможність України на світовому туристському ринку. Проведена типологія регіонів країни за характером туристської діяльності. Визначені основні напрямки підвищення конкурентоспроможності України на світовому туристському ринку.

Ключевые слова: глобализация, конкурентоспособность, мировой рынок туризма, туристские потоки, рейтинг, кластерный анализ

Dynamics of tourist arrivals by world macroregions in first decade of XXI century are shown in the article. Competitive ability of Ukraine at the world tourism market is analyzed. Typology of country regions by tourism activity type is carried out. The main areas of competitive ability improvement of Ukraine at the world tourism market are identified.

Key words: globalization, competitive ability, world tourism market, tourist flows, rating, cluster analysis.

Постановка проблеми. Глобалізація світової економіки є однією з найважливіших особливостей розвитку сучасного світу. Вона приводить до посилення взаємозалежності національних економік і різних процесів у світовому господарстві, інтернаціоналізації всіх аспектів господарської діяльності, інтенсифікації регіональної інтеграції, більшої відкритості економічних систем деяких держав. У ХХІ ст. триває поглиблення міжнародного поділу праці, багаторазово зростають обсяги, динаміка й значення зовнішньої торгівлі товарами й послугами, у т. ч. і міжнародного туризму.

Процеси глобалізації сприяли уніфікації державного регулювання туристської діяльності й контролю над туристськими ринками, зростанню ролі міжнародних туристських організацій, однаковості правил здійснення угод, стандартизації вимог до розвитку туристської інфраструктури, інвестиціям і функціонуванню платіжно-розрахункової системи.

Розвиток глобалізації привів до жорсткості конкуренції на світовому туристському ринку. Це пов'язане із глобальним характером операцій, формуванням туристських потоків між ту-

* аспірантка кафедри міжнародних економічних відносин Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Науковий керівник: проф. Циганов С. А.

ристськими макрорегіонами, широким застосуванням інформаційних технологій, створенням готельних ланцюгів, зовнішнім середовищем, що постійно зазнає змін, характеру й способів державного регулювання туризму. Жорсткість конкуренції між розвиненими країнами й країнами, що розвиваються, і їх лідерами в галузі туризму вже стало важливою рисою сучасного світового господарства. У цьому відношенні для того, щоб Україні зайняти гідну нішу на ринку туризму, необхідно вживати заходів з підвищення її конкурентоспроможності.

Актуальність дослідження випливає з ситуації, яка склалася на міжнародному туристському ринку, де спостерігається стійке зростання конкурентоспроможності невеликої групи країн, у той час як конкурентоспроможність України знижується. Тому розгляд проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності України на світовому туристському ринку, пошук шляхів її підвищення є актуальним і своєчасним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Закордонний досвід розвитку туризму в умовах глобальної конкуренції, менеджменту й маркетингу при створенні й розвитку національної туристської індустрії, концепції державного туристського брендінгу відбиті в працях наступних закордонних фахівців: Т. Браун, Д. Дірлав, Н. Кокерелл, С. Крейнер, Ф. Котлер, Дж. Леннон, К. Нордстрем, Й. Риддерстрале, Х. Сміт, Р. Флоріда й ін.

Питання формування туристського іміджу розглядалися в роботах О. Бабанчикової, О. Виноградової, О. Виханського, Т. Дробишевської, Г. Казачковської, Г. Уварової, С. Уліганець й ін.

Окремі аспекти конкурентоспроможності України на світовому туристському ринку розглядалися Г. Балабановим, Л. Гонтаржевською, О. Любіцевою, М. Мальською, В. Пестушко, Л. Побоченко, Н. Сажневою, Т. Ткаченко, В. Федорченко й ін. Однак туризм – підсистема світового господарства, що динамічно розвивається та вимагає постійного моніторингу.

Мета даної статті – аналіз конкурентоспроможності України на світовому туристському ринку й визначення основних напрямків її підвищення.

Виклад основного матеріалу. Одним із головних ознак сучасного туристського ринку є загострення конкурентної боротьби, що відбувається на різних рівнях: державному, галузевому, підприємницькому. Кожний нижчий рівень забезпечує конкурентоспроможність на вищому рівні [1, с. 361]. Однак в економічній літературі немає єдиного визначення поняття «конкурентоспроможність». За визначенням Організації Економічного Співробітництва й Розвитку, конкурентоспроможність націй – це «ступінь, у якому країна може за умови вільних і чесних ринкових відносин виробляти товари й послуги, здатні задовольняти вимоги міжнародних ринків, і одночасно підтримувати й підвищувати протягом тривалого часу реальні доходи свого населення» [2, с. 22]. Ю. В. Гончаров, Ю. О. Петін й О. М. Сальник конкурентоспроможність національної економіки визначають як «здатність країни реалізувати свої товари й послуги на внутрішньому й світових ринках згідно з міжнародними правилами торгівлі й стандартами, й тим самим створювати в державі умови для підвищення її соціально-економічному розвитку» [3, с. 107]. Але, як уважає Т. І. Ткаченко, більшість вчених, які досліджували сутність конкуренції, дійшли висновку, «що це об'єктивний економічний закон розвиненого товарного виробництва й обміну, та що основний зміст конкуренції полягає в боротьбі» [4, с. 229].

Стосовно до туризму конкурентоспроможність можна розглядати як здатність країни (регіону, підприємства) надавати туристські послуги більш високого рівня порівняно із закордонними пропозиціями, щоб перемогти в боротьбі за туриста на внутрішньому й зовнішньому туристських ринках завдяки оптимізації співвідношення «якість – сервіс – ціна» і ефективному використанню туристсько-рекреаційного потенціалу.

Суперництво на світовому туристському ринку підсилюється в 90-х рр. ХХ ст. і продовжується в ХХІ ст., у результаті чого відбувається перерозподіл туристських потоків між традиційними й новими туристськими напрямками.

У першому десятилітті ХХІ ст. до 2008 р. туристські прибуття продемонстрували стійке зростання у цілому по світу й у всіх його макрорегіонах (див. табл. 1). Але починаючи з осені 2008 р. спостерігається значне їхнє скорочення, яке продовжилося й в 2009 р. Це було обумовлено глобальною інфляцією, погіршенням матеріального становища й загальним негативним психоемоційним станом більшої частини населення, яке фактично є резонансним стосовно початку фінансово-економічної кризи.

Таблиця 1
Розподіл туристських прибуттів по регіонах світу й типам країн (млн. чол., %)

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	8-Лип	9-Сер	10-Вер
Світ	675	798	842	898	917	882	940	2.1	-3.8	6-Чер
Розвинені країни	417	453	476	497	495	474	498	-0.3	-4.3	5.1
Країни, що розвиваються	257	345	366	401	421	408	442	5.2	-3.2	8.3
Європа	385.6	439.4	461.6	482.9	485.2	461.3	476.5	0.5	-4.9	3.3
Америка	128.2	133.3	135.8	144	148	140.8	149.8	2.7	-4.9	6.5
АТР	104	145.5	156.2	171.9	173.8	171	192.7	1.1	-1.6	12.7
Південна Азія	6.1	8.1	9.8	10.1	10.3	9.9	11.1	3.8	-2.2	9.8
Африка	26.5	35.4	39.5	43.2	44.4	46	49.4	2.8	3.6	7.4
Близький Схід	24.1	36.3	39.3	45.6	55.2	52.9	60.3	21.2	-4.3	14

Джерело: [5].

Зменшення туристських прибуттів у світі спостерігалось як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються. Причому в першій групі країн спостерігалось більш істотне їхнє зниження (-4,3 %), ніж в другій (-3,2 %). Із усіх макрорегіонів тільки Африка мала приріст туристських прибуттів в 2008 і 2009 рр. А на Європу й Америку довелося максимальне скорочення припливу туристів (по -4,9 %).

З 2010 р. ситуація на світовому ринку туризму стала поліпшуватися. Обсяг в'їзного туризму в світі за 2010 р. виріс на 6,6 % і склав 940 млн. чол. Ріст потоку туристів відбувався майже у всіх регіонах, але найбільше він спостерігався в країнах, що розвиваються (на 8,3 % більше, ніж у 2009 р.) [5].

У географічній структурі туристських потоків частка туристів, що прибувають у Європу, поступово скорочується, а питома вага країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону помітно збільшується (див. рис. 1). Це результат економічного зростання й туристської привабливості таких країн, як Австралія, Гонконг, Індонезія, Південна Корея, Сінгапур, Таїланд.

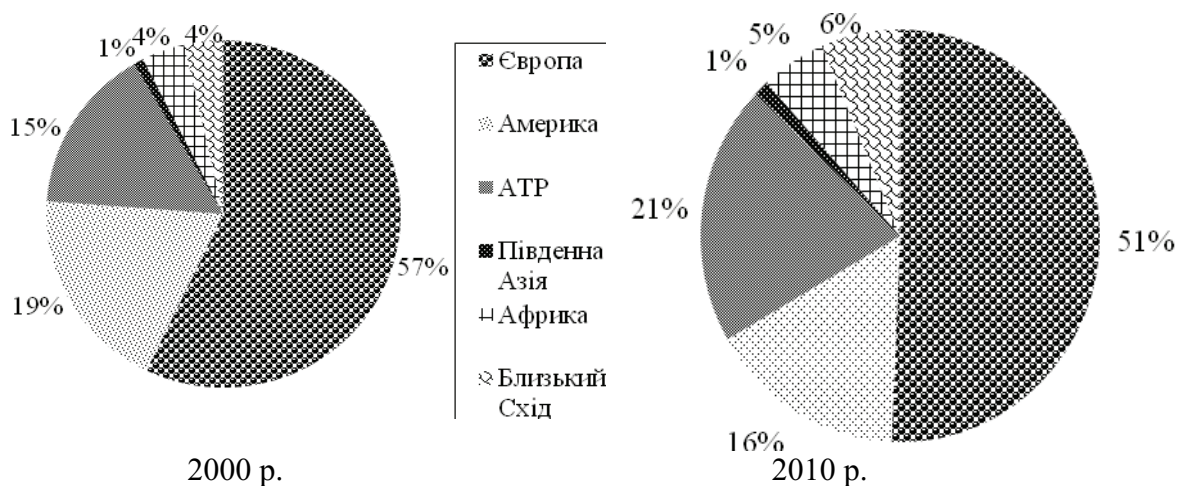


Рис. 1 Розподіл туристських прибуттів за регіонами світу в 2000 та 2010 рр.

Джерело: [5].

Африка, Близький Схід і Південна Азія у зв'язку з низьким рівнем їх економічного розвитку не можуть конкурувати з Європою, Північною Америкою й АТР ні за прибуттями іноземних гостей, ні за надходженнями від міжнародного туризму. Однак частка їх на світовому туристському ринку поступово збільшується, причому більш швидкими темпами просувається Близький Схід. Так, за 2000-2010 рр. частка Африки в загальній кількості туристських прибуттів світу збільшилася з 3,9 % в 2000 р. до 5,3 % в 2010 р.; відповідно частка Близького Сходу – з 3,6 % до 6,4 %, а частка Південної Азії – з 0,9 % до 1,1 % [5; 6].

Туристська сфера України в цілому розвивається відповідно до світових тенденцій, але з більшим розмахом варіації показників. В Україні до жовтня 2008 р. туристські послуги також користувалися зростаючим попитом серед іноземних відвідувачів. Фінансово-економічна криза позначилася на зменшенні потоку в'їзних туристів у країну, який протягом 2009 р. скоротився порівняно з 2008 р. на 18,3 %, що значно більше, ніж у світі в цілому і у Європейському туристському макрорегіоні. А вже в 2010 р. в Україні спостерігалось помітне зростання потоку в'їзного туризму (країну відвідали 21,1 млн. іноземних туристів, що на 381 тис. чоловік більше (або на 1,8 %), ніж в 2009 р). Однак темп приросту туристських прибуттів був нижче, ніж у цілому по Європі, де, у свою чергу, спостерігався суттєво менший приріст порівняно з іншими туристськими макрорегіонами (+3,3 %). Від візиту іноземних туристів в Україну був отриманий дохід приблизно в \$3,6 млрд. За доходами від міжнародного туризму в 2009-2010 рр. у світі Україна посіла 49-50 місця [7]. Це дає підстави стверджувати, що вітчизняний туризм, навіть при недостатньому розвитку є одним із пріоритетних джерел загальних валютних надходжень країни й важливим фактором розвитку економіки країни в цілому і її регіонів, особливо на рівні малого й середнього бізнесу.

Світовий досвід свідчить, що наявність факторів розвитку в'їзного туризму є важливою, але недостатньою умовою успішної конкуренції країни на світовому туристському ринку. Для цього ще потрібний стабільний зростаючий попит на послуги туристського ринку в країні. Це обумовлюється наявністю вимогливих споживачів, конкурентоспроможних постачальників і суміжників, сумлінним веденням конкуренції, стратегії підприємств, регіонів щодо їхнього розвитку й підвищення конкурентоспроможності. На міжнародному ринку конкурує не туризм у цілому, а окремі підприємства й регіони, від рівня конкурентоспроможності яких залежить конкурентоспроможність туристської галузі країни. Україна має великий експортний потенціал, але на світовому ринку конкурентоспроможними визнане менше 1% українських товарів і послуг [8].

Для визначення загальної конкурентоспроможності країн світу в сфері туризму застосовується спеціальна система оцінки, де враховується більше 70 різних факторів, об'єднаних в 14 основних груп. У європейському регіоні Всесвітній економічний форум в 2010 р. відвів Україні 38 місце з 42 країн Європи. У першу п'ятірку рейтингу тут увійшли традиційно привабливі для туристів країни: Швейцарія (перше місце), Німеччина (друге місце), далі йдуть Франція, Австрія й Швеція. Після України більш низьку конкурентоспроможність мають тільки Вірменія, Боснія й Герцеговина й Молдова. Укладачі рейтингу відзначають, що ці країни, враховуючи їх слабкий розвиток, «потребують значних інвестицій для модернізації інфраструктури, необхідної для підтримки сфери туризму й подорожей». Крім того, було зазначено, що в цілому європейський регіон відкритий для торгівлі й переміщення людей, але деякі країни відстають. До таких були віднесені Боснія й Герцеговина та Україна [9].

У рейтингу конкурентоспроможності країн світу в 2010 р. Україна посіла 85 місце в списку з 139 країн, опустившись на 8 позицій порівняно з 2009 р., коли оцінювалися 133 країни. Згідно з рейтингом Україна виявилася на одному рівні з Намібією (84) і Гватемалою (86) за туристською привабливістю [9]. Рейтинг конкурентоспроможності України в сфері туризму за окремими критеріями відбито в таблиці 2.

У 2010 р. порівняно з 2009 р. значно погіршилися позиції України щодо якості доріг, надійності роботи правоохоронних органів, ступеню й ефекту оподаткування, відношенню

місцевого населення до іноземців, якості навколишнього середовища, пріоритетності туризму для уряду.

Таблиця 2
Рейтинг конкурентоспроможності України в сфері туризму¹

Критерій	2009	2010
Туристична інфраструктура	55	53
Інфраструктура повітряного транспорту	94	93
Інфраструктура наземного транспорту	72	74
Якість доріг	120	136
Наявність кваліфікованих кадрів	85	63
Рівень безпеки	86	82
Візові вимоги	91	87
Надійність роботи правоохоронних органів	105	122
Ступінь і ефект оподаткування	126	136
Відношення місцевого населення до іноземців	119	127
Якість навколишнього середовища	123	133
Пріоритетність туризму для уряду	125	130

Таблиця складена за матеріалами: [9].

За даними показниками Україна ввійшла до групи останніх 10-20 країн рейтингу. Крім того, експерти поставили Україну на 118 місце щодо багатства людського, культурного й природного потенціалу країни. І тільки відносно високий бал Україна одержала за такими показниками як «здоров'я й гігієна» (17 місце) і «доступність ринків» (20 місце) [9].

Для підвищення конкурентоспроможності України на ринку туризму слід розробити заходи, які дозволили б поліпшити положення країни за показниками, відбитими у таблиці 2. Підготовка до Євро-2012 повинна значною мірою посилити позиції України на світовому туристському ринку. Велике значення при цьому надається розвитку інфраструктури. Так, у 2010 році строком на 10 років готельний бізнес одержав податкові пільги. Однак це лише частина проблем, які потрібно розв'язати для збільшення конкурентоспроможності. Для радикального поліпшення ситуації потрібні не тільки істотні інвестиційні вливання, але й, що особливо важливо, зміна менталітету.

Незважаючи на низьку оцінку експертами туристсько-рекреаційного потенціалу України, слід зазначити, що її унікальний комплекс історичних, культурних і природних пам'яток, значні рекреаційні можливості залучають усе більше й більше іноземних туристів. Великий інтерес у туристів викликають об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. На Україні на 2011 рік значаться 5 найменувань, що становить 0,4 % від загального числа (936). 4 об'єкта включені до списку за культурними критеріями (1 з них визнаний шедевром людського генія) і 1 об'єкт включений за природними критеріями.

Крім цього, на 2011 рік 14 об'єктів на території України перебувають у числі кандидатів на включення до списку Всесвітньої спадщини [10].

Авторитетний британський путівник The Lonely Planet визначив топ-10 країн світу, які слід відвідати в 2012 році. У рейтингу Україна посіла третє місце після Уганди й М'янми (Бірма), випередивши Йорданію й Данію. The Lonely Planet радить туристам ознайомитися з «великим невідомим місцем Європи» – Україною, де особливо виділяє Одесу, Київ, природу берегів кримського узбережжя. Туристам також радять обов'язково відвідати міста, які будуть приймати Євро-2012, і Чорнобиль [11].

¹ В 2010 р. оцінювалося 139 країн, в 2009 р. – 133 країни.

За відвідуваністю наша країна входить у топ-10 серед європейських держав. Рейтинг 10 провідних країн в'їзного туризму України за даними Адміністрації Держжордонслужби України подано в таблиці 3.

Таблиця 3
Рейтинг 10 провідних країн в'їзного туризму України (2010 р.)

Країна	Кількість чол.	Частка, %	2010/2009, %
Росія	7 881 321	37	13
Молдова	4 057 658	19	-6
Білорусь	3 056 157	14	2
Польща	2 085 245	10	-18
Угорщина	941 240	5	16
Румунія	909 553	4	-15
Словаччина	609 279	3	13
Німеччина	225 356	1	6
США	122 955	0,6	2
Узбекистан	104 719	0,4	9
Усього 10 країн	19 993 503	94	-

Таблиця складена за матеріалами: [12].

Найбільш привабливими регіонами України для іноземних туристів були в 2010 р.: АР Крим (36 % від загального потоку в'їзного туризму), Київ (27 %), Одеська область (21 %), Севастополь (11 %), Львівська область (6 %) [12]. Таким чином, спостерігається концентрація туристських прибуттів в обмеженій кількості регіонів країни. У багатьох регіонах туризм ще не одержав належного розвитку, незважаючи на наявність необхідних для цього природних, історико-культурних і трудових ресурсів. У цілому, туристсько-рекреаційний потенціал України ще недостатньо реалізований через нераціональне фінансування.

Для підсумкового аналізу регіональної диференціації туристичного потенціалу та туристичної діяльності України було використано кластерний аналіз за допомогою комп'ютерної програми «STATISTICA 6». Це дозволило побудувати кластерну схему регіональних відмінностей за багатьма факторами, які відображають основні показники туристичної діяльності України.

Кластерний аналіз дозволяє поєднувати змінні або об'єкти в кластери таким чином, щоб відмінності між об'єктами, що становлять один кластер, були б менше їх відмінностей від інших кластерів. У якості показників, за якими проводився аналіз були вибрані такі: кількість підприємств, що надавали послуги (од.), всього обслуговано туристів (чол.), всього обслуговано екскурсантів (чол.), обсяг наданих послуг (тис. грн.), платежі до бюджету (тис. грн.), середньооблікова кількість працівників турпідприємств (чол.), всього оздоровлено (чол.), кількість санаторно-курортних закладів (од.), середньооблікова кількість працівників санаторно-курортних закладів (чол.), кількість ліжко-днів (ліжко-дні), загальна місткість закладів (чол.), кількість історико-архітектурних пам'яток (од.), щільність сакральних споруд на 100 000 осіб (од.), природно-рекреаційний потенціал (в % від сумарного ПРП України), кількість готелів (од.), кількість номерів у готелях (од.), кількість об'єктів природно-заповідного фонду (од.).

Одержані дані свідчать, що в межах України виділяються кілька кластерних районів, які визначаються спільністю туристських характеристик. Найбільш повно відображає регіональні відмінності туристської діяльності України семікластерна система (див. табл. 4). Її можна взяти за основу при оцінці діяльності туризму України й вироблення кластерної політики з

метою підвищення якості соціально-економічного зростання в регіоні шляхом створення умов для посилення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, що утворюють регіональні кластери.

Таблиця 4
Склад туристських кластерів України

№	Склад туристських кластерів
Кластер 1	Херсонська, Запорізька області
Кластер 2	Львівська область
Кластер 3	Одеська, Донецька області
Кластер 4	Київська область
Кластер 5	Чернівецька, Чернігівська, Хмельницька, Сумська, Кіровоградська, Івано-Франківська, Черкаська, Тернопільська, Житомирська, Волинська, Рівненська, області
Кластер 6	Закарпатська, Дніпропетровська, Полтавська, Луганська, Харківська, Миколаївська, Вінницька області
Кластер 7	АР Крим

Джерело: [13].

Згідно з М. Портером, головною властивістю кластера є його конкурентоспроможність у національній і світовій економіці, тому туристський кластер повинен бути відкритий для світового ринку й виступати частиною світової економіки. Однак у регіонах України, незважаючи на наявність різноманітних туристсько-рекреаційних ресурсів, відсутні зрілі конкурентні туристсько-рекреаційні кластери. Використовуючи отриману систему кластерних районів, необхідно продумати стратегію їх розвитку, створити механізм керування соціально-економічним розвитком регіонів з обліком ресурсних, організаційних і фінансово-економічних складових і розвитком різних форм приватно-державного партнерства.

У майбутньому конкурувати малоефективним, локальним туристсько-рекреаційним комплексам дотаційних регіонів буде дуже складно. Враховуючи це треба розглядати кластерний підхід в окремих регіонах України в макрорегіональному контексті.

Кластерна форма організації туризму й рекреації спрямована на створення інноваційних за змістом, макрорегіональних за формою й локальних за місцем реалізації туристських і рекреаційних продуктів. Більш успішні кластери формуються там, де створюється новий конкурентоспроможний продукт, застосовуються інноваційні технології з наступним виходом на нові «ринкові ніші» [14].

Стратегічну конкурентоспроможність на світовому туристському ринку з урахуванням наявних ресурсів в Україні, на наш погляд, має розвиток лікувально-оздоровчого, культурно-пізнавального, паломницького, дитячого, спортивного, морського, круїзного і яхтового туризму. Дані види туризму можуть бути покладені в основу формування туристських кластерів.

Для успіху на туристському ринку в кожному кластері, його складових (регіон, туристський або курортний населений пункт) необхідно розробити системний бізнес-план з урахуванням мультиплікативного впливу туризму на інші галузі економіки. Такі плани сьогодні особливо важливі для розвитку міст, що приймають Євро-2012. За допомогою Німецького товариства технічного співробітництва почалася реалізація програми підтримки розвитку туристської економіки в Криму й Чернівецькій області. В Івано-Франківській області стартувала програма представництва ЄС, спрямована на формування стійкого туристського кластеру з акцентом на розвиток активних видів туризму [15].

Висновки. Незважаючи на глобальну фінансово-економічну кризу, туристська індустрія залишається однією із найбільш масштабних галузей світової економіки, тому на державному рівні багато країн намагаються підтримувати конкурентоспроможність власної туристської сфери. Україна на сучасному етапі помітно послабила свої позиції на світовому ринку туризму. Для підвищення конкурентоспроможності держави і її регіонів на світовому ринку необхідно більш чітко визначити пріоритети подальшого розвитку туризму, розробити комплексну програму з підвищення конкурентоспроможності країни на світовому туристському ринку з урахуванням оцінки конкурентоспроможності її складових. Шляхом підвищення конкурентоспроможності українських регіонів на зовнішньому ринку можна значною мірою посилити конкурентоспроможність країни в цілому. Формування туристських кластерів, проведення іміджевої політики, широке впровадження інновацій із залученням інвестицій дозволить ефективніше координувати функціонування різних галузей економіки, від яких залежить якісне надання туристських послуг. Це буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності України на світовому ринку туризму.

Список використаних джерел

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг / О.О. Любіцева – К.: Альтерпрес, 2003. – 436 с.
2. Богомолов О.Т. Анатомия глобальной экономики / О.Т. Богомолов. – М.: ИКЦ «Академкнига», 2003. – 216 с.
3. Гончаров Ю.В. Світ. Європа. Україна: Трансформація економіки та інтеграція / Ю.В. Гончаров, Ю.О. Петин О.М. Сальник. – К.: Знання України, 2007, – 504 с.
4. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Тетяна Іванівна Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2009. – 463 с.
5. Международный туризм сохраняет темпы роста, несмотря на вызовы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2011/mezhdunarodnyi-turizm-sokhranyaet-tempy-rosta-nesmotrya-na-vyzovy>.
6. Юрченко Е.Е. Конкурентоспособность Украины на мировом рынке туризма // Актуальні проблеми міжнародних економічних відносин. Матеріали VII науково-практичної конференції молодих вчених 17 березня 2012 р. – Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2012. – С. 318-322.
7. World Travel & Tourism Council [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wttc.org/eng/Home>.
8. Является ли украинская экономика конкурентоспособной и какие возможные пути повышения ее конкурентоспособности? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gromsyta.ucoz.ua/index/konkurentosposobnost/0-13>.
9. Туристическая привлекательность Украины оказалась на уровне с Намибией и Гватемалой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.veskr.com.ua/index.php/20110310660/Новости/Новости-в-Украине.
10. Всемирное наследие ЮНЕСКО (Украина) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://denkrap.blogspot.com/2011/09/blog-post_10.html.
11. Украина попала в топ-10 туристических стран мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrinform.ua/rus/order/?id=1104123>.
12. Державна служба туризму і курортів України [Електронний ресурс]. – Режим доступа: www.tourism.gov.ua.

13. Юрченко Е.Е. Дифференциация регионов Украины по характеру туристской деятельности // Организация территории: статика, динамика, управление. Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции / БГПУ им. М. Акмулы, УНЦ РАН, АН РБ. – Уфа: Изд-во БГПУ, 2009. – С. 177-180.
14. Кластерный подход к развитию туризма как фактор повышения конкурентоспособности региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strategplann.ru/stati-poeconomike/klasternyj-podhod-k-razvitiju-turizma-kak-faktor-povyshenija-konkurentosposobnosti-regiona.html>.
15. Национальный турпродукт: качественный, значит – конкурентный [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://guest-marketing.com/news/2109-nacionalnij-turprodukt-kachestvennyj-znachit-konkurentnij.html>.
16. Бабанчикова О.А. Проблема формирования положительного туристского имиджа региона и пути ее решения / О. А. Бабанчикова // Страноведение и регионоведение в решении проблем устойчивого развития в современном мире. – СПб: ВВМ, 2010. – С. 199-203.
17. Браун Т. Беседы с гуру: встречи с крупнейшими идеологами менеджмента / Т. Браун, С. Крейнер, Д. Дирлав, Х.Н. Родригес – М.: МедиаМир, 2006. – 224 с.
18. Гончаров Ю.В. Світ. Європа. Україна: Трансформація економіки та інтеграція / Ю.В. Гончаров, Ю.О. Петин О.М. Сальник. – К.: Знання України, 2007, – 504 с.
19. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – 12-е изд.,– СПб : Издательство «Питер», 2010. – 816 с.
20. Пестушко В.Ю. Проблемы статистичного обліку в'їзного туризму в Україні / В.Ю. Пестушко // Географія та туризм. – 2011. – Вип. 14 – С. 43-46.
21. Портер Майкл. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: Пер. с англ. / Майкл Е. Портер – М.: Альта Бизнес Букс, 2005. – 714 с.
22. Портер М. Конкуренция / М. Портер; Пер. с англ. – М.: Изд. «Вильямс», 2003. – 496 с.
23. Черчилль Г. Маркетинговые исследования / Г. Черчилль, Т. Браун. Пер с англ. – 5-е изд. // Под ред. Г.Л. Багиева. – СПб. : Питер, 2007. – 704 с.