ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР:
Васильєва Наталя Костянтинівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри інформаційних систем і технологій, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ЗАСТУПНИК ГОЛОВНОГО РЕДАКТОРА:
Вініченко Ігор Іванович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ЧЛЕНИ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:
Андрющенко Катерина Анатоліївна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки та підприємництва, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Безус Роман Миколайович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Гончаренко Оксана Володимирівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Катан Людмила Ігорівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Козловський Сергій Володимирович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки, Донецький національний університет імені Василя Стуса (м. Вінниця)
Кураташвілі Альфред Анзорович (Тбілісі, Грузія), доктор економічних, філософських і юридичних наук, професор в галузі суспільних наук, професор Грузинського технічного університету в області Публічного права (Факультет Права і Міжнародних відносин), науковий керівник Інституту Бізнесу і Права факультетів Права і Міжнародних відносин і Бізнестехнологій ГТУ, завідувач відділом економічної теорії Інституту економіки імені П.Гугушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі
Лозинський Дмитро Леонідович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і аудиту, Державний університет «Житомирська політехніка»
Павлова Галина Євгеніївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою, Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Самойленко Алла Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Сардак Сергій Едуардович, доктор економічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Пантєлєєва Наталія Миколаївна, доктор економічних наук, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи, Черкаський навчально-науковий інститут Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи»
Трусова Наталя Вікторівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Таврійського державного агротехнологічного університету, Таврійський державний агротехнологічний університет
Халатур Світлана Миколаївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Череп Олександр Григорович, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки, Запорізький національний університет
Чирва Ольга Григорівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Шабатура Тетяна Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії і економіки підприємства, Одеський державний аграрний університет

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ СЕКРЕТАР: **Кучеренко Г. Б.**

Передрукування дозволяється лише за згодою редакції. Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. Редакція не завжди поділяє позицію авторів публікацій. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Свідоцтво КВ № 23728-13568ПР від 27.12.2018 року
ISSN 2306-6792
Передплатний індекс: 21847
Засновники:
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, ТОВ "ДКС Центр"
Видавець:
ТОВ "ДКС Центр"
Адреса редакції:
04112, м. Київ, вул. Дорогожицька, 18, к. 29
Телефон: (044) 223-26-28, (044) 537-14-33
Телефон/факс: (044) 458-10-73
www.agrosvit.info
E-mail: economy_2008@ukr.net

АГРОСВІТ

Журнал засновано у січні 2001 року. Виходить 2 рази на місяць.

№ 2 січень 2020 р.

У НОМЕРІ:

Судомир С. М.
Методологія формування результативного управління розвитком соціально-економічних систем 3
Меліхова Т. О., Лєвтєрова Л. В.
Методичні підходи до проведення внутрішнього аудиту виробничих запасів на сільгосппідприємстві 10
Збарський В. К., Грибова Д. В.
Особливості еволюційного розвитку туристичної галузі 18
Горлачук В. В., Пироженко М. М.
Організаційно-правові аспекти вдосконалення земельних відносин у сучасних умовах 24
Макаренко А. П., Шама М. В.
Аудит основних засобів на підприємстві та напрями його вдосконалення 30
Бондар О. С., Трофимчук М. І.
Моделювання функціонування і розвитку соціально-економічного стану регіону з урахуванням екологічних факторів 38
Остропольська Є. В., Аширова Я. В., Черенкова В. Е., Гоптар Я. П.
Організаційно-правові аспекти функціонування системи оподаткування недержавного пенсійного забезпечення громадян України 49
Яременко Л. М.
Механізм формування фонду оплати праці та напрями його удосконалення 53
Рудік Н. М.
Економічний потенціал виробництва льону олійного в Україні 61
Киш Л. М.
Маркетинг аграрної продукції в умовах виходу на зовнішні ринки 69
Смирнова С. М., Смирнов В. М., Островерха В. О.
Наукові засади управління розвитком природно-заповідних територій 77
Шира Т. Б.
Формування та розвиток внутрішньогосподарського контролю в системі корпоративної безпеки підприємства 84
Галат Л. М.
Плодоовочева складова у формуванні продовольчої безпеки України 89

Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»). Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019 р.
Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292

ІНДЕКСАЦІЯ ВИДАННЯ В НАУКОМЕТРИЧНИХ БАЗАХ:
Index Copernicus (IC); SIS; Google Scholar.

Рекомендовано до друку
Вченою радою Дніпровського державного аграрно-економічного університету 30.01.2020 р.

Підписано до друку 30.01.20 р.
Формат 60x84 1/8, Ум. друк. арк. 11,7. Наклад — 1000 прим.
Папір крейдований, друк офсетний. Замовлення № 3001/1

© АгроСвіт, 2020

УДК 330.101

В. К. Збарський,
д. е. н., професор, Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID ID: 0000-0002-6114-8602
Д. В. Грибова,
к. е. н., доцент, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного
ORCID ID: 0000-0002-3270-2504

DOI: 10.32702/2306-6792.2020.2.18

ОСОБЛИВОСТІ ЕВОЛЮЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

V. Zbarsky,
Doctor of Economic Science, Professor, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
D. Gribova,
PhD in Economics, Associate Professor, Dmytro Motorniy Tavria state agrotechnological university

FEATURES OF THE EVOLUTIONARY DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

У статті проаналізовано особливості становлення туристичної галузі. Виділено основні фактори розвитку туризму на макро-, мезо- та макрорівнях. До них зокрема віднесено: загальний рівень добробуту населення, стабільність соціального клімату, рівень розвитку виробничої та соціальної інфраструктури, імідж туристичних закладів. Доведено необхідність дослідження специфіки виникнення туристичного бізнесу як напряму економічної діяльності. Обґрунтовано еволюційний характер розвитку туризму, висвітлено основні чинники, які обумовили перетворення на потужну індустрію. Проаналізовано процес формування системи інфраструктурного забезпечення як складової конкурентоспроможної діяльності суб'єктів туристичної галузі. Доведено роль міжнародних наднаціональних об'єднань у становленні сучасного туристичного бізнесу. Наголошується на необхідності розробки та реалізації виваженої національної стратегії розвитку туристичного бізнесу, однією із складових якої мають бути питання кадрового забезпечення.

The article analyzes the features of the tourism industry. The main factors of tourism development at macro, meso and macro levels are highlighted. These include, in particular, the general level of welfare of the population, the stability of the social climate, the level of development of industrial and social infrastructure, the image of tourist establishments. The necessity to study the specifics of the emergence of tourism business as a direction of economic activity has been proved. The evolutionary nature of tourism development is substantiated, the main factors that led to the transformation into a powerful industry are highlighted. The civilization prerequisites for becoming a tourist business are substantiated. The process of formation of the infrastructure support system as a component of competitive activity of the subjects of the tourism industry is analyzed. The role of international supranational associations in the development of modern tourism business has been proved. The evolutionary nature of the formation of transnational tourist associations has been substantiated. The importance of the International Union of Tourism Organizations and the World Tourism Organization as supranational integration structures has been determined. It is proved that the main goals of international tourist organizations are the following: promotion of international tourism, carrying out of information-research work, implementation of communication activities, optimization of legal support, technical assistance to tourist organizations. It is noted that the current stage of tourism business development is characterized by simultaneous globalization and intensive sectored diversification. In this aspect, the implementation of the state policy of promoting national tourism is of particular importance. One of the directions is the development of rural green tourism in its various directions. The

Передплатний індекс 21847

role of state institutions in ensuring the competitive development of the tourism industry is substantiated. Emphasis is placed on the need to develop and implement a well-considered national strategy for the development of the tourism business, one of which must be staffing.

Ключові слова: туризм, рекреаційна діяльність, еволюція, конкурентоспроможність, соціальний клімат.

Key words: tourism, recreational activity, evolution, competitiveness, social climate.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

За сучасних умов функціонування національної економіки питання забезпечення ефективного розвитку туристичної галузі набувають особливого значення. Глобалізація економічного простору, з одного боку, знімає перешкоди щодо вільного пересування населення планети, що позитивно впливає на стан та перспективи даного виду діяльності. Водночас слід відмітити зростання рівня вимог які пред'являються до юридичних та фізичних осіб, зайнятих в цьому бізнесі. Крім того, стан розвитку туристичної галузі є одним з елементів статусу країни, характеризує відкритість економіки, рівень соціальної стабільності тощо. Такі обставини обумовлюють актуальність дослідження форм та засобів забезпечення ефективного функціонування зазначеного напряму економічної діяльності.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Слід відзначити, що теоретичні та практичні аспекти розвитку туристичної галузі знайшли своє відображення в працях Л.В. Забуранної, В.А. Квартальнова, І.М. Поворознюка та ін. Водночас, на нашу думку, потребують подальшого вивчення особливості становлення туризму як складової соціально-економічного простору.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті — дослідження специфіки еволюційного розвитку туристичної галузі, враховуючи вплив глобальних та локальних соціально-економічних факторів.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Аналізуючи процес становлення та розвитку туристичної галузі, слід відмітити, що основними факторами, які визначали характер платоспроможного попиту, в конкретній історично-економічній епосі були спроможність людини до подорожі та ставлення до процесу оздоровлення. Також необхідно враховувати той факт, що туристична галузь не відноситься до числа пріоритетних, тому кількість клієнтів завжди залежатиме від загального рівня добробуту в країні, а також від чисельності осіб із середнім рівнем доходу.

Враховуючи зазначені обставини, нами виділяються такі фактори розвитку туризму.

1. Загальний рівень добробуту населення. Як відомо, туристичні послуги не відносяться до переліку першочергових потреб, що мають задовольняти індивід. Саме тому формування стійкого попиту на продукцію фірм цієї галузі є можливим за умов існування середнього класу, причому питома вага його представників по відношенню до малозабезпечених верств населення або осіб із надприбутками має переважати. Це є особливо важливим, враховуючи зростання значущості внутрішнього туризму, яка вже отримала характер глобального тренду.

2. Стабільність соціального клімату. Ефективне функціонування туристичного бізнесу є неможливим в умовах соціальних потрясінь або наявності суспільних конфліктів та расовому, політичному чи економічному підгрунті. Окрім того, одним з наслідків соціальної нестабільності в умовах сучасного глобального світу є прискорення еміграції підприємницько активної частини населення. Це також негативно впливає на рівень кадрового забезпечення усіх складових національної економіки та туристичної галузі зокрема.

3. Рівень розвитку виробничої та соціальної інфраструктури. Одна з особливостей цього сегменту вітчизняного економічного простору полягає у необхідності наявності цілої системи інфраструктурного забезпечення як запоруки свого ефективного функціонування. Переважна більшість туристичних закладів (го-

Передплатний індекс 21847

Таблиця 1. Еволюційний характер розвитку туристичної галузі

Період	Загальна характеристика	Рівень інфраструктурного забезпечення	Соціально-економічна ситуація	Особливості розвитку туристичної галузі
до 1841 р.	Галузь не сформована як окрема складова національної економіки, її елементи функціонують із мінімальною інтеграцією	Відсутність глобального економічного простору, логістична та інформаційна мережа в стадії становлення	Наявність майнової та сослівної диференціації, расова сегрегація в країнах Європи та США	Найбільш поширеними формами туристичної діяльності є паломництво та курортний відпочинок
1841–1914 рр.	Відбувається активний розвиток міжнародного туризму на базі туристичних центрів країн Європи	Формується система зв'язку, транспортних сполучень, створюються об'єкти спеціалізованої туристичної мережі	Формується середній клас, зберігається расова сегрегація в країнах Європи та США	
1914 – 1945 рр.	Військові дії протягом 1-2 світових війн			
1945 р. – наші дні	Туризм остаточно оформлюється як специфічна складова національної економіки, стає бюджетоформуючою галуззю. З'являються транснаціональні галузеві об'єднання	Починають формуватися усі складові інфраструктурного забезпечення (інформаційна, логістична тощо)	Сформовано середній клас як масовий споживач туристичних послуг, в розвинених країнах світу проводиться політика толерантності до усіх расових, релігійних та гендерних груп клієнтів	З'являються нові напрямки туристичного бізнесу, пов'язані із необхідністю забезпечення сталого розвитку економіки країни

Джерело: авторська розробка.

телі, пансіонати, музеї) неспроможна самостійно задовольняти весь комплекс потреб клієнтів, пов'язаний із утриманням, розміщенням, харчуванням та наданням інформаційно-розважальних послуг. У тому випадку, коли туристичний об'єкт (готель-клуб, готель-люкс тощо) здатен це зробити, то рівень цін за проживання стає неприйнятним для середнього відпочиваючого.

4. Імідж туристичних закладів. Важливою складовою для бізнес-структури, яка здійснює сталу підприємницьку діяльність, є набуття позитивної репутації серед клієнтів, партнерів, інших стейкхолдерів. Відносно до туристичної фірми, на нашу думку, доцільно розглядати трирівневу іміджеву піраміду: імідж країни, імідж регіону та імідж конкретної фірми. У першому випадку мова йде про загальне сприйняття конкретної держави закордонними клієнтами, очікуваний рівень сервісу та безпеки. Імідж регіону формується, виходячи передусім з унікальності та специфіки рекреаційного, природно-кліматичного та історико-культурного характеру. Імідж фірми обумовлюється сучасним станом, історією розвитку, а також характером ставлення до клієнтів.

Процес розвитку туристичного бізнесу відбувався поступово та був тісно пов'язаним із макроекономічними трансформаціями глобальної господарської системи. Виділяють такі етапи розвитку туристичної галузі в межах національної та світової економіки (табл. 1).

Слід відмітити, що життєдіяльність людини є тісно пов'язаною із рекреаційним аспектом туристичної діяльності вже із самим початком свого суспільного розвитку, виникненням племен, родів, державних утворень. Намагання подовжити свій фізично здоровий вік існування є цілком логічним для будь-якої особистості. В цьому аспекті людина завжди шукала методи та способи відновлення свого здоров'я, в ідеалі, уникаючи процесу старіння. Такий процес відбивається не тільки в народних епосах ("Сказання про Гільгамеша", давньогрецькі міфи тощо), а й в історичних документах. Для давньогрецької та давньоримської цивілізації більш характерним було намагання максимізувати рівень комфорту свого життя, наповнити його позитивними враженнями та відчуттями.

Також, як відомо, економічний розвиток даних державних утворень (особливо давньоримської держави) був тісно пов'язаним із використанням рабської праці, носії якої здобувалися в процесі військових експансій.

Невипадковим є той факт, що саме у Древньому Римі отримала свій розвиток одна з провідних форм сучасного внутрішнього туризму, а саме зелений туризм. Прототипом її були рабовласницькі вілли, які були спочатку садибами у сільській місцевості. В подальшому із розквитом цієї економічної моделі вілли перетворилися на комфортабельні будинки, які передбачали наявність садових або паркових насаджень і могли розміщуватися у курортній місцевості.

Також у цей період відбувалися формування підвалин напрямів туристичної діяльності, пов'язаних із подорожами на великі відстані, які передбачали ознайомлення із культурними, релігійними та іншими памятками та надбаннями світового цивілізаційного простору. Цей процес яскраво відбивається в працях Геродо-

Передплатний індекс 21847

та (греко-перські війни, опис побуту скіфів), Плінія Старшого (географія Європи, опис тварин та рослин) та інших мислителів античності. Невипадково, що одними з перших рекреаційних центрів античного світу стають місця паломництв (храми, оракули тощо), навколо яких формується відповідна інфраструктура.

Розвиток туристичної галузі в епоху Середньовіччя відбувався за умов дії системи факторів, вплив яких мав як позитивний, так і негативний характер. З одного боку відбувався процес внутрішньої колонізації Європи, активно освоювалися нові торгівельні маршрути (сухопутні та морські), інтенсивно розвивалася економіка, культура, наука. Разом із цим даний період в європейській історії відбуваються перманентні військові конфлікти глобального та локального характеру.

Ці фактори негативно впливали на рівень економічної стабільності, стан логістичної системи, добробут населення тощо. Це уповільнювало становлення середнього класу як економічної основи розвитку масового туризму. Також слід відмітити, що процес цивілізування населення Європи відбувався досить повільно, практика расової та релігійної сегрегації зберігалася в окремих країнах до початку XX ст. Невипадковим є той факт, що тільки в кінці XIX ст. туризм починає набувати рис самостійної галузі.

Новий етап розвитку цієї складової економічного простору прийнято ототожнювати із організацією Т. Куком практики комерційних туристичних перевезень. Підвалини цього процесу закладалися ще в кінці XVIIIст., коли у провідних європейських країнах (Англія, Франція) відбувається формування інфраструктурного забезпечення для економічного та соціального життя держави, створюється мережа залізних доріг, модернізується система річкового та морського судноплавства тощо. Це дало можливість вийти туристичній галузі на якісно новий рівень. По-перше, з'являється новий вид продукту — "тур", у межах якого відбувається процес міжгосподарської інтеграційної співпраці підприємницьких структур, що відносяться до різних галузевих напрямів (готелі, транспортні компанії, ресторани тощо). По-друге, активізації міжнародного туризму в цій формі призвела та створення наднаціональних галузевих утворень. Так, зокрема, у 1898 році в Люксембурзі було сформовано Міжнародну лігу туристичних асоціацій.

Період між Першою та Другою світовими війнами в силу негативного впливу на соціально-економічний устрій більшості країн Європи (які на той час були основою глобального господарського механізму) ми не можемо констатувати розвитку туризму загалом, хоча держави, що у меншій формі постраждали від військових конфліктів (США, Великобританія, нейтральні європейські держави тощо) все-таки продовжували удосконалення сфери послуг.

Більше того, саме у Великобританії у 40-х роках XX ст. було сформульовано концепцію суспільства загального благоденства, принципи якої були базовими для соціально-економічних відносин США та більшості країн повоєнної Європи. Також слід відзначити, що в цей період туристичний бізнес вже перетворюється в індустрію, елементи якої формують матеріально-технічну базу галузі, займаються кадровою підготовкою та загалом організовують процес виробництва і споживання туристичного продукту на базі використання історико-культурних, природно-кліматичних та інших цінностей суспільства.

Для сучасного етапу становлення туристичного бізнесу характерним є його остаточне виділення як самостійної специфічної складової сфери послуг. Поштовхом для цього стали процеси глобалізації, оптимізація процесу суспільного поділу праці, більш вільне переміщення ресурсів між країнами світу, а також підвищення загального рівня доходів населення і формування середнього класу як основного соціального прошарку соціально-економічної системи держави.

Важливу роль у сучасному розвитку туристичної галузі відіграють наднаціональні об'єднання, що створюються як на базі підприємницьких структур, так і под егідою міжнародних міждержавних організацій. Так, зокрема у 1947 році на базі розрізнених туристичних організацій було створено Міжнародний союз офіційних туристичних організацій.

Його цілями заявлено такі:

— сприяти міжнародному туризму з метою розвитку туристської економіки країн — членів і зміцнення дружніх соціальних і культурних зв'язків;

— боротися проти будь-яких перешкод вільному міжнародному пересуванню людей;

— займатися збором і наступним поширенням технічної інформації по всіх питань туризму; проводити дослідницьку роботу в галузі туризму;

— координувати туристичну діяльність у регіональному й міжрегіональному масштабі;

— розробляти рекомендації з питань ослаблення формальностей, вдосконалення засобів

Передплатний індекс 21847

розміщення, реклами, туристського законодавства і фінансування туризму;

— надавати допомогу у питаннях професійного навчання персоналу туристських підприємств;

— надавати технічну допомогу різним організаціям, які займаються питаннями двостороннього або багатостороннього технічного співробітництва;

— заохочувати будь-яку ініціативу, сприяє зростанню ролі туризму в економічній, соціальній і культурній життя, його значення для країн, що розвиваються, для справи миру;

— співпрацювати з ООН і іншими міжнародними організаціями, також зацікавленими у розвитку міжнародного туризму [7].

У подальшому на базі даної організації у 1975 році було створено Всесвітню туристичну організацію (ВТО, а з 2003 р. — ЮНВТО). Згідно зі статутом, її основною метою є сприяння розвитку туризму для внесення внеску в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, мир, процвітання, загальну повагу і дотримування прав людини і основних свобод для всіх незалежно від раси, статі, мови і релігії.

Згідно з рекомендаціями ВТО, національні туристські організації виконують такі функції:

— представляють урядові інтереси у міжнародному масштабі;

— укладають двохсторонні і багатосторонні договори з метою збільшення туристських потоків між країнами учасниками;

— організовують спільні маркетингові дослідження туристського ринку;

— знаходять шляхи оптимізації туристських національних ресурсів;

— залучаються до технічного і фінансового співробітництва;

— забезпечують взаємне спрощення митного контролю;

— поліцейське і грошове регулювання;

— підтримка технологічних контрактів (наприклад, у готелях і місцях зимового спорту);

— організовують туристські послуги в національному і міжнародному масштабах;

— планування і розвиток туризму;

— регулювання і контроль підприємств, включених до туризму (регулювання і правове забезпечення готельного господарства, класифікація готелів і ресторанів, інспекція і вивчення ліцензій на право діяльності);

— публікація статистики, оглядів, результатів досліджень ринку (вивчення вражень, аналіз поведінки споживачів);

— збут туристських продуктів в інші країни (створення туристських агентств за кордоном для забезпечення інформацією і збутом, публікація брошур, листівок, путівників і спеціальної туристської інформації);

— просування іноземних туристських центрів (компанії в пресі, на радіо, телебаченні);

— діяльність по полегшенню, уніфікації і усуненню митного і прикордонного контролю;

— створення структур по прийому гостей і забезпечення туристською інформацією (спеціальні поліцейські інструкції для допомоги гостям складені в 19 країнах);

— забезпечення професійної підготовки в туризмі (курси, семінари, навчальні програми);

— захист і збереження туристських ресурсів і ексклюзивної спадщини країни (монументів, історичних місць), компанії по захисту культури та мистецтва;

— охорона оточуючого середовища (проведення компанії по охороні природи, парків відпочинку, природних ресурсів) [12].

Таким чином, ми бачимо, що сучасний етап розвитку туристичного бізнесу характеризується одночасною глобалізацією та інтенсивною галузевою диверсифікацією. В цьому аспекті набуває особливої значущості реалізація державної політики сприяння національному туризму, в т.ч. за рахунок розвитку сільського зеленого туризму в його різних напрямах. Надзвичайно важливим є вирішення питання кадрового забезпечення для різних сфер туристично-рекреаційної діяльності (готельно-ресторанна справа, курортний бізнес, екскурсійно-анімаційна діяльність тощо).

ВИСНОВКИ

У статті проаналізовано особливості становлення туристичної галузі. Виділено основні фактори розвитку туризму на макро-, мезо- та макрорівнях. До них зокрема віднесено: загальний рівень добробуту населення, стабільність соціального клімату, рівень розвитку виробничої та соціальної інфраструктури, імідж туристичних закладів. Доведено необхідність дослідження специфіки виникнення туристичного бізнесу як напряму економічної діяльності. Обгрунтовано еволюційний характер розвитку туризму, висвітлено основні чинники, які обумовили перетворення на потужну індустрію.

Проаналізовано процес формування системи інфраструктурного забезпечення як складової конкурентоспроможної діяльності суб'єктів туристичної галузі. Доведено роль міжнародних наднаціональних об'єднань у становленні сучасного туристичного бізнесу. Обгрунтовано еволюційний характер становлення транснаціональних туристичних об'єднань.

Передплатний індекс 21847

Визначено значення Міжнародного союзу туристичних організацій та Всесвітньої туристичної організації як наднаціональних інтеграційних структур. Обгрунтовано роль державних інститутів у забезпечення конкурентоспроможного розвитку туристичної галузі. Наголошується на необхідності розробки та реалізації виваженої національної стратегії розвитку туристичного бізнесу, однією із складових якої мають бути питання кадрового забезпечення.

Література:

1. Вернадский В.И. Биосфера и ноосфера. М. Айрис-пресс. 2004. 576 с.

2. Даниленко-Кульчицька В.А. Особливості міжнародних туристичних заходів. Сталий розвиток економіки. 2014. № 1 (23). С. 207—212.

3. Забуранна Л.В. Зарубіжний досвід розвитку сільського зеленого туризму. Економіка АПК. 2011. № 6. С. 178—183.

4. Забуранна Л.В. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільський територій. Економіка АПК. 2010. № 8. С. 100—106.

5. Квартальнов В.А. Туризм. Учебник. М.: Финансы и статистика. 2002. 320 с.

6. Кузик С.П. Географія туризму: навч. посібник. Київ. Знання. 2011. 271 с

7. Міжнародний союз офіційних туристських організацій. URL http://infotour.in.ua/msoto.htm (дата звернення 11.12.2019).

8. Поворознюк І.М. Перспективи розвитку європейського ринку туристичних послуг. Інвестиції, практика та досвід. 2015. № 2. С. 27—30.

9. Чучка І.М., Братюк В.П. Досвід зарубіжних країн у контексті формування державної політики розвитку туризму. Економіка України. 2014. № 9 (634). С. 83—94.

10. Шилепницький П.І., Михайлина Д.Г. Державна пріоритетність туризму як ключова детермінанта його глобальної конкурентоспроможності Науковий вісник Чернівецького університету. 2015. Вип. 750. Економіка. С. 15—19.

11. Юрченко Ю.Ю. Механізм адаптації закордонного досвіду туристичної діяльності в економіку України Економіка та держава 2016. №12. С. 13—18.

12. World Tourism Organization. URL https://www.unwto.org (дата звернення 15.12.2019).

References:

1. Vernadsky, V.I. (2004), Biosfera i noosfera [Biosphere and noosphere], Ajris-press, Moscow, Russia.

2. Zaburanna, L.V. (2010), "Rural agricultural tourism as a factor in the development of rural territories", APK economy, vol. 8, pp. 100—106.

3. Danylenko-Kul'chyts'ka, V.A. (2014), "Foreign experience in the development of rural green tourism", Sustainable economic development, vol. 1 (23), pp. 207—212.

4. Zaburanna, L.V. (2011), "Foreign experience in the development of rural green tourism", APK economy, vol. 6, pp. 178—183.

5. Kvartal'nov, V.A. (2002) Turizm [Tourism], Finansy i statistika, Moscow, Russia.

6. Kuzyk, S. P. (2011) Heohrafiya turyzmu [Geography of tourism], Znannia, Kyiv, Ukraine.

7. International Union of Official Tourist Organizations (2019), available at: http://infotour.in.ua/msoto.htm (accessed 11 December 2019).

8. Povoroznyuk, I.M. (2015), "Prospects for development of the European tourist services market", Investment, practice and experience, vol. 2, pp. 27—30.

9. Chuchka, I.M. and Bratyuk, V.P. (2014), "Experience of foreign countries in the context of formation of state tourism development policy", Ukraine economy, vol. 9 (634), pp. 83—94.

10. Shylepnyts'kyy, P.I. and Mykhaylyna, D.H. (2015), "State priority of tourism as a key determinant of its global competitiveness", Scientific Bulletin of Chernivtsi University. Economics, vol. 750, pp. 15—19.

11. Yurchenko, Yu.Yu. (2016), "The mechanism of adaptation of foreign experience of tourist activity in the economy of Ukraine", Economy and State, vol. 12, pp. 13—18.

12. World Tourism Organization (2019), available at: https://www.unwto.org (accessed 15 December 2019).

Стаття надійшла до редакції 06.01.2020 р.

www. dy.nayka.com.ua

Електронне фахове видання

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ

удосконалення та розвиток

Виходить 12 разів на рік

включено до переліку наукових фахових видань України з питань ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ (Категорія «Б»)

Наказ Міністерства освіти і науки України від 28.12.2019 №1643

e-mail: economy_2008@ukr.net
тел.: (044) 223-26-28
(044) 458-10-73

Передплатний індекс 21847