

## РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

### КОМПОНЕНТИ ТА ФАКТОРИ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ

### COMPONENTS AND FACTORS TOURIST ATTRACTIVENESS UKRAINE IN THE CONTEXT THE WORLD EXPERIENCE

У статті розглянуто особливості компонентів та факторів туристичної привабливості в Україні та світі. Розкрито сутність понять «туризм», «туристична привабливість», «компоненти туристичної привабливості». Досліджено діяльність галузі та її компоненти як однієї з найпотужніших галузей. Туризм розглядається як можливість пізнання світу для населення інших країн або міст. Туристична діяльність країни розглядається як одна з можливих сторін становлення країни на рівень вище у світі. Туристична привабливість являє собою виділення чогось для зацікавлення людей. Для виявлення слабких та сильних сторін України використовується SWOT-аналіз, зроблений висновок, що країни має значні потенційні можливості розвитку туризму в контексті різноманітних напрямів. Розроблено можливості впливу компонентів та факторів на основі розвитку країн світу, їх стратегії, які складаються з маркетингових, інноваційних, інвестиційних та фінансових складників. Наведено перелік туристичних компаній, таких як TEZ Tour, Pegas, TUI, Coral Travel, які є лідерами туристичного ринку України.

**Ключові слова:** туризм, світовий туризм, туристична привабливість, туристичні ресурси, туристична інфраструктура.

В статье рассмотрены особенности компонентов и факторов туристической

привлекательности в Украине и мире. Раскрыта сущность понятий «туризм», «туристическая привлекательность», «компоненты туристической привлекательности». Исследована деятельность отрасли и ее компоненты, как одной из самых мощных отраслей. Туризм рассматривается как возможность познания мира для населения других стран или городов. Туристическая деятельность страны рассматривается как одна из возможных сторон становления страны на уровень выше в мире. Туристическая привлекательность представляет собой выделение чего-то для интереса людей. Для выявления слабых и сильных сторон Украины использовался SWOT-анализ, сделан вывод, что страна имеет значительные потенциальные возможности развития туризма в контексте различных направлений. Разработаны возможности влияния компонентов и факторов на основе развития стран мира, их стратегии, которые состоят из маркетинговых, инновационных, инвестиционных и финансовых составляющих. Приведен перечень туристических компаний, таких как TEZ Tour, Pegas, TUI, Coral Travel, которые являются лидерами туристического рынка Украины.

**Ключевые слова:** туризм, мировой туризм, туристическая привлекательность, туристические ресурсы, туристическая инфраструктура.

УДК 338.48

**Венгерська Н.С.**

к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів і економіки міжнародного туризму Запорізький національний університет  
**Бурлакова К.В.**

студентка Запорізький національний університет

*The article deals with the features the components and factors tourist attraction in Ukraine and in the world. The essence the concepts «tourism», «tourist attraction», «components tourist attractiveness» is revealed. The activity the branch and its components are considered, as one the most powerful branches. Tourism in modern conditions is one the most dynamic and highly pritable branches the economy, providing an inflow investments, new jobs, strengthening the position small and medium businesses. In this case, tourism also performs social functions, such as creating conditions for the realization the needs the individual in rest, involvement in cultural and historical values. The sector the world economy is dynamically developing, it has a stimulating effect on its key sectors: transport, communications, construction, consumer goods production, agriculture, and others. The tourist activity the country is considered as one the possible sides the country's formation at a higher level in the world. Tourist attraction is the allocation something for the interest people, the main types which are: natural phenomena, type's services, events (festivals, conferences and strikes), architectural structures. The tourist attractiveness the territory (country) is formed primarily in the presence certain natural or historical and cultural resources. The components tourism attractiveness are: innovations, infrastructure, investments, state regulation, social and environmental aspects, scientific and technical factors, tourism policy, international trade in goods and services. To identify the weak and strong sides Ukraine, SWOT-analysis was used and the conclusion was drawn that countries have significant potential opportunities for tourism development in the context diverse areas. The possibilities influence components and factors on the basis development countries the world, their strategies, which consist marketing, innovation, investment and financial components, are developed. The list travel companies such as TEZ Tour, Pegas, TUI, Coral Travel, which are the leaders the tourist market Ukraine, is presented.*

**Key words:** tourism, world tourism, tourist attractiveness, tourist resources, tourist infrastructure.

**Постановка проблеми.** Туризм у сучасних умовах є однією з найбільш динамічних і високорібуткових галузей економіки, забезпечуючи приплив інвестицій, нові робочі місця, зміцнення позицій малого та середнього бізнесу. При цьому туризм виконує і соціальні функції, такі як створення умов для реалізації потреб особистості

у відпочинку, залучення до культурно-історичних цінностей, пізнання історії, релігії, традицій. Динамічно розвивається сектор світової економіки, що надає стимулюючу дію на її ключові галузі: транспорт, зв'язок, будівництво, виробництво товарів народного споживання, сільське господарство та інші. Туристична привабливість

території (країни) формується насамперед за наявності певних природних або історико-культурних ресурсів.

Туристична привабливість часто непостійна і може змінюватися залежно від багатьох факторів, тому її дослідження є актуальним.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питання теоретичного характеру, аналіз понятійного апарату з проблем розвитку сфери туризму знайшли своє відображення в роботах таких учених, як А.Ю. Александрова [1], М.Б. Біржаков [2], А.В. Величина [3], І.В. Зорін, В.А. Квартальнов [4], А.І. Шишкін [5], Х. Годфрі [6], Б. Деллаерт, Т. Аренце, О. Хорен [7], Х. Хільман, Н. Каліппен [8], М. Ландауер, В. Хайдер, У. Пребстл-Хайдер [9]. Аналіз регіональних аспектів розвитку туризму, особливостей туристичної діяльності проводили С.В. Дусенко [10], А.С. Кусков [11] та ін. Однак у зазначених роботах приділено не досить уваги аналізу діяльності суб'єкта управління процесами розвитку туризму. В останні роки з'явилася значна кількість робіт, які досліджують туристичну привабливість територій, фактори її формування [12-14].

**Постановка завдання.** Метою статті є визначення факторів та компонентів у туристичній привабливості та розроблення рекомендацій щодо підвищення туристичної привабливості в контексті світового рівня.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Для детального вивчення факторів та компонентів туристичної привабливості необхідним є з'ясування певних понять, а саме понять «туризм», «туристична привабливість», «компоненти туристичної привабливості».

Туризм можна розглядати в широкому та вузькому значенні. У широкому розумінні це подорож, яка охоплює територію країни або декількох країн та різні види туризму, в якому бере участь турист, незалежно він часу та маршруту.

У вузькому значенні туризм – це спеціально організовані маршрути з переміщенням громадян, які здійснюються за їхній рахунок, окрім переміщень, пов'язаних із виконанням професійних обов'язків. Фактично організацією туризму у вузькому значенні займаються спеціальні організації, які загалом називаються суб'єктами туристичної діяльності [15].

Американський дослідник Джафар Джафарі [16] вважає, що туризм – це вивчення людини, що знаходиться за межами території її постійного проживання, індустрії, що задовольняє її потреби, і впливів, які і людина, й індустрія надають на соціокультурне, економічне і фізичне середовище. Елістер Метісон і Джеффри Уолл [17] дають концептуальне визначення туризму, що поєднує ідеї мобільності, діяльності туристів та їх забезпечення індустрією. Туризм – це тим-

часове переміщення людей в дестинації за межами місць їхньої звичайної трудової зайнятості та проживання, діяльність, якою вони займаються під час свого перебування в дестинації, та об'єкти інфраструктури, створені для задоволення їхніх потреб.

Одним із важливих факторів туризму є розвиток цієї галузі, тобто туристична привабливість туризму та тієї території яка зацікавила споживача.

Туристична привабливість – це «перлина» країни або міста, в якій хоче знаходитися турист. З економічної позиції туристичну привабливість краще поділити на декілька компонентів.

Компонентами туристичної привабливості України вважаються:

1. Туристичні ресурси як специфічні властивості природного середовища, що поєднує людську діяльність, природні, соціально-культурні та історичні явища або об'єкти, які мають привабливість для туристів. У світі дуже мало місць, які б не приваблювали споживача. До туристичних ресурсів входить інвестиційне забезпечення.

Інвестиційне забезпечення – це матеріальний внесок у розвиток туристичної привабливості.

2. Також до компонентів туристичної привабливості належить туристична інфраструктура. Туристична інфраструктура – це сукупність штучно створених рекреаційних місць та супутних об'єктів, побудованих для загального користування за рахунок державного або приватного інвестування (автомобільні та залізничні дороги (шляхи), пункти пропуску, аеропорти, лікарні, школи тощо).

Послуги інфраструктури пов'язують різні сектори туристичної галузі, включаючи кінцевого споживача, та визначені процесом становлення індустріального, а згодом – постіндустріального суспільства, адже таке суспільство не може обходитися без них.

Також у туристичну інфраструктуру входить інформаційне забезпечення. Суть у тому, що для того, щоб туристична інфраструктура мала попит, споживачам потрібно володіти інформацією про ці місця, об'єкти [18].

Крім того, впливає попит на туристичні послуги, сезонність, поява конкуруючих підприємств в інших регіонах (відмінність застосування стратегій), наявність кваліфікованого персоналу. На основі аналізу літературних джерел [19; 20] узагальнено та охарактеризовано основні фактори, що характеризують туристичну привабливість регіонів України:

- екологічний: загальний екологічний стан, що склався у регіоні та характеризується такими показниками, як наявність природних ресурсів, екологічний складник та кліматичні умови, ризики катастроф тощо.

Український екологічний стан має позитивні показники, такі як температура повітря, вихід до моря, багато озер та прісні води, ліси та природні території, землеробство та енергоспоживання. Негативні наслідки: викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря, забір прісних вод, якість питної води, забруднені стічні води, кінцеве енергоспоживання тощо;

- політичний: показники, що містять у собі інформацію щодо правого регулювання розвитку туристичної діяльності в країні. Нині Україна посідає перше місце серед країн Європи та десяте серед небезпечних країн;

- економічний: показники, що відображають рівень інфляції, безробіття, прибутки та ціни на туристичні товари і послуги тощо.

Базовий індекс інфляції в Україні в жовтні 2018 році становить 101,3%, згідно із щойно оприлюдненими статистичними даними, у I кварталі 2018 року в Україні рівень безробіття серед економічного активного населення становив 9,7%, або знизився на 0,4 відсоткових пункти порівняно з I кварталом минулого року [21];

- інфраструктура: показник, що свідчить про стан автошляхів і зв'язку, готельних комплексів, закладів харчування та проведення дозвілля, комунікаційних технологій, транспорту. На жаль, в Україні практично не застосовуються такі новітні технології, такі як електронні інформаційні довідники про готелі, транспортні шляхи, які включають в себе вартість послуг туристичних фірм та іншу корисну для пересічного туриста інформацію. Стан автошляхів в Україні в 2018 році став на 13% кращим, ніж в 2017 році [22];

- соціальний: показники, що характеризують демографічний стан у регіоні та країні (рівень природного приросту, наявність субкультур у регіоні та країні загалом, кількість безробітного населення працездатного та непрацездатного віку).

Чисельність населення України за 10 місяців 2017 року зменшилася з початку року на 166,3 тис. осіб і на 1 листопада становила 42 млн.

418 тис. чоловік, як повідомила Державна служба статистики України. Рівень безробіття в Україні поступово знижується і за підсумками першого кварталу становив 9,7% проти 9,9% кварталом раніше. Про це свідчать дані Державної служби статистики, зібрані та проаналізовані за методологією Міжнародної організації праці [23];

- культурний: кількість загальноосвітніх навчальних закладів, ВНЗ, книжковий фонд бібліотек, кількість місць для глядачів у залах демонстрування фільмів, кількість місць у клубних закладах.

Всього, згідно з аналітичними матеріалами, в Україні є близько 130 тис об'єктів культурної спадщини, які знаходяться на державному обліку. З них тільки 7% (9562 пам'ятники) внесено до реєстрів.

Туристична привабливість змінюється залежно від багатьох факторів, які впливають на привабливість туристичної території. Саме до них відносять наявність сучасної матеріально-технічної бази, зокрема новітніх готельних комплексів, спеціалізованих установ з відповідним асортиментом послуг, які вони пропонують, та інше.

Сучасне конкурентне середовище туризму характеризується зниженням цін на авіаквитки та появою нових гравців на ринку, що зумовлює розроблення нових та стійких стратегій.

Основними чинниками нових стратегій розвитку є використання цифрових технологій та розроблення механізму чіткого позиціонування на ринку [24]. Зокрема, такі туристичні компанії, як TEZ Tour, Pegas, TUI, Coral Travel, є лідерами туристичного ринку України. Але рівень конкурентоспроможності цих компаній порівняно з іншими країнами дуже низький.

Однак є низка соціально-економічних аспектів, що визначають привабливість (імідж) країни на міжнародній арені. Так, за підсумками 2017 року Україна потрапила до списку найбільш небезпечних країн світу [25].

Таблиця 1

**Рейтинг туристичних компаній на ринку в Україні**

ТУРОПЕРАТОР	TEZ Tour	Pegas Touristik	TUI	Coral Travel	GTO	ALF	Anex tour	TPG	Join UP!	Середнє
Дотримання заявленої польотної програми	4,67	4,54	4,35	4,40	4,32	4,17	3,91	3,29	1,77	3,93
Переноси та затримання рейсів	4,40	4,25	4,04	4,04	3,99	4,05	3,30	2,87	1,46	3,60
Частота проблем у заброньованих готелях	4,73	4,72	4,33	4,58	4,52	4,32	4,61	3,16	2,93	4,21
Оцінка роботи гідів	4,49	4,34	4,22	4,11	4,00	3,98	3,24	3,28	2,83	3,83
Підтвердження замовлення	4,32	4,27	4,13	4,07	3,85	3,59	4,23	3,25	3,11	3,87
Гарантія оцінки у ранньому бронюванні	3,94	3,74	3,88	3,68	3,70	3,41	3,67	3,32	3,72	3,67
Лояльність у вирішенні спірних питань	4,31	4,13	3,86	3,76	3,88	3,90	3,30	3,1	2,93	3,69
Підсумок	4,41	4,28	4,11	4,09	4,04	3,92	3,75	3,18	2,68	3,83

Джерело: [24]

Наявність факторів зумовлює необхідність можливості оцінювання туристичної привабливості відповідних територій для виявлення найперспективніших напрямів розвитку туристичної сфери, що дасть змогу сформувати у майбутньому ефективну стратегію розвитку туризму в регіонах, підтримуючи та стимулюючи на державному рівні. У табл. 2 наведені фактори туристичної привабливості та країни, які задовольняють ці фактори [8].

Аналізуючи фактори інших країн, варто визначити напрям впливу, що може як негативно, так і позитивно відобразитися на розвитку туристичної привабливості України, тому для більш точного висновку про туристичну привабливість України визначимо сильні та слабкі сторони завдяки SWOT-аналізу (табл. 3).

**Висновки з проведеного дослідження.** У дослідженні розкрито значення поняття

«туризм», компоненти туристичної привабливості, фактори та приклади факторів туристичної привабливості в Україні.

На основі SWOT-аналізу можемо дійти висновку, що Україна має багатий природно-рекреаційний потенціал і історико-культурні ресурси, має всі можливості стати туристичною країною світового рівня, де індустрія туризму становитиме значну частку бюджетних надходжень.

Для формування стратегії розвитку туристичних регіонів необхідно сконцентруватися на розробленні таких пунктів, як: збереження туристичних ресурсів; вдосконалення нормативно-правової бази; створення економічних умов для стимулювання розвитку туризму; надання пільг для організації туристичної роботи; залучення інвестицій в розвиток туристичної індустрії; сприяння розвитку конкуренції; забезпечення безпеки туристів; участь у міжнародних програмах розвитку туризму.

Таблиця 2

**Фактори туристичної привабливості країн світу**

Фактор зростання привабливості	Країна
Висока концентрація історичних і культурних цінностей	Франція, Англія, Швеція, Німеччина, Фінляндія, Україна
Вигідна система оподаткування; сучасна банківська мережа; добре налагоджена структура телекомунікацій	Швеція, Кіпр,
Збільшення прочанського туризму; широкий спектр оздоровчих центрів; морські тури; наявність молодіжних таборів; розширення ділових зв'язків	Ізраїль, Канада,
Екзотична природа і культура; політична стабільність; головний напрямок «пляжного» відпочинку взимку; низькі ціни на електроніку та побутову техніку високої якості; високий рівень сервісу; спрощена система візового режиму	ОАЕ, Туреччина, Домініканська республіка, Кіпр,
Широкий розвиток екологічних турів; екзотична природа; сучасна архітектура та дизайн столиці країни	Бразилія, Сінгапур

Таблиця 3

**SWOT-аналіз туристичної привабливості України**

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Культурні цінності;</li> <li>2) Історичні пам'ятки та багата історія;</li> <li>3) Розмаїття ландшафту;</li> <li>4) Чудеса України, такі як Києво-Печерська Лавра, Хортиця та історичний центр Львова;</li> <li>5) Помірний клімат, при якому є місяці для різноманітного туризму;</li> <li>6) Наявність ресурсів для створення оздоровчих комплексів;</li> <li>7) Пам'ятки архітектури.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Забруднення відходами територію та повітря країни;</li> <li>2) Нестабільна ситуація країни на політичній та економічній арені;</li> <li>3) Висока вартість обслуговування;</li> <li>4) Високий рівень захворювання;</li> <li>5) Низький рівень обслуговування в медичній та транспортній галузі;</li> <li>6) Негативне відношення великої кількості українців до своєї країни та внутрішнього туризму;</li> <li>7) Відсутність бранда України;</li> <li>8) Конкурентоспроможність країни на рівні інших країн.</li> </ol>
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Розроблення нових видів туризму;</li> <li>2) Покращення рівня обслуговування;</li> <li>3) Розвиток туристичної інфраструктури;</li> <li>4) Підвищення інвестування та фінансового стану країни;</li> <li>5) Створення іміджу країн як стабільної та безпечної;</li> <li>6) Покращення екологічної ситуації;</li> <li>7) Розвиток туризму для іноземців;</li> <li>8) Покращення законів туризму та входження в туристичні організації.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Нестабільна політична ситуація;</li> <li>2) Техногенні катастрофи;</li> <li>3) Конфлікти країн, які межують з Україною;</li> <li>4) Рівень інфляції;</li> <li>5) Політичні конфлікти між партіями;</li> <li>6) Підвищення цін на відпочинок;</li> <li>7) Розвиток закордонного туризму в близько розташованих країнах;</li> <li>8) Втрати території;</li> <li>9) Зростання нестабільності економіки країни.</li> </ol>



**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм: навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. і допов. М.: КНО-РУС, 2010. 464 с.
2. Біржаков М.Б. Введення в туризм СПб.: Герда, 2014. 544 с.
3. Величкіна А.В. Оцінка розвитку туристичної інфраструктури регіону. Економічні і соціальні переміни: факти, тенденції, прогноз. 2014. С. 239-250.
4. Зорин І.В., Квартальнова В.А. Енциклопедія туризму. М.: Фінанси та статистика, 2014. 368 с.
5. Шишкін А.І. Методичні основи створення туристично-рекреаційного кластера «Заоніжні». Економічні та соціальні переходи: факти, тенденції, прогноз. 2013. С. 74-86.
6. Годфрі Х. Стимулювання міжнародного туризму в XXI столітті / за ред. В.А. Квартальнова / пер. с англ. Е. В. Мошняга. Москва, 2009. 237 с.
7. Dellaert, B. Tourists' Mental Representations Complex Travel Decision Problems / B. Dellaert, T. Arentze, O. Horeni // Journal Travel Research. 2014. № 53. P. 3-11.
8. Hilman, H. Market Orientation Practices and Effects on Organizational Performance Empirical Insight From Malaysian Hotel Industry / H. Hilman, N. Kaliappen // SAGE Open. – 2014. – 4 (4). Doi: 10.1177/2158244014553590.
9. Landauer, M. The Influence Culture on Climate Change Adaptation Strategies: Preferences Cross-Country Skiers in Austria and Finland / M. Landauer, W. Haider, U. Probstl-Haider // Journal Travel Research. 2014. № 53. P. 96-110.
10. Дусенко С.В. Структура і функція соціального простору туризму (соціологічний аналіз) д-ра соц. наук. М., 2014. 337 с.
11. Кусков А.С. Арсеньева Е.Н. Екотуристичний потенціал особливо охоронних природних територій і проблема його використання. *Сучасне місто: соціокультурні та економічні перспективи*: межвуз. зб. науч. ст. за підсумками Всерос. наук.-практ. конф., Саратов, 2004. С. 257-260.
12. Важеніна І.С. Про сутність бренду території. Економіка регіону. 2011. №3. С.18-23.
13. Виноградов, А.В. Методичні основи управління туристичним потенціалом регіону : автореф. дис. канд. екон. наук. – СПб., 2010. 22 с.
14. Славін, В.В. Туристична привабливість регіону: поняття, зміст, основні принципи формування. *Питання управління*. 2013. №1 (22). С. 108-113.
15. Менеджмент туризму: підручник. Київ : Університетська книга, 2010. 267 с. URL: <https://library.if.ua/book/38/2521.html> (дата звернення: 20.11.2018)
16. Jafari J. Editor's Page // Annals Tourism Research. Special Number. October/December, 1977. P. 8.
17. Mathieson A., Wall G. Tourism: Economic, Physical and Social Impacts. London: Longman Group Ltd., 1982.
18. Туризм в Україні. Статистичний збірник. Київ: Державний Комітет статистики України, 2008. 221 с.
19. Мархонос С.М., Турло Н.П. Туристична сфера як фактор підвищення інвестиційної привабливості регіону. Економіка. Управління. Інновації. 2012. №1 (7).
20. Черчик Л.М. Оцінка рівня привабливості розвитку рекреаційного природокористування для регіонів України. Луцьк.: видавничий центр ЛДТУ, 2006. 120 с.
21. Індекс інфляції України. *Статистика* : веб-сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/index/inflation/> (дата звернення: 20.11.2018).
22. Експерти розповіли, що гальмує розвиток туризму в Україні. Бізнес заходи: веб-сайт. URL: <https://ckpr.in.ua/events/13444> (дата звернення: 25.11.2018).
23. Державна служба туризму і курортів Міністерства культури і туризму України / Статистика України. URL: <http://www.tourism.gov.ua>.
24. Рейтинг туроператорів України 2018 року. URL: <https://uata.com.ua/2018/11/tf-rating-summer2018>.
25. Рейтинг найнебезпечніших країн світу для туристів: причини та країни URL: <https://newsone.ua/news/society/ukraina-popala-v-top-10-rejtinga-samyx-opasnyx-stran-planety-nazvana-prichina.html>.

**REFERENCES:**

1. Alexandrova A.Yu. (2010) International Tourism: [teach. manual. 2nd, reworked. and listens]. M.: Knorus, 2010. 464 p.
2. Birzhakov M.B. Introduction to Tourism St. Petersburg: Gerda, 2014. 544 p.
3. Velychkina A. (2014) Estimation development tourist infrastructure the region. [Economic and social changes: facts, trends, forecast]. 2014 P. 239-250.
4. Zorin I., Kvartalnova V. (2014) Encyclopedia Tourism. [Finance and Statistics], 2014. P. 368.
5. Shishkin A. (2013) Methodological foundations the creation the tourist-recreational cluster. [Economic and social transitions: facts, trends, forecast]. P. 74-86.
6. Godfrey H. (2009) Promoting International Tourism in the 21st Century, P. 237.
7. Dellaert B. Tourists' Mental Representations the Complex Travel Decision Problems (2014) [Journal Travel Research]. 2014 P. 3-11.
8. Hilman, H. (2014) Market Orientation Practices and Effects on Organizational Performance Empirical Insight From Malaysian Hotel Industry. P.4.
9. Landauer, M. (2014) The Impact Culture on Climate Change Adaptation Strategies: Preferences Cross-Country Skiers in Austria and Finland [Journal Travel Research]. P. 96-110.
10. Dusenko S. Structure and function the social space tourism [Sociological analysis, sciences] P. 337.
11. Kuskov A., Arsenyeva E, (2004) Ecotourism potential specially protected natural territories and the problem its use. [Contemporary city: socio-cultural and economic prospects: interuniversity. save scientific]. P. 257-260.
12. Vazhinina I. (2011) About the essence the brand territory. [Economy the region]. №3. P. 18-23.
13. Vinogradov A. (2010) Methodical bases management tourist potential the region. P. 22.
14. Slavin, V. (2013) Tourist attractiveness the region: concept, content, basic principles formation. Management issues. No. 1 (22). P. 108-113.
15. Tourism Management: Textbook (2010) University Book, Available at: <https://library.if.ua/book/38/2521.html> (accessed 20 November 2018).

16. Jaffari J. (1977) *Annals Tourism Research*. [Editor's Page] Special number October / December.
17. Mathieson A., Wall G. (1982) *Tourism, Economic, Physical and Social Impacts*. London: Longman Group Ltd.
18. *Tourism in Ukraine. Statistical Collection*. (2008) [State Statistics Committee Ukraine]. P. 221.
19. Marhonos S., Turlo N. (2012) Tourist sphere as a factor increasing investment attractiveness the region. [Economy. Management. Innovations] No. 1 (7).
20. Cherchik L. (2006) Assessment the attractiveness the development recreational nature use for the regions Ukraine. P. 120.
21. Inflation Index Ukraine. [Statistics: website]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/economy/index/inflation/> (accessed 25 November 2018).
22. Experts have said that it hinders the development tourism in Ukraine. [Business events: website]. Available at: <https://ckp.in.ua/events/13444> (accessed 25 November 2018).
23. State Service for Tourism and Resorts the Ministry Culture and Tourism Ukraine. [Statistics Ukraine]. Available at: <http://www.tourism.gov.ua/> (accessed 24 November 2018).
24. Rating Ukrainian tour operators (2018). Available at: <https://uata.com.ua/2018/11/tf-rating-summer2018/> (accessed 25 November 2018).
25. The rating the most dangerous countries for tourists: reasons and countries. Available at: <https://newsone.ua/news/society/ukraina-popala-v-top-10-rejtinga-samyx-opasnyx-stran-planety-nzvana-pri-china.html> (accessed 25 November 2018).

**Venherska Natalia**

Candidate of Economic Sciences,  
Senior Lecturer at Department International Economics,  
Natural Resources and Economics International Tourism  
Zaporizhzhia National University

**Burlakova Kseniia**

Student  
Zaporizhzhia National University

## COMPONENTS AND FACTORS TOURIST ATTRACTIVENESS UKRAINE IN THE CONTEXT THE WORLD EXPERIENCE

**The purpose the article.** The purpose of the article. Identification of factors and components of tourist attractiveness and development recommendations for improving tourist attractiveness in the context of the world level. Determination of theoretical and practical aspects of the influence of components and factors on the tourist attractiveness of the national and global economy. Determine the SWOT analysis the tourist attractiveness of Ukraine. Analyze existing tourist companies in the country.

The features the components and factors tourist attraction in Ukraine and the world are considered. The essence the concepts "tourism", "tourist attraction", "components tourist attractiveness" is revealed. The activity the branch and its components is considered, as one the most powerful branches. To identify the weak and strong sides Ukraine, SWOT analysis was used and the conclusion was drawn that countries have significant potential opportunities for tourism development in the context diverse areas. The possibilities influence components and factors on the basis development countries the world, their strategies, which consist marketing, innovation, investment and financial components, are developed. The list travel companies such as TEZ Tour, Pegas, TUI, Coral Travel, which are the leaders the tourist market Ukraine, is presented.

**Methodology.** The survey is based on the state structure tourist activity, which developed independently other structures, regardless the country under the influence a specific socio-economic environment and tourism policy.

**Results.** In this study the value "tourism", components tourist attraction, factors and examples factors tourist attractiveness in Ukraine are revealed.

Based on the SWOT-analysis Ukraine, we can conclude that Ukraine has a rich natural recreational potential and historical and cultural resources, and the country has every opportunity to become a world-class tourist country, where the tourism industry will make a significant share budget revenues.

To formulate a strategy for the development tourist regions, it is necessary to concentrate on developing the following points: conservation tourism resources; improvement the regulatory framework; creation economic conditions for the promotion tourism development; granting privileges for organization tourist work; attraction investments in the development tourism industry; promotion competition; security tourists; Participation in international tourism development programs.

**Practical implications.** We will pay special attention to the so-called tourism features as a tourist infrastructure that is inherent in the development the economy, when certain types tourism services are public goods, meet the needs people and are characterized in scientific literature as tourist services. To formulate a strategy for the development tourist regions, it is necessary to concentrate on the development the following items: 1) conservation tourism resources; 2) improvement the regulatory framework; 3) creation economic conditions for the promotion tourism development.

**Value/originality.** In our work, we considered the factors and components tourist attractiveness. Analyzing the tourism sector, we can conclude that in Ukraine it is postal level. Problems and problem issues determine the prospects for further research on tourism activities.