

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН І БІЗНЕСУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач випускової кафедри  
\_\_\_\_\_ Л. М. Побоченко  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

## (ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА  
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 292 «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ  
«МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»

Тема: «Сучасні тенденції розвитку міжнародної туристичної індустрії»

Виконавець: Кольчевський Євгеній Романович, група  
МЕВ-203М

\_\_\_\_\_  
(підпис виконавця)

Керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних  
економічних відносин і бізнесу ФМВ НАУ  
Соколова Зоя Сергіївна

\_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

Нормоконтролер: Прокоп'єва Аліна Анатоліївна

\_\_\_\_\_  
(підпис нормоконтролера)

Київ - 2022

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу

спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Леся ПОБОЧЕНКО

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

## ЗАВДАННЯ

**на виконання кваліфікаційної роботи**

**Кольчевського Євгенія Романовича**

1. Тема роботи «Сучасні тенденції розвитку міжнародної туристичної індустрії» затверджена наказом ректора від «15» вересня 2022 р. № 1868/ст.
2. Термін виконання роботи: з 19 вересня 2022 року по 30 листопада 2022 року.
3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти щодо туристичної індустрії України, статистичні матеріали Міністерства фінансів України, Державної служби статистики України, матеріали й аналітичні звіти міжнародних компаній: KPMG, World Investment Report, BCG, щорічні звіти міжнародних організацій: Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Всесвітня туристська організація (ЮНВТО), Всесвітня рада з туризму та подорожей (WTTC).
4. Зміст пояснювальної записки: загальнотеоретичні аспекти міжнародної туристичної індустрії, аналіз сучасного стану розвитку туристичної індустрії, перспективи розвитку індустрії туризму в Україні.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 10 таблиць, 6 рисунків.
6. Презентація основних результатів кваліфікаційної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 17 слайдів.

## 7. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчити літературні джерела з предмету дослідження та написати заяву про затвердження теми кваліфікаційної роботи	22.08.2022	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання кваліфікаційної роботи	29.08.2022	Виконано
3.	Розкрити загальнотеоретичні аспекти міжнародної туристичної індустрії	19.09.2022-02.10.2022	Виконано
4.	Провести аналіз сучасного стану розвитку туристичної індустрії	03.10.2022-16.10.2022	Виконано
5.	Визначити та обґрунтувати перспективи розвитку індустрії туризму в Україні	17.10.2022-26.10.2022	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	27.10.2022-31.10.2022	Виконано
7.	Передати кваліфікаційну роботу для перевірки на плагіат	01.11.2022	Виконано
8.	Оформити кваліфікаційну роботу	02.11.2022-11.11.2022	Виконано
9.	Передати кваліфікаційну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	12.11.2022	Виконано
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	14.11.2022	Виконано
11.	Передати кваліфікаційну роботу науковому керівникові для написання відгуку (за 7 днів до захисту)	15.11.2022	Виконано

8. Дата видачі завдання: «29» серпня 2022 р.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

Соколова З.С.  
(П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_  
(підпис випускника)

Кольчевський Є.Р.  
(П.І.Б)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Сучасні тенденції розвитку міжнародної туристичної індустрії»: 102 сторінок, 10 таблиць, 6 рисунків, 84 літературних джерел.

**Перелік ключових слів (словосполучень):** ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ, ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ, ТУРИСТИЧНИЙ СЕКТОР, СВІТОВИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ, МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ, СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТУРИСТИЧОЇ СФЕРИ.

**Об'єкт дослідження:** сучасна індустрія туризму, як сукупність окремих напрямів економічної діяльності, що задовольняють попит на туристичні продукти та послуги і виступають каталізатором розвитку міжнародних економічних відносин.

**Предмет дослідження:** теоретичні і практичні аспекти проблем сучасних тенденцій розвитку міжнародної туристичної індустрії.

**Мета кваліфікаційної роботи:** є дослідження сучасних тенденції розвитку міжнародної туристичної індустрії.

**Методи дослідження:** системно-аналітичний, статистичного аналізу, проблемно-орієнтовний, компаративний, системного аналізу.

**Отримані результати та їх новизна:** в процесі дослідження було визначено стан, характеристики, основні проблеми та пріоритетні напрямки розвитку сучасної туристичної індустрії; наслідки впливу пандемії на розвиток туризму; перспективи відновлення та подальшого розвитку світового туристичного ринку після наслідків пандемії COVID-19.

**Значущість виконаної роботи та висновки:** розкриття потенціалу туристичної індустрії як однієї з провідних галузей світової економіки.

**Рекомендації щодо використання результатів:** матеріали дипломної роботи рекомендується використовувати при розробці стратегій розвитку туристичної індустрії.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
<b>РОЗДІЛ 1 ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ.....</b>	<b>9</b>
1.1. Сутність та особливості функціонування міжнародної туристичної індустрії... ..	9
1.2. Класифікація видів та форм туризму у світовій економіці.....	18
1.3. Фактори впливу на міжнародний туризм, як на сегмент світової економіки.....	29
<b>Висновки до розділу 1 .....</b>	<b>35</b>
<b>2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ.....</b>	<b>37</b>
2.1. Аналіз та динаміка міжнародних туристичних світових надходжень .....	37
2.2. Характеристика розвитку туризму в провідних регіонах світу .....	45
2.3. Заходи подолання проблем функціонування міжнародної туристичної індустрії .....	54
<b>Висновки до розділу 2.....</b>	<b>63</b>
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>65</b>
3.1. Місце України на ринку міжнародної туристичної індустрії .....	65
3.2. Аналіз впливу негативних чинників на туристичну індустрію в Україні	75
3.3. Шляхи покращення туристичної індустрії в Україні .....	82
<b>Висновки до розділу 3 .....</b>	<b>89</b>
ВИСНОВКИ .....	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	95

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження** У сучасних розвинених країнах, сфери послуг стрімко розвиваються і беруть значну участь у загальній структурі економіки. В деяких країнах сфери послуг стали одним із найважливіших рушійних сил економічного розвитку.

За останні десятиліття інтерес до туристичної індустрії у наукових колах значно виріс адже сучасна туристична сфера швидко розвивається і сприяє активному економічному зростанню багатьох країн світу.

Економічне зростання та розвиток однієї країни, а також її здатність скорочувати економічне відставання від інших країн залежить від способів та ефективності вирішення економічних такі проблеми, як безробіття, дефіцит платіжного балансу, фіскальні та монетарні макроекономічні дисбаланси. У цьому відношенні сектор туризму вважається ключовим фактором.

Індустрія туризму є однією з найбільш швидкозростаючих галузей у світі. Я вважаю, що в майбутньому, туристичної індустрії буде однією з провідних світових галузей економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням розвитку сучасної світової туристичної індустрії присвячені наукові дослідження і публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких слід виділити праці українських авторів - А. Матвієнко, Л. Гонтаржевської, І. Мальської, Ю. Забалдіної, Р. Заблоцької, В. Кифяка, О. Любіцевої, Г. Михайліченко, М. Афанасьєва, С. Соколенка, Л. Устименко, Д. Стеченка, Т. Ткаченко, Н. Чорненької та ін., а також іноземних фахівців Р. Бартона, Д. Боуена, Р. Браймера, Н. Реймерса, Ч. Робінсона, Д. Холловея, та ін.

**Метою кваліфікаційної роботи** є дослідження сучасних тенденції розвитку міжнародної туристичної індустрії.

Досягнення мети дослідження передбачає постановку та розв'язання наступних завдань:

- дослідити сутність та особливості функціонування міжнародної туристичної індустрії;
- навести класифікацію видів та форм туризму у світовій економіці;
- розкрити фактори впливу на міжнародний туризм, як на сегмент світової економіки;
- провести аналіз та динаміка міжнародних туристичних світових надходжень;
- охарактеризувати розвиток туризму в провідних країнах світу;
- оцінити економічний ефект від туризму для світової економіки;
- визначити місце України на ринку міжнародної туристичної індустрії;
- проаналізувати вплив негативних чинників на туристичну індустрію в Україні;
- окреслити шляхи покращення туристичної індустрії в Україні.

**Об'єктом досліджень** є сучасна індустрія туризму, як сукупність окремих напрямів економічної діяльності, що задовольняють попит на туристичні продукти та послуги і виступають каталізатором розвитку міжнародних економічних відносин.

**Предмет дослідження** є теоретичні і практичні аспекти проблем сучасних тенденцій розвитку міжнародної туристичної індустрії.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети, у роботі, було використано сучасні методи дослідження, зокрема на основі системно-аналітичного методу здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, розробок, пропозицій провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячених проблемам туристичної галузі. Для вирішення окремих завдань використовувались також наступні методи: статистичного аналізу – для дослідження динаміки, структури і ефективності функціонування суб'єктів туристичної діяльності; проблемно-орієнтовний – для наукового обґрунтування напрямів вирішення проблем розвитку

вітчизняної туристичної галузі; компаративний – для зіставлення розвитку туризму в різних регіонах та країнах. Застосовувались також методи комплексного системного аналізу економічних та управлінських явищ і процесів.

**Теоретичну основу** роботи сформували монографічні видання, статті, аналітичні матеріали вітчизняних і зарубіжних вчених, законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти, інформаційно-аналітичні матеріали Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Державної служби статистики України, Державного агентства розвитку туризму Україна, також статистичні дані Організації економічного співробітництва та розвитку, Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої ради з подорожей і туризму та Центру досліджень світового туризму.

**Структура кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку бібліографічних посилань використаних джерел. В роботі розміщено 10 таблиць та 6 рисунків. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 84 найменування на восьми сторінках.



## РОЗДІЛ 1

### ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

#### 1.1. Сутність та особливості функціонування міжнародної туристичної індустрії

Туризм - це основа багатьох економік сучасного світу, тому воно має безліч визначень і поглядів. Його термінологія носить дискусійний характер і постійно змінюється через стрімкий темп розвитку і формування суспільних відносин, галузей і видів туризму.

Це означає, що в сучасному світі туризм виступає як складне соціальне явище, яке має багато граней, оскільки жодна з існуючих наук не може повністю і вичерпним чином охарактеризувати його як об'єкт власних досліджень. Такі організації як Організація економічного співробітництва та розвитку, Ліга Націй, ООН, СОТ щорічно займаються розробкою точних туристичних визначень [20].

Економічне значення туризму виражається в тому, що він є однією з високоприбуткових і динамічних народногосподарських галузей, джерелом валютних надходжень до скарбниці держави, створює нові робочі місця, тобто сприяє зростанню доходів населення, виступає ініціатором вдосконалення туристської інфраструктури регіону, вносить свій внесок в охорону навколишнього середовища. Крім цього туризм активізує великий бізнес, оскільки при вмілому управлінні характеризується швидкою окупністю інвестицій, і надає широкі можливості для розвитку малого та середнього бізнесу.

Туристичні послуги складають значну частину послуг, що споживаються населенням і мають специфічний соціальний і оздоровчий характер, тобто відпочинок, можливість розвитку особистості, знання історичних і культурних цінностей, спорт, участь у культурних заходах та ін.

Для сучасного розвитку економіки характерно не стільки розвиток відокремлених галузей, скільки функціонування різних міжгалузевих комплексів.

До туризму також слід підходити як до великого самостійного міжгалузевого господарського комплексу національної економіки, оскільки сфера туризму, об'єднуючи різні галузі, лежить не в звичній вертикальній площині, а охоплює якийсь горизонтальний простір, включаючи підприємства і організації різної галузевої приналежності.

Міжнародний туризм розцінюється як один з важливих напрямків міжнародного співробітництва і служить зміцненню міждержавних зв'язків на основі розвитку туристських відносин між народами різних країн, але крім цього він грає роль стимулятора внутрішньої і світової торгівлі і є значущим джерелом фінансових надходжень до бюджету країни.

Туризм залежить від політичної та економічної ситуації, а також від моди і реклами, які, зачіпаючи потреби та інтереси людей, їх настроїв, визначають попит. У той же час, пропозиція строго визначено, так як кількість місць в готелях або об'єктах громадського харчування відносно стабільно. Це призводить до невідповідності між попитом і пропозицією.

У період становлення туризму, увага акцентувалася на його зв'язку з транспортом, тому він вважався частиною транспортних перевезень. Але коли туризм став масовим явищем, як на міжнародному, так і на національному рівні, це зумовило появу величезної кількості різноманітних трактувань цього поняття та винесення його в окрему галузь господарства [6].

У сучасній науковій вітчизняній і зарубіжній літературі, а також у законах, існує велика кількість підходів у визначенні поняття «туризм».

Їх можна розбити на основні дві групи: перші носять вузькоспеціалізований характер, вони стосуються різних аспектів туризму, його видових особливостей; другі охоплюють предмет туризму в цілому, розкриваючи внутрішній зміст туризму. Також трактування можна поділити на кілька дрібних груп [16]:

- туризм як особлива форма пересування людей з метою відвідування конкретного місця, об'єкта та повернення до місця постійного проживання;

- туризм як рух людей, їх знаходження поза постійним місцем проживання та тимчасове перебування в об'єкті інтересу (поїздки);
- туризм як особлива форма розвитку особистості, що реалізується через його соціально-гуманітарні функції (виховну, освітню, оздоровчу та спортивну);
- туризм як форма організації відпочинку, проведення дозвілля;
- туризм як галузь господарства з обслуговування людей, що знаходяться тимчасово поза місцем постійного проживання;
- туризм як сегмент ринку, на якому сходяться підприємства традиційних галузей господарства (транспорт, громадське харчування, готельне господарство, культура, торгівля тощо) з метою пропозиції своєї продукції та послуг споживачам (з точки зору теорії маркетингу);
- туризм як явище, що виходить за межі традиційного подання, асоційованого виключно з відпочинком;
- туризм як " тимчасові виїзди (подорожі) громадян [12].

Вважаю за доцільне, навести такі приклади трактувань поняття «туризм».

У 1954 році, Організація Об'єднаних Націй, на фоні зростання економіки, й наростання туристичного руху прийняла таке визначення: туризм – це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з пересуванням за межами постійного місця проживання. [20]

Ось наприклад, у Законі України „Про туризм”, 2003 року зазначається, що „туризм - тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування”, а „турист - особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з незабороненим законом країни перебуванням на термін від 24 години до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін” [2].

Серед українських вчених, виділю лише декілька варіацій визначення «туризм».

Сисоєва С. І трактує поняття туризму, як каталізатор регіональної економіки, спроможний залучити до процесу розвитку не тільки комплекс рекреаційних ресурсів, але й найбільш ефективно використовувати виробничий та соціально-культурний потенціал тієї чи іншої території за умов збереження екологічної різноманітності [53].

А Мельниченко О. А трактує поняття туризму, як специфічний вид діяльності, спрямований на задоволення усе зростаючих потреб населення та усебічний розвиток суспільства за одночасного зростання потенціалу національної економіки й окремих її складових, задіяних у цьому процесі [75].

У 1970-х роках у зв'язку із екстенсивним зростанням потоку туристів, та під впливом інших суспільно-політичних чинників, туризм який до цього часу являв собою сферу задоволення потреб людини, яка подорожує, перетворився на повномасштабну індустрію, яка стала невід'ємною складовою світового господарства, потужним господарським комплексом національних економік, що функціонує у тісному взаємозв'язку з природним середовищем, економічною системою, суспільством у цілому [23].

У Білотіла О. туристична індустрія це - господарський комплекс міжгалузевого характеру, орієнтований на виробництво та реалізацію товарів і послуг туристичного та супутнього призначення, які задовольняють різнохарактерні потреби населення щодо організації дозвілля, і в результаті функціонування якого споживачі отримують комплексний туристичний продукт [16].

Коваль П. Ф., Алешугіна Н. О., Андрєєва Г. П. вважають що туристична індустрія це - складна динамічна галузь економіки, яка включає в себе сукупність виробничих і невиробничих видів діяльності, спрямованих на виробництво товарів і надання послуг туристичного призначення (формування турпродукту) [35].

У Любіцева О. О. це міжгалузевий господарський комплекс, який являє собою інтегровану систему галузей, виробництв і видів діяльності, об'єднаних спільністю метою та суспільним призначенням задовольняти потреби населення у проведенні дозвілля в подорожі шляхом створення та реалізації туристичного продукту [38];

У Драпушко Р. це сукупність виробництв різних галузей господарства, закладів культури, освіти та науки, що забезпечують створення матеріальної бази туризму, підготовку кадрів, виробництво, збут і споживання туристичного продукту [31].

Вітчизняні підручники дають таке визначення туристичної індустрії: це комплекс, сполучення галузей та видів діяльності, функціонування яких спрямоване на задоволення потреб подорожуючої людини в послугах і товарах специфічного призначення, спрямованих на здійснення мети подорожування.

Більшість науковців використовують та спираються на такі загальні ознаки поняття "індустрія туризму":

- складова національної економіки;
- міжгалузевий господарський комплекс;
- абсорбування в собі здобутків інших індустрій;
- сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності; складна інтегральна система взаємодії суб'єкта й можливостей території;
- сукупність виробничих і невиробничих видів діяльності; забезпечення створення матеріальної бази туризму;
- виробництво товарів і надання послуг туристичного призначення;
- підготовка кадрів; виробництво, збут і споживання туристичного продукту;
- прийом, обслуговування та перевезення туристів;
- задоволення специфічних потреб населення в проведенні дозвілля в подорожі;
- розкриття особливостей функціонування та розвитку туризму в межах певного географічного простору;
- форма освоєння території [75].

Отже підсумувавши всі вищесказані ознаки, можна скласти таке загальне визначення: Індустрія туризму являє собою упорядковану систему взаємодії представників міжгалузевого господарського комплексу, чия діяльність передбачає створення, збут і споживання туристичного продукту, здатного приносити значний

економічний та соціальний ефект для національної економіки і задовольняти специфічні потреби населення в проведенні дозвілля.

Відмінність поняття індустрія туризму від поняття „туризм”, полягає у тому що „індустрія туризму” конкретне поняття (поєднання суб’єктів господарювання, чия діяльність як прямо, так і опосередковано пов’язана зі створенням, збутом і споживанням туристичного продукту), а „туризм” загальне ( тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування ).

Для туристичної індустрії, в порівнянні з іншими, притаманні такі найважливіші ознаки, як:

- невідчутність – тобто послуги туристичної сфери не мають матеріальної форми, тому їх якість визначається не стільки формою або процесом її надання, скільки комплексним синергетичним ефектом трансформації цієї послуги у фізичний і духовний потенціал особистості;
- невіддільність послуги від джерела її утворення – кожна установа туристичної сфери відрізняється особливою специфічністю та неповторністю, що, у свою чергу, унеможлиблює надання таких послуг за її межами;
- мінливість – туристичні послуги зазнають відчутного впливу як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, що вимагає від організації рекреаційної сфери дотримання соціальних стандартів послуги, приведення її у відповідність до потреб ринку, постійного контролю і моніторингу;
- відсутність права власності – на відміну від товару, туристична послуга не може бути об’єктом власності внаслідок того, що вона не має матеріальної форми та інших характерних ознак і властивостей;
- незбереженість – процес досягнення бажаного ефекту від наданої туристичної послуги переривається в міру отримання результату);

- складність нормування – має дуже суб'єктивний характер і залежить від рівня дисципліни, прагнення й бажання учасників соціальних відносин відповідати вимогам суспільства та ринку [75].

Виділення туристської сфери діяльності в окрему галузь економіки обґрунтовується наявністю:

- досить представницької сукупності самостійних в економічному відношенні організацій, які мають спеціалізованої матеріально-технічною базою і спеціалізуються на виробництві та реалізації туристських послуг і товарів;
- стійких і специфічних економічних зв'язків цієї сукупності з іншими галузями національної економіки;
- певного органу господарського управління чи іншого органу, що об'єднує тим чи іншим чином підприємства чи організації за їх галузевою належністю або координує їх господарську діяльність, як, наприклад, Асоціація, СПЛКА, угода про тарифи тощо.

Для цього Всесвітня туристична організація в 1993 році розробила стандартну класифікацію видів діяльності в туризмі, яка дозволила систематизувати і структурувати ті види діяльності, які є найбільш характерними і визначальними для туризму.

У 2008 році ці рекомендації були переглянуті і прийняті нові Міжнародні рекомендації по статистиці туризму Всесвітньої туристичної організації. Документ включає в себе висновки Комітету зі статистики і сателітним рахункам туризму Всесвітньої туристичної організації, дані національних статистичних бюро, національних туристичних адміністрацій та міжнародних організацій, отримані під час всесвітньої консультації за змістом проекту [65].

Відповідно до міжнародних рекомендацій по статистиці туризму туристична індустрія включає в себе всі організації, у яких основний вид діяльності є характерним видом туристичної діяльності.

Термін туристична індустрія аналогічний терміну сукупність характерних видів туристичної діяльності, часто вони використовуються як синоніми. Характерними видами туристичної діяльності є види діяльності, які виробляють характерні туристичні продукти.

Характерними туристичними продуктами є такі продукти, які задовольняють одному з двох або обом нижчевикладеним критеріям:

- туристичні витрати на продукт повинні складати істотну частку в загальних туристичних витратах відвідувачів (умова для попиту);
- туристичні витрати на продукт повинні складати істотну частку в вартості пропозиції продукту в економіці (умова для пропозиції). Цей критерій означає, що у відсутності відвідувачів може припинитися пропозиція характерного туристичного продукту в значній кількості.

Міжнародні рекомендації по статистиці туризму до характерних туристичних продуктів (галузей туристичної індустрії) відносять:

- розміщення відвідувачів;
- громадське харчування;
- залізничні пасажирські перевезення;
- автодорожні пасажирські перевезення;
- водні пасажирські перевезення;
- повітряні пасажирські перевезення;
- оренду транспортного обладнання;
- туристичні агентства та інші послуги резервування (послуги турагентств, туроператорів і інші послуги резервування);
- культурну діяльність (діяльність в сфері творчості, мистецтв і розваг, музейна діяльність і експлуатація історичних пам'яток і будівель, діяльність ботанічних і зоологічних садів і природних заповідників);
- спортивно-розважальну діяльність;
- роздрібну торгівлю характерними туристичними продуктами з урахуванням специфіки конкретної країни;



- характерну туристичну діяльність з урахуванням специфіки конкретної країни.

Складовими туристичної індустрії є підприємства та установи, мета функціонування яких полягає в задоволенні потреб (мотиваційних, змістовних, комфортності, безпеки тощо) подорожуючої людини – туриста або особи, яка тимчасово перебуває поза межами постійного проживання, мандруючи з рекреаційно-пізнавальною або іншою некомерційною метою. Це потреби в наданні притулку, харчуванні, медичній або іншій допомозі в разі необхідності, у наданні побутових, торгових, інформаційних та інших послуг. Це також потреби в товарах специфічного призначення – спеціальне взуття, одяг, спорядження (рюкзаки, намети, байдарки тощо), у спеціальній інфраструктурі: готелі, турбази та притулки, облаштовані стежки та стоянки, підйомники та інше. Тобто, різноманітність туристичних потреб обумовлює полікомпонентність індустрії туризму, а ускладнення туристичного попиту – розвиток пропозиції закладів і номенклатури послуг по кожному зі структурних компонентів.

Індустрії туризму як світогосподарській складовій притаманні процеси транснаціоналізації діяльності, внаслідок якої світовий ринок пропозиції туристичних послуг являє собою піраміду, верхню частину якої займають провідні транснаціональні компанії, що забезпечують комплексне обслуговування за власними стандартами якості, а нижня частина представлена середнім та малим підприємництвом, переважно спеціалізованим на наданні окремих послуг (підприємства гостинності, туристичні агенції тощо). Серед транснаціональних компаній в сфері готельного бізнесу більшість складають спеціалізовані системи, сформовані в результаті внутрігалузевої інтеграції, майже п'ята частина припадає на асоційовані з авіакомпаніями, решта – на асоційовані з потужними туроператорами, фінансовими та комерційними "суміжними" структурами [47].

Найпотужнішими структурами глобального туристичного ринку є авіатранспортні компанії в асоціації з готельним бізнесом. Процеси транснаціоналізації водночас обумовили посилення територіальної диференціації та

зростання поляризації національних туристичних ринків, поглиблення "осьового" туристичного поділу праці між країнами високоінтенсивного та стабілізованого типів туристичних ринків і країнами акумулюючого типу при одночасному зменшенні полілінійності їх розвитку [40].

Підсумовуючи усе вище сказане, можна справедливо стверджувати, що туристична індустрія являє собою цілісну відтворювальну систему, що володіє інтегральним ефектом. Міжнародний туризм має величезний вплив на світову економіку. Ефективна діяльність сектора сприяє розвитку економіки і створенню робочих місць у багатьох частинах світу. Тому вкрай важливо, щоб країни заохочували політику, що сприяє неухильному зростанню туризму, включаючи полегшення подорожей, розвиток людських ресурсів і стійкість.

## **1.2. Класифікація видів та форм туризму у світовій економіці**

Так як туризм проявляється в різних явищах, зв'язках і відносинах, виникає необхідність його класифікації – угруповання його за окремими однорідними ознаками, які залежать від конкретних цілей.

Найбільш поширеною класифікацією туризму є його поділ на типи, категорії, види і форми.

Відповідно до рекомендацій СОТ щодо окремої країни виділяються наступні типи туризму:

- внутрішній туризм-подорожі громадян в межах державних кордонів власної країни;
- в'їзний туризм-подорожі нерезидентів в межах державних кордонів будь-якої країни;
- виїзний туризм-подорожі резидентів однієї країни в іншу країну [67].

Зазначені типи туризму по-різному поєднуються між собою, утворюючи такі категорії туризму: туризм в межах країни включає внутрішній і в'їзний туризм;

національний туризм включає внутрішній і Виїзний туризм; міжнародний туризм включає в'їзний і Виїзний туризм.

Функціональна класифікація видів туризму визначається метою поїздок. Розрізняють такі основні види туризму як: рекреаційний, лікувально оздоровчий, пізнавальний, діловий, спортивний, етнічний, релігійний, транзитний та освітній.

Серед вищенаведених видів туризму найширшого поширення набули пізнавальний і рекреаційний туризм.

Рекреаційний туризм переслідує цілі відпочинку, фізичного і духовного відновлення, відрізняється великою різноманітністю. Для нього характерна велика тривалість поїздки і менша кількість відвідуваних місць призначення. Типовим прикладом рекреаційного туризму є відпочинок на курорті біля морського узбережжя [27].

Лікувально - оздоровчий туризм зумовлений потребою в лікуванні різного роду захворювань і оздоровленні організму вслід перенесених хвороб. Так можна зазначити про тури з виключно лікувальною метою, для лікування будь-яких важких захворювань, реабілітації після травм, аварій, операцій і турах лікувально оздоровчих, створених з метою підтримки молодості, краси і здоров'я, зняття стресу і втоми. Лікувально оздоровчий туризм заснований на курортології - науці про природні лікувальні фактори, їх вплив на організм і методах використання в лікувально профілактичних цілях.

Пізнавальний (екскурсійний) туризм-це вид туризму, головною метою котрого є огляд видатних пам'яток, а ключовою особливістю - насиченість поїздки екскурсійною програмою. Поїздка може включати в себе пізнавальні та рекреаційні цілі водночас.

Діловий туризм являє собою подорожі за службовими або професійними цілями без отримання прибутків за місцем тимчасового перебування. До цього виду туризму СОТ відносить поїздки для участі в з'їздах, наукових конгресах і конференціях, виробничих нарадах і семінарах, ярмарках, виставках, салонах. Також, до нього відносять, поїздки для проведення переговорів і укладання

контрактів, монтажу і налагодження обладнання. Діловий туризм включає в себе: бізнес поїздки, конгресно-виставковий туризм і інсентив туризм (incentive - стимул, спонукання). Інсентив туризм - це поїздки, які надає керівництво фірми своїм співробітникам безкоштовно в якості заохочення за якісну роботу. Інсентив тури, як правило, передбачають хороше якісне обслуговування за системою "все включено". Загальна частка ділового туризму, у міжнародному туристському обсязі, становить від 10% до 20%.

Спортивний туризм - це підготовка і проведення спортивних подорожей з метою подолання протяжного простору дикої природи на лижах (лижний туризм), за допомогою засобів для сплаву (водний туризм) або пішки в горах (гірський туризм). Для подолання маршруту необхідно володіти широким набором спеціальних знань: від техніки подолання перешкод до фізіології людини в екстремальних умовах.

Етнічний туризм має на меті відвідування місця народження або Походження сім'ї, а також місця проживання родичів і/або близьких. Цей вид туризму носить назву ностальгічного (nostalgie tour). Пріоритетне значення цей вид туризму має для країн, де проживають великі Діаспори людей родом з інших країн. У туристів з Німеччини, наприклад, користуються популярністю поїздки в Поволжі, а у туристів з Фінляндії - на Карельську землю, Ладозьке озеро (близько 500 тис. фінів вимушено покинули ці місця в період військових дій 1939 - 1945 рр.). Поширений етнічний туризм і у китайців, діаспора яких налічує понад 60 млн.

Релігійний туризм ґрунтується на релігійних потребах людей різних конфесій. Релігійний туризм можна назвати найдавнішим, його коріння сягає в незапам'ятні часи. Він має два основні різновиди: Паломницький туризм і релігійний туризм екскурсійно-пізнавальної спрямованості. Серед причин для здійснення паломництва можна виділити наступні: бажання зцілитися від душевних і фізичних недуг; помолитися за рідних і близьких; знайти благодать; виконати богоугодну роботу; відмолити гріхи; висловити подяку; проявити відданість вірі; знайти сенс життя. Релігійний туризм в окремих конфесіях має свої особливості.

Транзитний туризм відповідно до рекомендацій СОР включає два різновиди:

- переміщення авіапасажирів, які не в'їжджають в країну, а лише роблять пересадку на стикувальний рейс;
- переміщення туристів, які їдуть до місця кінцевого призначення з невеликою зупинкою для стикування рейсів в третіх країнах [67].

Освітній туризм-це поїздки з метою отримання освіти за кордоном. Зазвичай тут реалізуються поїздки в розвинені країни з метою вдосконалення мови, отримання бізнес-освіти, вивчення спеціальних дисциплін, підвищення кваліфікації.

Класифікація туризму - це виділення внутрішньо однорідних категорій туристської діяльності за прийнятими підставами. Існували різні класифікації видів туризму, виходячи з різних базових класифікаційних принципів або ознак. «Тезаурус з туристської та дозвілєвої діяльності " ЮНВТО містить близько 200 термінів, які відображають сутність видів міжнародного туризму [19].

В цілому, класифікації видів туризму можна розділити на дві групи:

- офіційні, які закріплені в міжнародних нормативно-правових актах, а також в актах внутрішніх законодавств;
- неофіційні (наукові, які розроблені для освітніх наукових цілей).

Неофіційна класифікація туризму здійснюється на основі існуючих правових норм про цілі туризму, принципів організації та фінансування, видів туристських ресурсів та ін. [12].

В першу чергу міжнародний туризм ділиться на в'їзний і Виїзний туризм. Перший вид відноситься до туристів, які приїжджають в місце призначення з інших країн. Наприклад, до Японії приїжджає іноземний турист. Другий вид відноситься до туристів, які подорожують з країни їх походження в іншу країну. Наприклад, коли турист з Індії летить в Італію, для Індії це виїзний туризм, для Італії – в'їзний [6].

Нижче наведені базові принципи класифікації та відповідні їм види міжнародного туризму. За способом підготовки та організації подорожі розрізняють організований і неорганізований туризм. Перше передбачає участь туроператора (турагента) або комп'ютерної системи (інфопосередника), оплати поїздки з

комплексним обслуговуванням заздалегідь, другий вид означає, що туристи відправляються в подорож без участі будь-яких посередників, а послуги оплачують у міру їх споживання в місці перебування. Плановий (організований) туризм є основою індустрії туризму, може мати форму пакетованого туризму, маючи на увазі, що він реалізується на основі інтегрованих послуг. Такі поїздки проходять по заздалегідь визначеним маршрутом, графіком і програмою [20].

Залежно від кількості учасників міжнародний туризм ділиться на індивідуальний (до п'яти чоловік) і груповий (більше п'яти). На практиці груповим туризмом називають подорож групи в складі більш 12-14 чоловік, так як саме такі групи отримують пільгові умови перевезення і розміщення. Найчастіше групи туристів збирають на основі спільних інтересів учасників за різними видами і тематикою: культурно - пізнавальні, подієві, освітні, екологічні, гірськолижний. Існує таке поняття, як групи афіниті-це групи туристів, яких об'єднують професійні інтереси. Учасник таких груп виділяють для себе спільні цілі в подорожі.

З фінансово-економічної точки зору виділяють: комерційний (фінансується самими туристами) і соціальний (фінансований повністю або частково державою, муніципалітетом, державними позабюджетними фондами) види туризму.

Взявши спосіб пересування за основу для класифікації, можна виділити такі типи туризму: піший, транспортний, комбінований. В види використовуваних транспортних засобів поділяють на: авіаційний, залізничний, автомобільний, автобусний, круїзний, космічний та ін.

З міркувань протяжності маршруту види туризму поділяються на: ближній, середній дальності, дальній, сусідній прикордонний, Міжконтинентальний, навколосвітній. В залежності від тривалості подорож:

- короткостроковий (від одного до трьох днів);
- середньостроковий (від трьох днів до одного місяця);
- довгостроковий (від одного до шести місяців).

Згідно з суб'єктним принципом види туризму розбивають на:

- сімейний туризм (туристи-подружжя пара з дітьми);

- шкільний туризм;
- дитячий туризм (туристи віком до 15 років);
- молодіжний туризм (туристи віком від 15 до 29 років);
- туризм "старших громадян" (туризм осіб "третього" віку, де туристами є пенсіонери);
- туризм осіб "четвертого" віку (туристи-особи з обмеженими можливостями) [20].

На основі мотиваційно-цільового принципу туризм поділяють на дві групи: канікулярний туризм і діловий. Канікулярний туризм поєднує в собі такі види, як: Культурний, Освітній, туризм з метою відвідування друзів і (або) родичів, лікувально-оздоровчий, спортивний, духовно-просвітницький (релігійний), пригодницький, подієвий, спеціалізований.

Культурний (культурно-просвітницький) туризм можна віднести до найбільш затребуваним видам туризму. Головна мета-відвідування і знайомство з об'єктами, явищами, подіями культури країни або народу (художні галереї, музеї, театри, пам'ятки архітектури, археології, історії та ін.).

Освітній туризм передбачає подорож з метою навчання, яке володіє систематизованою програмою. Популярною формою є програма навчання за кордоном.

Лікувально-оздоровчий туризм можна розділити на кілька форм:

- поїздка з метою народження дитини в іншій країні;
- медичний туризм (поїздка для отримання спеціалізованого лікування);
- туризм, спрямований на оздоровлення;
- туризм, спрямований на реабілітацію та відновлення.

Спортивний туризм може переслідувати кілька цілей: відвідування різних спортивних заходів або участь в них, заняття фізичної культурою і спортом.

Духовно-просвітницький (Релігійний) туризм відноситься до подорожам по святих місцях, поїздкам в різні релігійні центри

Пригодницький туризм включає в себе дослідження віддалених місць і територій. Під час такої подорожі туристи ставлять перед собою найрізноманітніші цілі: перевірка своїх фізичних можливостей, навичок, наскільки вони сильні духом. Тут вони часто ризикують своїм життям і здоров'ям [20].

До спеціалізованих видів туризму можна віднести:

- агротуризм (дає можливість познайомитися з сільським життям і різними сільськогосподарськими роботами, спробувати місцеву "справжню" їжу);
- атомний туризм (тут туристи знайомляться з атомною зброєю, ракетними бункерами, АЕС, транспортними засобами, які перевозили різні матеріали);
- гастрономічний туризм (головна мета подорожі-вивчити нові методи і рецепти приготування страв, продегустувати місцеву кухню або іншої країни);
- танатотуризм, також можуть називати "темним" туризмом, похмурим, (передбачає відвідуванням місць і пам'яток, які історично пов'язані зі смертю, трагедією, стражданнями людей);
- енотуризм, тобто винний туризм, (туристи відвідують виноградники і виноробні, дегустую вино, ходять на екскурсії по виробництву);
- екотуризм (головна мета поїздки-відвідування унікальних природних територій, не порушених (мінімально порушених) антропогенним впливом);
- fashion-туризм (поїздки в інші країни з метою шопінгу в місцевих магазинах, знайомства з індустрією моди тієї чи іншої країни, відвідування модного показу та ін.);
- садовий туризм (передбачає подорож (відвідування) в ботанічні сади і місця, які є значущими в історії садівництва);
- генеалогічний туризм, також «ностальгічний туризм», (має на увазі відвідування родового місця або ж місця, де жили предки);
- геотуризм (головна мета-вивчення і вдосконалення знань атмосфери, гідросфери, літосфери і біосфери нашої планети) [19];



- промисловий туризм (тут туристи відвідують індустріальні об'єкти, що діють (діяли) промислові підприємства);
- червоний туризм, також революційний;
- музичний туризм;
- науковий туризм та ін.

Діловий туризм включає в себе поїздки зі службовими або професійними діловими цілями. Даний вид туризму також можна розділити на наступні типи:

- корпоративний туризм-поїздки з метою участі в ділових зустрічах, переговорах, нарадах та інших корпоративних заходах;
- конгресний туризм-поїздки з метою участі у форумах, конгресах, конференціях і т. д.;
- виставковий туризм-поїздки з метою участі (відвідування) в виставках, салонах, презентаціях;
- заохочувальний або інтенсив-туризм-заохочувальні поїздки, оплачені організацією, в якій працює (працював) турист;
- ознайомчий або ФАМ-туризм-поїздки, які організуються з метою просування нового продукту або послуги, дестинації, навчання співробітників [20].

Міжнародний туризм можна класифікувати з різних точок зору, на основі різних принципів і критеріїв. Класифікація видів туризму займаються не тільки фахівці і наукові співробітники, а й міжнародні організації, зокрема ЮНВТО. На сьогоднішній день туристична індустрія може запропонувати близько 150-200 різних видів спеціалізованого відпочинку, які спрямовані і на задоволення потреб туристів, і на захист навколишнього середовища, пам'яток культурної спадщини.

Зростання конкуренції на ринку туристичного попиту обумовлене наступними факторами:

- все більше і більше країн з амбітними і великими планами по залученню туристів;

- досягнення пікового насичення деяких форм і видів туризму, пропонованих туристичними центрами і країнами (наприклад, на ринку пляжного відпочинку).

Це вимагає від країн, які прагнуть зберегти свою туристичну привабливість, наступних дій:

- намагатися підтримувати баланс між попитом і пропозицією;
- планувати розвиток туризму відповідно до принципів сталого розвитку;
- передбачити довгострокові інвестиції у сфері туризму;
- забезпечити чіткі державні стратегії розвитку туризму, гнучкість та оперативність у прийнятті рішень.

У міру того як економічні вигоди від туризму стають все більш очевидними, ставлення країн до міжнародного туризму стає все більш лояльним і призводить до зменшення обмежень. Важливо, щоб стратегічна політика розвитку туризму враховувала демографічні тенденції, що відбуваються в Європі. В даний час статистика свідчить про постійне зростання частки літнього населення в європейських країнах з розвиненою економікою, в той час як чисельність населення працездатного віку стагнує. Результатом цього є зростаючий попит на туристичний продукт, призначений для так званого "зрілого" сегмента туристичного ринку.

В останні роки намітилася чітка тенденція до посилення природоохоронних заходів. Європа в цілому характеризується відносно високим рівнем життя і освіти. Ці фактори пояснюють підвищену увагу до охорони навколишнього середовища на континенті. Очищення води і повітря, переробка відходів, Охорона природи і дикої природи і т.д. постійно обговорюються і приймаються рішення на державному рівні. Цьому сприяє високий рівень уваги засобів масової інформації до цих проблем. У більшості випадків розгляд питань навколишнього середовища поєднується з розвитком туризму, що сприяє залученню особливої уваги європейських урядів до так званого "сталого" розвитку туризму, що охоплює питання розвитку туризму та захисту навколишнього середовища на комплексній взаємозалежній основі. Безсумнівно, підвищена увага до цих питань створює умови для появи нових

туристичних продуктів, як на рівні індивідуального туризму, пов'язаного з екологічними інтересами, так і масового туризму.

Інша тенденція пов'язана з тим, що більшість європейців живуть у густонаселених міських районах. Це багато в чому формує туристичні переваги в напрямку сільського туризму, короткострокового відпочинку, відпочинку поза сезоном, активних видів туризму, короткострокових поїздок в інші міста з пізнавальними цілями, вибору турів з проживанням не в готелях, а в квартирах з самообслуговуванням і ін. У майбутньому очікується, що в міру того, як світ буде ставати все більш дослідженим і з'явиться все менше нових туристичних центрів, буде посилюватися тенденція до переміщення в більш віддалені, менш відомі і важкодоступні місця.

У той же час розвиток інформаційних технологій і загальне зниження цін на туристичні поїздки по відношенню до доходів населення сприяють збільшенню числа туристів і значною мірою сприяють нинішньому процесу глобалізації. Відомо, що разом з глобалізацією настає однаковість. Тому все більше число людей вважає за краще подорожувати в туристичні центри, які гарантують надлишок розваг і гарну погоду. В даний час існує велика кількість курортів, які задовольняють потреби, характерні тільки для одного сегмента туристичного ринку. Наприклад, це чисто Молодіжний відпочинок або відпочинок за системою "все включено", який не передбачає спілкування туристів з місцевим населенням і культурою приймаючої країни, і в той же час залишається популярним серед туристів.

У більшості випадків туристичні переваги іноземних туристів пов'язані з високим рівнем сервісу і розумним співвідношенням ціна/якість. Ці умови в даний час і в найближчому майбутньому будуть кращі при виборі туристичних поїздок.

Таким чином, загальною тенденцією є поляризація туристських переваг, що характеризується, з одного боку, зміцненням позицій масового туризму в розвинених туристичних країнах, а з іншого - зростанням попиту на індивідуальний або спеціалізований туристський продукт. Це вимагає постійних активних дій з боку країн, що розвивають туризм, спрямованих на виявлення пріоритетних видів

туристичного продукту і створення умов для досягнення прийняттого співвідношення їх ціни і якості.

При проведенні державної політики у сфері туризму національні туристичні адміністрації більшості країн враховують прогноз розвитку туризму в світі, складений Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО) - найбільшою міжурядовою організацією, що є спеціалізованою установою ООН і включає 153 країни.

З метою збільшення числа прибуття міжнародних туристів, світове туристичне співтовариство, представлене ЮНВТО, сформулювало наступні основні завдання, що стоять перед країнами на наступне десятиліття:

- підвищення загальної відповідальності та ролі координації з боку урядів країн, які покладаються на розвиток туризму;
- забезпечення заходів безпеки та своєчасне надання туристам необхідної інформації;
- підвищення ролі державної політики у сфері туризму;
- зміцнення ролі державно-приватних партнерств;
- необхідність державних інвестицій у розвиток туризму, насамперед у просування туристичного продукту та розвиток туристичної інфраструктури.

Таким чином, аналіз вивчених теоретичних джерел показав, що в галузі міжнародного туризму відбуваються значні зміни, що впливають на світову економіку, і навпаки, світова економіка суттєво впливає на динаміку розвитку міжнародного туризму.

Незважаючи на політичну та економічну кризу, в останні роки, в туристичному секторі, наразі, спостерігається зростання показників туристичної активності. Та існує велика конкуренція між регіонами в залученні туристів.

На завершення можна сказати, що кожна форма чи вид туризму дуже важливий особливо для економік, що існують, за рахунок розвитку туризму. Будь-яка з цих форм допомагає розвивати туризм. Найбільш розвиненою галуззю

вважається туризм на Європейському ринку, із сильним економічним впливом і найвищими річними темпами зростання. Через його масштаб і різні елементи, а також через цінність і оригінальність цих елементів, туризм є основною мотивацією всього туристичного трафіку. Конкретна місцевість або точка притягання можуть гарно стимулювати розвиток регіону, що надалі забезпечує зростання туристичної індустрії.

### **1.3. Фактори впливу на міжнародний туризм, як на сегмент світової економіки**

В сучасному світі міжнародний туризм став глобальним явищем, яке охоплює тисячі підприємств і мільйони людей по всьому світу. Про значення сучасної міжнародної туристичної індустрії у глобальній економіці свідчить те, що у сфері туризму, за останніми даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), зайнято понад 10% працездатного населення землі. На туристичну сферу припадає близько 30% всієї міжнародної торгівлі послугами, 11% споживчих видатків, 7% усіх світових інвестицій, 5% податкових надходжень. За рахунок функціонування міжнародної туристичної індустрії формується близько 10% світового ВВП. На сьогоднішній день, туристична індустрія стала рушійною силою соціально-економічного розвитку у багатьох країнах світу, а в деяких являється головною статтею доходів державного бюджету [65].

Туризм розглядається як соціально-економічне явище, що надає прямий і опосередкований вплив на розвиток всієї пов'язаної з ним інфраструктури. Сучасний туризм базується на високому рівні розвитку транспорту, соціальної сфери та сфери послуг, що, в кінцевому рахунку, перетворює його на високоприбуткову галузь економіки.

Весь комплекс факторів, що впливають на розвиток туристської галузі можна розбити на дві групи:

- фактори, що діють незалежно від діяльності організацій індустрії туризму (політичні, економічні, соціально-демографічні, культурні);

- фактори, що сприяють розвитку туризму, активно використовуються туристичними організаціями в своїй діяльності. Наприклад, подальша сегментація туристського ринку веде до появи нового туристичного продукту, що враховує інтереси групи споживачів, яка раніше не була залучена в туризм, а, отже, і до розширення туристського простору. Будівництво нових об'єктів туризму з високим технічним рівнем, підвищення кваліфікації персоналу, розвиток професійно-кваліфікаційної структури; технічне удосконалення матеріальної бази на основі впровадження досягнень і результатів науково-технічного прогресу, включаючи реалізацію цільових програм підвищення культури і якості обслуговування, раціональне використання наявних матеріальних ресурсів, об'єктів і маршрутів (скорочення несезонного періоду, введення знижок і пільг, підвищення комфортності і т. д.) сприяють створенню сучасних, перспективних цікавих туристських продуктів, за допомогою яких туристські організації зможуть завоювати нових споживачів і утримувати вже наявних.

Серед факторів, що впливають на зміну попиту на туристичному ринку, можна виділити наступні:

- загальноекономічні фактори: рівень матеріального добробуту масового споживача; співвідношення робочого і вільного часу у трудового населення; особливі зони інвестування; розробка програм розвитку туризму.
- соціально-демографічні фактори: вік; стать; професія; освіта; соціальна група; Сімейний стан; майновий стан; склад сім'ї; регіон проживання; Місто або сільська місцевість; величина населеного пункту, де живуть туристи; рід занять.
- фактори культурного і суспільно-психологічного характеру: пріоритети в системі духовних цінностей суспільства; психологія споживання; широкі кредитні програми.

- особистісно-поведінкові фактори: особисті особливості; стиль життя; інтереси у вільний час; система духовних цінностей; цільові установки; мотиви; поширена ментальність; паломництво.

Остап'юк Н.І. наприклад, поділяє фактори що впливають на розвиток туристичної індустрії на: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні, політико-правові, політичні, культурні, матеріально-технічні архітектурні, екологічні [51].

Демографічні фактори. Збільшення чисельності населення впливає на збільшення кількості туристів. Важливим демографічним фактором є зміна вікової структури населення. Збільшення в багатьох країнах середньої тривалості життя приводить до того, що все більше людей мають вільний час і засоби, що дозволяють їм робити закордонні подорожі. До демографічних чинників, крім загального зростання народонаселення, варто віднести й урбанізацію, тобто збільшення частки міського населення за рахунок скорочення чисельності сільських жителів. Звідси висновок: оскільки міське населення активніше подорожує, то цей процес веде до зростання темпів розвитку міжнародного туризму

До природно-кліматичних факторів належать природно-рекреаційні ресурси, тобто ресурси, які забезпечують відпочинок і відновлення здоров'я та працездатності людини, а також естетичні ресурси - комплекс природних чинників, які позитивно впливають на духовний стан людей. Серед природнорекреаційних, естетичних та інших видів туристичних ресурсів велике значення для туристів мають ландшафт, клімат, рослинний і тваринний світ, водні ресурси, рельєф

Соціальні фактори. До них відноситься зростання добробуту населення розвинутих країн, що активно беруть участь в туристичному обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток і скорочення тривалості робочого тижня. Крім того, на розвиток туризму мають вплив і такі соціальні чинники, як рівень освіти, відношення людей до духовних цінностей замість матеріальних і т. ін.

Економічні фактори і розвиток туризму мають найтісніший зв'язок оскільки від економічного розвитку країни залежать доходи населення, рівень розвитку

матеріально-технічної бази туризму і його інфраструктури. До зовнішніх чинників належать також фінансово-економічні умови: поліпшення (погіршення) економічної й фінансової ситуації обумовлює збільшення (зниження) персонального доходу. Зростання доходів населення, в свою чергу, дозволяє витратити більше грошей на відпочинок, подорожі, дозвілля. Держави з розвинутою економікою, як правило, лідирують за кількістю туристських поїздок. Міжнародному розвитку туризму сприяють активна зовнішньоекономічна діяльність держави, процеси глобалізації й інтеграції, що відбуваються в усіх галузях світової економіки. Однак такі явища в економіці, як жорсткість митних формальностей, фінансова нестабільність (інфляція), економічні страйки, перебої в енерго- і водопостачанні можуть значно стримувати діяльність підприємств туристичної індустрії. До числа економічних чинників також відносяться: падіння валового внутрішнього доходу, інфляція, відсоткові банківські ставки, коливання обмінних курсів валют. Помічено, що зростання відносної собівартості поїздки на 5% приводить до зменшення попиту на туристський продукт до 10%.

Політико - правові фактори - політичні обставини в світі і в окремих країнах, політика відкриття та закриття кордонів, пом'якшення адміністративного контролю у сфері туризму, уніфікація податкової і грошової політики. Зниженню темпів розвитку туризму вплинули події в країнах Ірану, Іраку, Афганістану, США, Персидської затоки та ін. Екстремізм, тероризм негативно впливають на розвиток туризму.

Культурні фактори. Це насамперед зростання культурного рівня населення багатьох країн і в зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення із закордонними культурними цінностями.

Науково-технічні фактори. Науково-технічний прогрес зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази міжнародного туризму, іншими словами - туріндустрії, що створює необхідні умови для масового туризму. Йдеться про готельні ланцюги й інші колективні засоби розміщення, транспортні засоби для масових пасажирських перевезень. Особливо варто виділити впровадження в



туриндустрію комп'ютерної техніки, без чого зараз неможлива організація масового туризму. Науково-технічні чинники дозволяють вчасно побачити можливості, які розвиток науки й техніки відкривають для виробництва нових видів послуг, їхнього збуту й удосконалення обслуговування клієнтів. Розвиток науки й техніки сприяє технологічним змінам, удосконаленню матеріально-технічної бази, модернізації транспортної інфраструктури.

Кожний із зазначених факторів має власну зону дії, як-от:

- фактори реалізації - завдяки їм інтерес до участі в туризмі, сконцентрований в зонах прояву селективних факторів, направляється в райони, у яких є для цього всі сприятливі умови, тобто в зони прояву факторів локалізації;
- фактори вибірковості - характеризують можливість участі в туризмі; так від них залежить, хто, коли, як довго і яким чином буде відпочивати;
- фактори локалізації - вони визначають фактичну рекреаційну придатність території; когнітивний маркетинг і брендінг, які, власне, покликані приваблювати туристів, змінюючи систему цінностей та порядок пріоритетів, вводити нові еталони та стандарти [51].

Серед факторів, що впливають на рівень розвитку міжнародного туризму в останні десятиліття, можна виділити наступні:

1. зростання загального добробуту населення у країнах, що є найбільшими постачальниками туристів у світовому масштабі. Згідно з даними UNWTO, у структурі міжнародних туристичних подорожей найбільшу питому частку займають туристи з високорозвинутих країн. Наприклад, до пандемії COVID - 19, у 2019 році світовими лідерами за рівнем витрат на закордонні туристичні подорожі були Китай (258 млрд. дол. США), США (135 млрд. дол. США), Німеччина (89 млрд. дол. США), Великобританія (71 млрд. дол. США) та Франція (41 млрд. дол. США). Така ж тенденція спостерігається з іншого боку, бо за рівнем доходів від міжнародного туризму лідирують також

високорозвинуті країни, серед яких США (210 млрд дол. США), Іспанія (68 млрд. дол. США) і Франція (61 млрд. дол. США).

2. криза спричинена пандемією COVID – 19, і сюди ж можна віднести прояви світових економічних та фінансових криз, які носять циклічний характер. Під час карантину спричиненого пандемією COVID – 19, спостерігалось різке падіння туристичного потоку. В останній раз таке явище спостерігалось у період Другої світової війни. Під час останньої великої економічної кризи, у 2009 році обсяги туристичних прибуттів у світі зменшились приблизно на 4%. Але рецесія економічного розвитку мала наслідком сповільнення темпів зростання міжнародних прибуттів туристів. Відчутно це було аж до 2016 року. Що вже казати про наслідки кризи спричиненою пандемією COVID – 19.
3. транснаціоналізація міжнародного туристичного бізнесу. Внаслідок високої прибутковості та інвестиційної привабливості, компанії-лідери у міжнародному туристичній індустрії постійно зміцнюють сферу свого впливу у багатьох країнах, вкладають кошти у різні сфери розвитку туристичної індустрії, залучають додаткові фінансові ресурси, за допомогою виходу на світові фондові ринки. Так наприклад, у 2020 році провідними компаніями у сфері міжнародного туризму є готельні мережі Marriott International (річний оборот 10,57 млрд. дол. США), Hilton (оборот 4,3 млрд. дол. США) та оператори круїзного відпочинку Carnival (оборот 1.62 млрд. дол. США) та Royal Caribbean Cruises (оборот 1.4 млрд. дол. США). Значну частку інвестицій у туристичну індустрію здійснюють корпорації і з інших сфер економічної діяльності (зокрема, великі банки, авіакомпанії, компанії кіноіндустрії, мережі супермаркетів тощо).
4. стрімкий розвиток сучасних технологій у сфері міжнародного туризму, особливо за рахунок використання можливостей мережі Інтернет та мобільних додатків. Так наприклад, сайт Booking.com дозволяє своїм користувачам забронювати понад 2 млн. готелів у всьому світі, онлайн-сервіс з розміщення, пошуку та короткострокової оренди житла Airbnb.com, що працює за

парадигмою економіки спільної участі, допомагає винайняти будинки, квартири, кімнати або ліжка у більш ніж 190 країнах світу. Використання сучасних технологій у туризмі дозволяє значно спростити і здешевити подорожі для туристів, але разом з тим створює серйозну конкуренцію для «традиційних» турагентств та туроператорів.

5. загострення проблем міжнародного тероризму, масової неконтрольованої міграції та її соціально-економічних наслідків, особливо на європейському континенті. Найбільші терористичні атаки у європейських містах (зокрема, у Мадриді у 2004 році, Парижі у 2015 році, Брюсселі, Ніці та Берліні у 2016 році.) мали наслідком різке скорочення міжнародних прибуттів туристів. Вказані проблеми негативно впливають на рейтинги безпеки перебування туристів в окремих країнах або містах і, відповідно, на доходи туристичної галузі.
6. на обсяги та структуру туристичних потоків в останні роки мають суттєвий вплив і демографічні фактори, зокрема, виділю, такий фактор як старіння населення Землі. В сучасних умовах населення старшого віку має значно вищі доходи, ніж раніше, і туризм для нього стає способом проведення свого вільного часу. Особливо слід очікувати зростання частки туристів старшого віку у структурі туристів з Європи, оскільки за прогнозами до 2030 року частка населення віком понад 65 років зросте до більш ніж як 30% від усього населення планети.

### **Висновки до розділу 1.**

Отже, на сьогоднішній день, туристична індустрія являє собою цілісну відтворювальну систему, що володіє інтегральним ефектом. Міжнародний туризм має величезний вплив на світову економіку. Ефективна діяльність сектора сприяє розвитку економіки і створенню робочих місць у багатьох частинах світу.

Кожна форма чи вид туризму дуже важливі, особливо для економік що існують, за рахунок розвитку туризму. Будь-яка з цих форм допомагає розвивати туризм. Найбільш розвинутою галуззю вважається туризм на Європейському ринку, із сильним економічним впливом і найвищими річними темпами зростання. Через його масштаб і різні елементи, а також через цінність і оригінальність цих елементів, туризм є основною мотивацією всього туристичного трафіку. Конкретна місцевість або точка притягання можуть гарно стимулювати розвиток регіону, що надалі забезпечує зростання туристичної індустрії.

Зазначу, що протягом останніх десятиліть, спостерігаються значний розвиток туризму, особливо спрямованого на масового клієнта, що є наслідком впливу таких факторів:

- скорочення робочого дня і збільшення вільного часу у людей;
- розширення використання транспорту для туристичних поїздок (авіаційного, автомобільного та ін.) та зниження цін на авіаперевезення;
- збільшення кількості робочих місць у туризмі;
- збільшення кількості туристів за рахунок невисоких цін на туристичні пакети;
- розширення використання транспорту для туристичних поїздок (авіаційного, автомобільного та ін.);
- послаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення багатьох прикордонних формальностей;
- розвиток новітніх технологій;
- туристичний бізнес цікавить підприємців по багатьох причинах (невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності і мінімальний період окупності витрат).

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

#### 2.1 Аналіз та динаміка міжнародних туристичних світових надходжень

В останні десятиліття важливе місце у світовій економіці займає індустрія туризму, яка тісно пов'язана з такими галузями економіки, як транспорт, торгівля, будівництво та ін.

Сьогодні відбувається становлення та розвиток індустрії туризму, яка користується значною популярністю. Вивчаючи світові дані, можна впевнено стверджувати, що кількість туристів з кожним роком зростає, і це має позитивну динаміку [21, с.176].

Туризм є однією з галузей, яка розвивається найбільш стабільно і становить основу економіки багатьох розвинутих країн і країн, що розвиваються. Динамічний розвиток індустрії туризму оцінюється фахівцями досить оптимістично. Завдяки збільшенню чисельності населення, вдосконаленню та розширенню транспортних систем, розвитку телекомунікаційних технологій, а також завдяки підвищенню рівня життя людей, очікується, що сектор туризму зростатиме і в майбутньому.

Протягом багатьох років туризм незмінно доводив свою стійкість і здатність не тільки «приходити до тями» після економічних криз, а й сприяти ширшому економічному та соціальному відродженню.

Завдяки торгівлі туристичними послугами масштабніше розвиваються ті райони земної кулі, які знаходяться у віддаленні від промислових центрів та мегаполісів. Це пояснюється тим, що сучасна туристична індустрія пропонує великий обсяг послуг, які туристи потребують у закордонних подорожах.

За останнє десятиліття індустрія туризму стала однією з найважливіших галузей у світовому масштабі. Туризм у багатьох країнах світу залишається значним джерелом доходів національних економік (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Загальний внесок туристичної індустрії у ВВП країн, у 2021 році (млрд. дол. США)

	Країна	млрд доларів США
1	США	1271,2
2	Китай	814,3
3	Німеччина	251,0
4	Японія	206,3
5	Італія	179,0
6	Індія	178,0
7	Франція	177,9
8	Мексика	168,8
9	Великобританія	157,5
10	Іспанія	113,1
11	Бразилія	103,5
12	Канада	88,0
13	Австралія	76,5
14	Нідерланди	76,3
15	Туреччина	59,3
16	Саудівська Аравія	51,5
17	Південна Корея	48,8
18	Швейцарія	44,5

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей.

Проте пандемія коронавірусу внесла свої корективи, і у 2020 році збитки туристичної галузі через пандемію COVID-19 сягнули 2,4 трлн. доларів США.

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO), у 2020 році кількість міжнародних туристів скоротилася на 73%, або на 1,1 млрд осіб. Експортні надходження від міжнародного туризму в 2020 році також скоротилися на 63% або

на 1,1 трлн. доларів США, тобто відбулося зниження прибутку до рівня початку 1990-х років. Прямий внесок туризму у світовий ВВП зменшився на 2,0 трлн. доларів США [62], (табл. 2.2).

Таблиця 2.2.

Показники розвитку ринку туристичних послуг в до пандемічний та пандемічний період (2019-2021рр.)

Показники	2019	2020/2019	2021/2019	2020	2021/2020	2021
Міжнародні туристичні прибуття, млрд. осіб	1464	-1,036 млрд. осіб (-73%)	-1,049 млрд. осіб (-72%)	400	+15 млн. осіб (+4%)	415
Експортні доходи від міжнародного туризму (міжнародні туристичні квитанції + пасажирські перевезення), млрд. дол. США	1700	-900	-1,1 млрд. осіб (-63%)	638	1000	700-800
Прямий валовий внутрішній продукт туризму (TDGDP), трлн. дол. США	3,5	-1,9	-1,6	1,6	-0,3	1,9

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

Внесок туризму в економічний добробут залежить від якості та прибутку туристичної пропозиції.

Сьогодні індустрія туризму є однією з форм міжнародної торгівлі послугами, яка надзвичайно динамічно розвивається. Так, за останні 20 років середньорічний темп приросту кількості іноземних туристів, що прибувають у світ, становив 5,1%, а валютних надходжень – близько 14%.

За даними ЮНВТО, кількість надходжень від міжнародного туризму в 2019 році досягла позначки в 1,5 трлн. доларів США, що відображає зростання на 4% в порівнянні з показником 2018 року, що, як наслідок, є десятим роком поспіль, для світового туризму з позитивною динамікою [62]. Водночас у 2019 році показники динаміки розвитку міжнародного туризму дещо сповільнилися на тлі невизначеності навколо Brexit в ЄС, зафіксованої глобальної економічної рецесії та тотальної геополітичної та соціальної напруги у світі, а також пандемія COVID-19.

Несприятливі світові тенденції негативно вплинули на туристичні потоки в цілому та на роботу міжнародних туристичних компаній.

Падіння міжнародного туризму на 73% у 2020 році пов'язане з обмеженнями на подорожі, страхами споживачів і глобальною боротьбою проти коронавірусу. Усе це призвело до того, що цей рік став найгіршим в історії туризму [62], (табл. 2.3)

Таблиця 2.3.

Тенденції розвитку міжнародного туризму в 2000-2021рр. до та під час пандемії COVID-19.

<b>Рік</b>	<b>Міжнародні туристичні прибуття, млн. осіб</b>	<b>Темпи приросту (падіння) по відношенню до попереднього року, %</b>	<b>Динаміка росту в абсолютному значенні по відношенню до попереднього року, млн. осіб</b>
2000	673	6,5%	46
2001	678	1%	5
2002	698	2,9%	20
2003	689	-1,4%	-9
2004	760	10,6%	71
2005	809	6%	49
2006	861	4,6%	52
2007	911	6,5%	50
2008	929	2%	18
2009	894	-4,2%	-35
2010	957	8,2%	63
2011	1003	5%	46
2012	1050	4%	47
2013	1100	5%	50
2014	1146	4%	45
2015	1206	6%	57
2016	1243	4%	40
2017	1332	7%	89
2018	1407	5%	75
2019	1464	4%	54
2020	400	-73%	-1064
2021	415	4%	15

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

За попередніми оцінками, у 2021 році міжнародний туристичний потік зріс на 4%, це приблизно на 15 мільйонів міжнародних туристів більше, ніж у 2020 році.



Це сталося після падіння міжнародних подорожей на 73% у 2020 році, найгіршого року для туризму через безпрецедентний вплив пандемії COVID-19 [62], (рис. 2.1.):

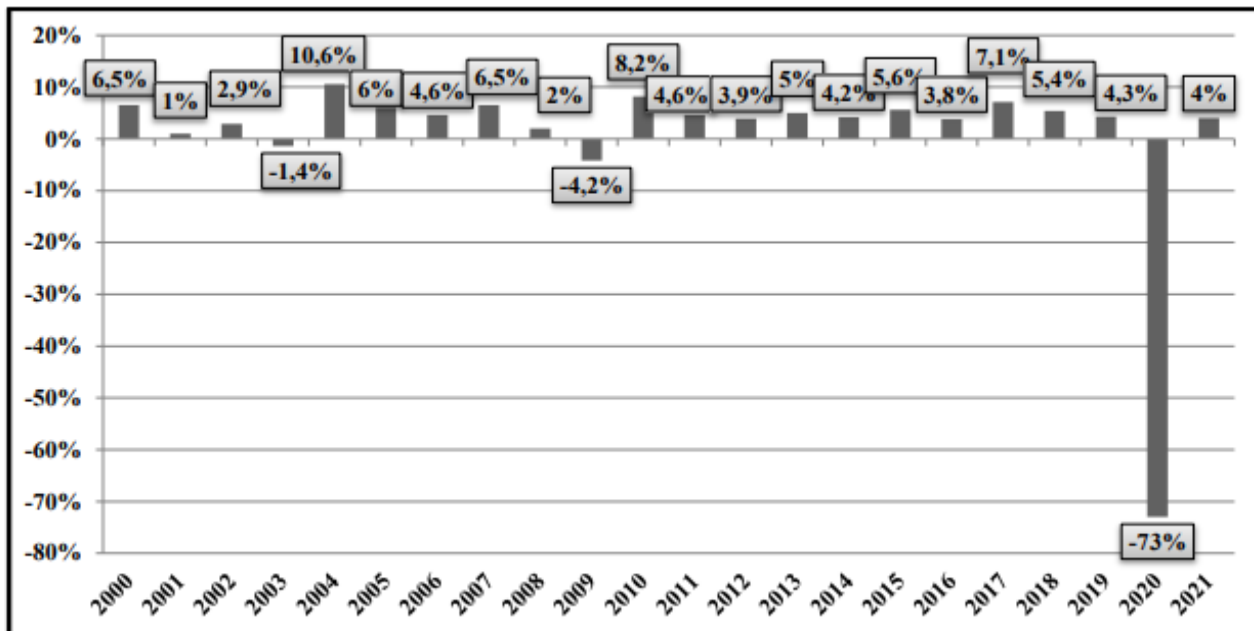


Рис. 2.1 Щорічні абсолютні прирости (падіння) кількості іноземних туристів у світі в період 2000-2021рр., (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2022.

За оцінками, у 2021 році в усьому світі було зареєстровано 415 млн міжнародних туристів, порівняно з 400 млн у 2020 році. Після слабкої першої половини 2021 року міжнародний туризм помірно відновився у другій половині року. У першій половині 2021 року було зафіксовано 117 млн міжнародних прибуттів (28% від загальної кількості у 2021 році), порівняно з 298 млн (72%) у другій половині.

Зростання попиту у 2021 році було зумовлене підвищенням довіри мандрівників на тлі швидкого прогресу вакцинації та пом'якшення обмежень на в'їзд у багатьох напрямках. Оскільки країни знову послабили свої обмеження на літній сезон у Північній півкулі 2021 року, кількість напрямків із повним закриттям

кордонів впала до 63 у червні та 46 у листопаді 2021 року, що є найнижчим показником з початку пандемії.

За оцінками, міжнародний туризм впав на 66% у грудні 2021 року на тлі поширення нового штаму Omicron і сплеску випадків COVID-19. Європа та Америка зафіксували найсильніші результати у 2021 році Європа та Америка зафіксували найкращі результати у 2021 році: прибутки зросли на 19% та 17% відповідно порівняно з 2020 роком, але все ще на 63% нижче рівня до пандемії в обох випадках [62], (табл. 2.4):

Таблиця 2.4.

Регіональний розподіл ринку туристичних послуг в до пандемічний та пандемічний період (2019-2021рр.)

<b>Регіон світу</b>	<b>2019, млн. осіб</b>	<b>2020, млн. осіб</b>	<b>2021, млн. осіб</b>	<b>2021, %</b>
Азійсько-Тихоокеанський регіон	360,4	59,4	20,9	5%
Європа	746,1	235,7	279,8	67,40%
Америка	219,3	69,9	81,9	19,70%
Африка	68,6	15,9	17,9	4,30%
Близький Схід	69,9	19,0	14,5	3,50%
<b>Світ</b>	<b>1464</b>	<b>400</b>	<b>415</b>	<b>100</b>

Примітка. Складено автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2022.

У 2021 році в Африці спостерігалось зростання на 12% порівняно з 2020 роком, хоча воно залишалось на 74% нижче рівня 2019 року. На Близькому Сході кількість заробітків знизилась на 24% порівняно з 2020 роком і на -79% порівняно з 2019 роком. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні кількість заробітків у 2021 році була на 94% нижчою за рівень 2019 року, оскільки багато напрямків залишилися закрито для необхідного проїзду

Серед субрегіонів у 2021 році Карибський басейн був найефективнішим: кількість міжнародних авіарейсів зросла на 63% порівняно з 2020 роком, але впала

на 37% порівняно з 2019 роком. Згідно з наявними даними, деякі острови Карибського басейну наблизилися або перевищили рівень до пандемії. Південна Середземноморська Європа (+57%) і Центральна Америка (+54%) також зазнали значного відновлення в 2020 році, але залишилися на 54% і 56% нижче рівня 2019 року відповідно. Північна Америка (+17%) і Центральна і Східна Європа (+18%) також піднялися вище рівня 2020 року [62].

Серед напрямків, за якими доступні дані за січень-листопад 2021 року, кілька островів у Карибському басейні та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, а також деякі невеликі європейські напрямки зафіксували найкращі результати порівняно з 2019 роком: Віргінські острови США (+29%), Пуерто-Ріко (+ 4%), Албанія (-11%), Сан-Марино (-19%), Мальдіви (-24%), Домініканська Республіка (-27%), Ліхтенштейн (-29%). До листопада 2021 року в Мексиці спостерігався спад на 30% [62].

Незважаючи на загальне покращення, темпи відновлення залишаються повільними та нерівномірними в різних регіонах світу через різний ступінь обмежень мобільності, рівень вакцинації та впевненість мандрівників. Незважаючи на те, що міжнародний туризм поступово відновлюється, внутрішні подорожі продовжують сприяти відновленню загального туристичного сектору, особливо в кількох. Варто зазначити, що в 2019 році загальний внесок глобальної індустрії подорожей і туризму в зайнятість, включаючи робочі місця, що підтримуються непрямыми та індукованими впливами, становила 10, 4% від загальної чисельності зайнятих (329,578 млн осіб). Безпосередній внесок у зайнятість становив 119,223 млн робочих місць (3,7% зайнятих у всіх видах діяльності світової економіки).

За даними звіту UNWTO, про розвиток міжнародного туризму в січні-липні 2022 року, за цей період відбулося 474 млн. туристичних поїздок, тоді як за аналогічний період 2021 року їх було 175 млн.

Лише у червні та липні 2022 року було зареєстровано 207 млн міжнародних прибутків, що вдвічі більше, ніж за ті самі два місяці минулого року. На ці два літні

місяці припадає 44% загальної кількості поїздок, зареєстрованих за перші 7 місяців 2022 року.

У прогнозах щодо відновлення світового туризму до рівня 2019 року експерти UNWTO обережні: близько 61% з них бачать потенційне повернення до допандемійного рівня лише у 2024 році чи пізніше.

На думку експертів UNWTO, складне економічне середовище може чинити додатковий тиск на ефективне відновлення міжнародного туризму через стрімке зростання цін на нафту, зростання інфляції, потенційне підвищення процентних ставок, високий рівень боргу та поточні збої в ланцюжку поставок. Однак нинішнє відновлення туризму на багатьох ринках, головним чином у Європі та Америці, у поєднанні з широким поширенням вакцинації та суттєвим скоординованим скасуванням обмежень на подорожі може допомогти відновити довіру споживачів до туризму у 2022 році [75].

У той час як міжнародний туризм відновлюється, внутрішній туризм продовжує стимулювати відновлення сектору у зростаючій кількості напрямків, особливо тих, які мають великі внутрішні ринки. На думку експертів, внутрішній туризм і подорожі поблизу дому, а також активний відпочинок, природні продукти та сільський туризм є одними з основних туристичних трендів, які продовжуватимуть формувати туризм у 2023 році.

Отже, туризм давно став однією з важливих складових інфраструктури багатьох країн, впливаючи опосередковано, а часом і прямо, на розвиток країни в цілому. Саме розвинена інфраструктура в поєднанні з наданням якісних послуг і сприятливими кліматичними умовами, історико-культурною та архітектурною спадщиною є основою і в кінцевому підсумку перетворюють туризм у високорентабельну галузь економіки будь-якої країни. Тому туризм можна розглядати як один із інструментів ефективного та динамічного економічного розвитку.

Через пандемію COVID-19 туристична галузь зазнала великих втрат, оскільки ця пандемія стала найсерйознішим викликом 2020 та 2021 року, та продовжує не

лише негативно впливати на туризм, а й загалом поглиблювати економічну, соціальну кризу в усьому світі. COVID-19 та запровадження країнами світу жорстких протиепідемічних заходів прискорили трансформацію світового туризму. Тому нинішня криза – це можливість створити більш стійку туристичну економіку, розробити нові туристичні продукти, використовуючи всі проти-епідеміологічні заходи, спрямувати значні зусилля з боку державних інституцій на розвиток і підтримку внутрішнього туризму та рекреації.

## **2.2 Характеристика розвитку туризму в провідних регіонах світу**

У наш час туризм є комплексною міждисциплінарною діяльністю, яка забезпечує вирішення багатьох економічних, соціальних, політичних та екологічних проблем.

Для багатьох країн світу сьогодні пріоритетною сферою економіки є міжнародний туризм, який сприяє всебічному сталому економічному розвитку, соціальній інтеграції, зростанню зайнятості та боротьбі з бідністю, ефективному використанню ресурсів, охороні навколишнього середовища, розвитку міжкультурних комунікацій, мир і безпека як важлива складова соціальної взаємодії у світовому масштабі [80].

Розвиток туризму є особливо актуальним в економіці країни, адже саме завдяки туристичній галузі можна покращити соціально-економічну ситуацію в цілому, адже це може забезпечити зростання доходів та покращити економічні показники у багатьох видах економічної діяльності. через його мультиплікаційний ефект. Зокрема, завдяки індустрії туризму підтримується майже 50 суміжних підприємств, один турист дає роботу 10 людям, а створення одного робочого місця в туризмі в 20 разів дешевше, ніж у промисловості [60, с.44], (рис. 2.2.):

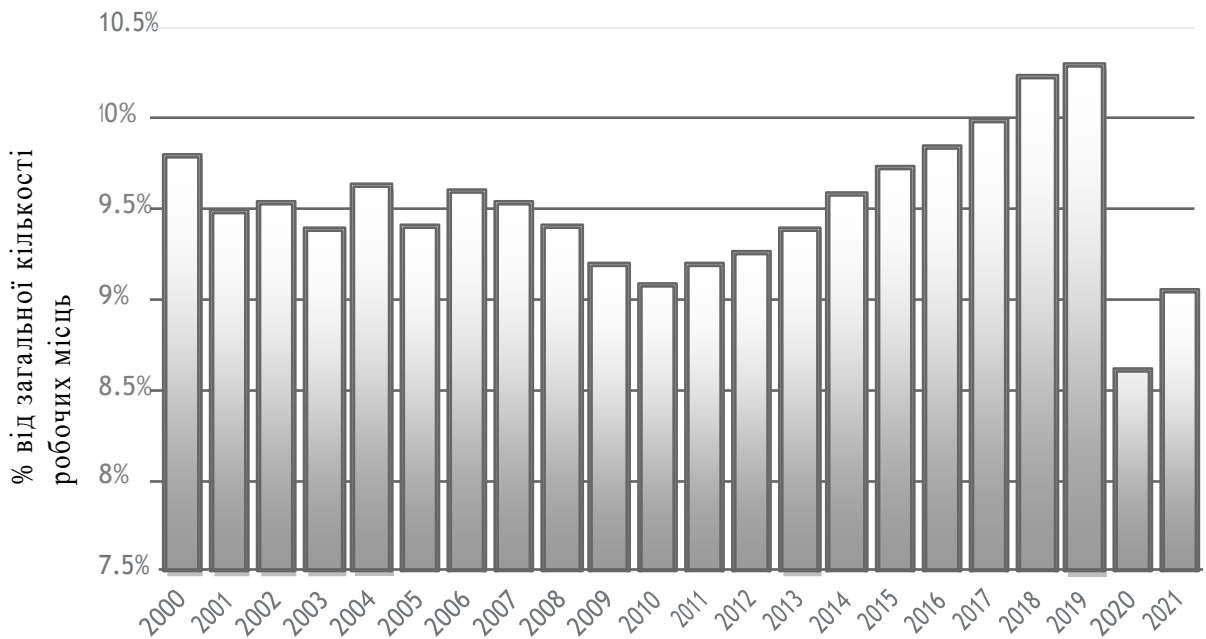


Рис. 2.2 Загальний світовий внесок туристичної індустрії у робочі місця у період 2000-2021рр., (%).

Джерело: Travel & tourism economic impact 2022 [Electronic resource]. –Access mode: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>

Варто зазначити, що в усьому світі, у країнах на всіх рівнях розвитку, багато мільйонів робочих місць і підприємств залежать від сильного та процвітаючого сектору туризму. Туризм також є рушійною силою захисту природної та культурної спадщини, збереження її для майбутніх поколінь.

Всесвітня туристична організація Організації Об'єднаних Націй (ЮНВТО) виділяє п'ять туристичних регіонів, у межах яких розрізняються окремі райони: Американський (у складі Північної, Центральної, Південної Америки та Карибського басейну), Європейський (Південна, Західна, Північна, Центральна та Східна Європа), Африканський (Північна, Західна, Центральна, Східна та Південна Африка), Азіатсько-Тихоокеанський (у складі Північно-Східної, Південної, Південно-Східної Азії та Океанії, куди також належать Австралія та Нова Зеландія). Окремим регіоном світового туризму є Близькосхідний, до якого входять країни арабського світу, розташовані в Північній Африці та на Близькому Сході [65].

Зазначу, що у 2021 році найбільш відвідуваним регіоном світу стала Європа з часткою 67,4%. Другим регіоном інтересу іноземних туристів стала Америка з часткою туристичних доходів 19,7%. Азіатсько-Тихоокеанський регіон відвідали 5% світових туристів, а Африку та Близький Схід відповідно 4,3% і 3,5% [82], (рис. 2.3.):

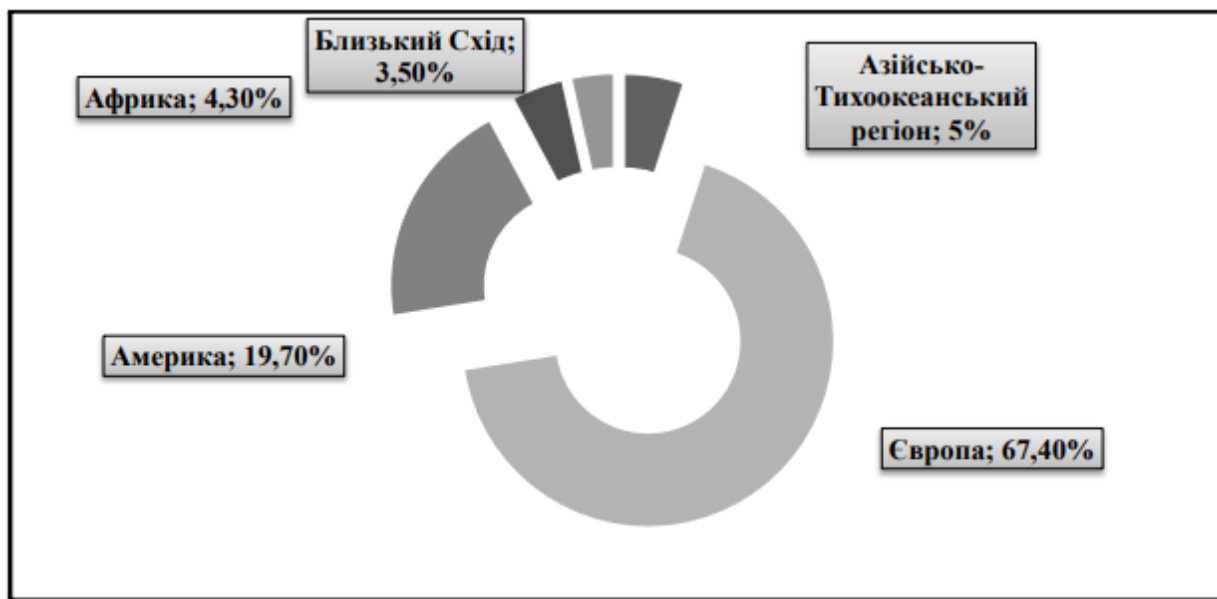


Рис. 2.3. Регіональна структура міжнародних туристичних потоків в 2021 році, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

За даними Всесвітнього туристичного барометра UNWTO за 2020 рік, десять країн увійшли до світових лідерів за кількістю туристів: Франція, Іспанія, США, Китай, Італія, Туреччина, Мексика, Таїланд, Німеччина та Велика Британія. Через пандемію коронавірусу потік туристів у світі скоротився на 65%. За перші вісім місяців 2020 року кількість міжнародних прибуттів знизилася на 70%. Це призвело до втрати 730 млрд доларів, понад 120 мільйонів робочих місць опинилися під загрозою.

Вплив пандемії COVID-19 на прибуття іноземних туристів до найбільш відвідуваних країн світу є катастрофічним [65], (табл. 2.5).

Таблиця 2.5.

10 країн-лідерів за міжнародними туристичними прибуттями в 2018-2019рр.  
до пандемії COVID-19 та темпи спадання в 2020 році під впливом пандемії.

Місце	Країна	2018, млн. осіб	2019, млн. осіб	2020/2019, %
1	Франція	89,4	90,2	-75,3%
2	Іспанія	82,8	83,8	-76,1%
3	США	79,2	78,7	-72,0%
4	Китай	62,9	67,5	-84,1%
5	Італія	61,6	64,6	-57,3%
6	Туреччина	45,8	52,5	-72,3%
7	Мексика	41,3	44,9	-46,5%
8	Таїланд	38,2	39,7	-79,4%
9	Німеччина	38,9	39,4	-63,0%
10	Великобританія	38,7	36,9	-60,5%

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

Варто зазначити, що у 2020 році під впливом пандемічної кризи в усіх 10 країнах-лідерах за міжнародними туристичними прибуттями було зафіксовано падіння кількості туристів. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), відсоток зниження становив від - 46,5% у Мексиці до - 84,1% у Китаї. Країни Європи також постраждали від кризи: від - 57,3% в Італії до - 76,1% в Іспанії [65].

Щодо Європейського регіону, то до пандемії COVID-19, внесок туристичної індустрії в економіку регіону становив, приблизно, 9,2%. У 2020 році після падіння на 47,1% у доходах галузі, ця частка знизилася до 5,2%. 2021 рік ознаменував початок відновлення для регіону туристичної індустрії, так як її внесок в економіку відновився на 28% - це найшвидший темп відновлення серед усіх основних туристичних регіонів світу. Таке сильне зростання було спричинене внаслідок зростанням витрат міжнародних відвідувачів на 23,9% і зростанням доходів від внутрішніх туристів на 34,2%.

З точки зору зайнятості, туристичний сектор підтримував 34,7 мільйона робочих місць у Європі у 2021 році, що становило 9,1% усіх робочих місць в



економіці, і в порівнянні з 2020 роком кількість робочих місць збільшилася на 1,6 мільйона.

Найбільш значного відновлення внеску туристичної індустрії, для їх загальної економіки, відчули такі європейські країни як: Греція, Туреччина, Італія та Іспанія. Їх туристичний сектор відновився на 74,9%, 60,6%, 58,5% і 52,5% відповідно. Для Греції, Туреччини та Іспанії, таке зростання було зумовлене в основному поверненням іноземних відвідувачів, оскільки уряди цих країн мінімізували обмеження на в'їзд до країни. У випадку з Італією, однак, ріст був спричинений зростанням витрат внутрішніх відвідувачів на 76,4%.

Щодо Великої Британії, яка у 2021 році займала дев'яте місце за загальним внеском туризму у світову економіку, її темпи зростання склали 40,3%, випереджаючи темпи розвитку економіки Британії, та європейського туристичного сектору в цілому. Це зростання було повністю спричинено збільшенням доходів від внутрішніх відвідувачів на 57,5%. Відсоток був би більшим, якби постійні обмеження на подорожі по всьому світу та поширення штампу Omicron не знизили попит на подорожі. Наприклад, у 2019 році двома найбільшими вихідними ринками для Великобританії були США та Франція з 4 мільйонами та 3 мільйонами відвідувачів, які відповідно, прибувають з цих країн. У 2020 році кількість туристів із США впала на 78%, а кількість відвідувачів з Франція скоротилася на 69%. У 2021 році ці показники скоротилися ще на 58% і 67%, що завадило відновленню подорожей і туризму Великобританії [84].

Американський туристичний регіон, включає в себе Північну та Латинську Америки, і також регіон Карибського моря. Після різкого падіння на 45,5% у 2020 році, внесок туристичної індустрії у ВВП Американського регіону відновився на 23,1% у 2021 році, що швидше, ніж середній глобальний приріст на 21,7%. В абсолютному вираженні внесок туризму у ВВП збільшився з 1,447 мільярдів доларів США у 2020 році, до 1,781 мільярдів доларів США у 2021 році. У результаті частка ВВП туризму, в загальному обсязі економіки, зросла з 5% у 2020 році до 5,9% у 2021 році. Таке відносно сильне відновлення допомогло Північній і

Південній Америці зберегти свої позиції як регіон з найбільшим внеском туристичної індустрії у ВВП.

Туристична індустрія також створила 2,7 мільйона нових робочих місць у регіоні у 2021 році, збільшивши кількість людей, зайнятих у цьому секторі збільшившись на 8,6% до 34,6 млн. У результаті 1 з 12 робочих місць було підтримано сектором туризму. Незважаючи на сильне відновлення, внесок туризму у ВВП у 2021 році на 33% відставав від рівня до пандемії.

На субрегіональному рівні швидкість відновлення туристичної індустрії в Карибському басейні (36,6%) була вищою, ніж у Латинській Америці (26,5%) і Північній Америці (22,3%). Частково, це можна пояснити більшим зниженням внеску подорожей і туризму у ВВП у Карибського басейну в 2020 році, ніж в інших регіонах.

З темпом відновлення у 22%, США зберегли свою позицію як найбільший у світі сектор подорожей і туризму, оскільки вони зробили внесок 1,27 трильйона доларів США в свою економіку. Тим часом внесок сектору становив 13,1% від загального ВВП Мексики – найбільша частка серед країн G20. Найшвидші темпи одужання спостерігалися в Сент-Люсії, на Багамах і в Колумбії; в туристичних секторах цих країнах, спостерігався зріст на 92,6%, 88,9% і 83,8% відповідно. Відновлення подорожей і туризму в Америці відбулося більшою мірою завдяки доходам від внутрішніх мандрівників, а не від міжнародних, оскільки частка перших зросла на 28,8%, а останніх на 15,1% [84].

Частка туристичної індустрії у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні у 2021 році, відновилася лише на 16% у річному вимірі ВВП. Це було викликано суворими обмеженнями на подорожі в регіоні. В цілому, внесок туристичного сектора в загальну економіку регіону, у 2021 році, залишався на 52,2% нижчим, ніж до пандемії. Відносно повільніші темпи відновлення були повністю зумовлені збільшенням витрат внутрішніх мандрівників на 30,6%. Країни регіону залишалися закритими або обмеженими для міжнародних туристів. Отже, витрати міжнародних мандрівників впали ще на 44,4% у 2021 році після різкого падіння на 77,9% у

попередньому році. Це зменшило частку витрати міжнародних відвідувачів з 26% у 2019 році до 7% у 2021 році. Наприклад, у Китаї та Індії, де цей сектор підтримує найбільше робочих місць у світі, але його відновлення було пригальмовано подальшим падінням витрат іноземних відвідувачів.

Загальний внесок туристичної індустрії в національну економіку Китаю відновився на 16,9%, тоді як в Індії спостерігалось набагато сильніше зростання, аж на 43,6%. Подібним чином, внесок туристичного сектора на Філіппінах зріс за доволі вагомо (129,5%), і це було зумовлено виключно збільшенням доходів від внутрішніх подорожей на 183,8%. Відновлення туристичного сектору було б сильніше, якби не завадило скорочення витрат іноземних відвідувачів на 69,1%.

Кількість робочих місць, які підтримує у регіоні туристична індустрія, зросла на 6,2% у 2021 році до 159,2 млн робочих місць. Але залишилася на 13,8% нижче рівня 2019 року (184,7 млн робочих місць) [84].

У 2021 році туристична індустрія в Африці почала оговтуватися від руйнівного впливу пандемії. Як наслідок, внесок туристичної індустрії у загальну економіку регіону зріс на 23,5%, збільшившись з 97 мільярдів доларів США у 2020 році, до 119 мільярдів доларів США у 2021 році. Цей темп відновлення був швидше, ніж темп відновлення економіки регіону (5,8%) і світового туристичного сектору (21,7%). Таке зростання призвело до збільшення частки туристичної індустрії у загальному ВВП африканського регіону. Вона зросла з 3,8% у 2020 році до 4,4% у 2021 році. В Північній Африці (26,8%) зростання було відчутнішим, ніж в Африці на південь від Сахари (21,7%).

Кількість робочих місць, створених у цьому секторі, також зросла разом із відновленням внеску туристичного сектора у ВВП. У 2020 році через обмеження на подорожі, пов'язані з пандемією COVID-19, було втрачено 5,8 мільйона робочих місць у туристичній сфері. Але у 2021 році, кількість вакансій, у туристичній сфері, в регіоні зросла на 8,2% - що становило 21,3 мільйона робочих місць.

Темпи зростання витрат внутрішніх мандрівників випередили темпи зростання міжнародних мандрівників (39,4% проти 11,3%), тому частка міжнародних витрат у

загальних внутрішніх витратах в туристичній сфері регіону знизилася з 44% у 2019 році до 28% у 2021 році.

Контраст між відновленням витрат внутрішніх та міжнародних туристів був досить різким в Південній Африці (ПАР), тому що країна заборонила поїздки та ввела карантин з боку інших країн після виявлення штаму Омікрон вірусу COVID-19 у листопаді. Тоді як доходи від внутрішніх відвідувачів зросли на 47,2%, доходи від іноземних відвідувачів впали на 40,4%, і це призвело до незначного відновлення туристичної сфери в країні на 8,4%.

Єгипет, який має найбільший туристичний сектор в Африці, зафіксував значне відновлення в річному обчисленні на 29,3%. Сприяли цьому, зростання кількості міжнародних туристів на 28,8%, що збільшило дохід сектору на 36,4% [84].

У 2021 році туристичний сектор на Близькому Сході, відновлювався найповільніше серед усіх регіонів світу. Після падіння внеску туристичного сектору на 50% у ВВП, у 2020 році, він відновився на всього на 15,9% у порівнянні з середньосвітовим показником у 21,7%, у 2021 році. Як у результаті, внесок туристичного сектору у ВВП регіону, у 2021 році, склав 189 мільярдів доларів США, що на 41,8% нижче рівня 2019 року. Крім того, до пандемії, частка витрат іноземних туристів була вищою, ніж витрати внутрішніх. Проте, у 2020 році, витрати міжнародних туристів впали на 68,9%, і скромне зростання на 4,1% у 2021 році зменшили їх частку до 39%.

Внесок сектора у зайнятість збільшився на 390 000 і досяг 5,6 мільйона робочих місць у 2021 році, що становить 7,3% усіх робочих місць в регіоні.

Частка інвестицій у туристичну сферу регіону, у 2021 році, склала 7,4% від загального обсягу капітальних інвестицій в економіку регіону; тільки в країнах Карибського басейну частка інвестицій в туризм була вища. Серед усіх 185 країн, Саудівська Аравія мала треті за величиною інвестиції в цей сектор із 36,8 мільярдами доларів США, вкладеними в туристичну індустрію.

У 2021 році туристичний сектор в Об'єднаних Арабських Еміратах відновився на 41,1%, що стало третім за швидкістю зростання в регіоні. Таке сильне

відновлення було підкріплено збільшенням доходів від міжнародних туристів на 48,8%. Виставка Ехро 2020 і міжнародні події з крикету, такі як Індійська Прем'єр-ліга та Чемпіонат світу з крикету ІСС Т20, стали факторами, що сприяли збільшенню кількості міжнародних туристів з 11,3 млн осіб у 2020 році, до 12,9 млн осіб у 2021 році [84].

Отже, згідно вищенаведених даних по окремим туристичним регіонам, виділю вагоме відновлення, майже усіх регіонів, у 2021 році, (рис. 2.4.):

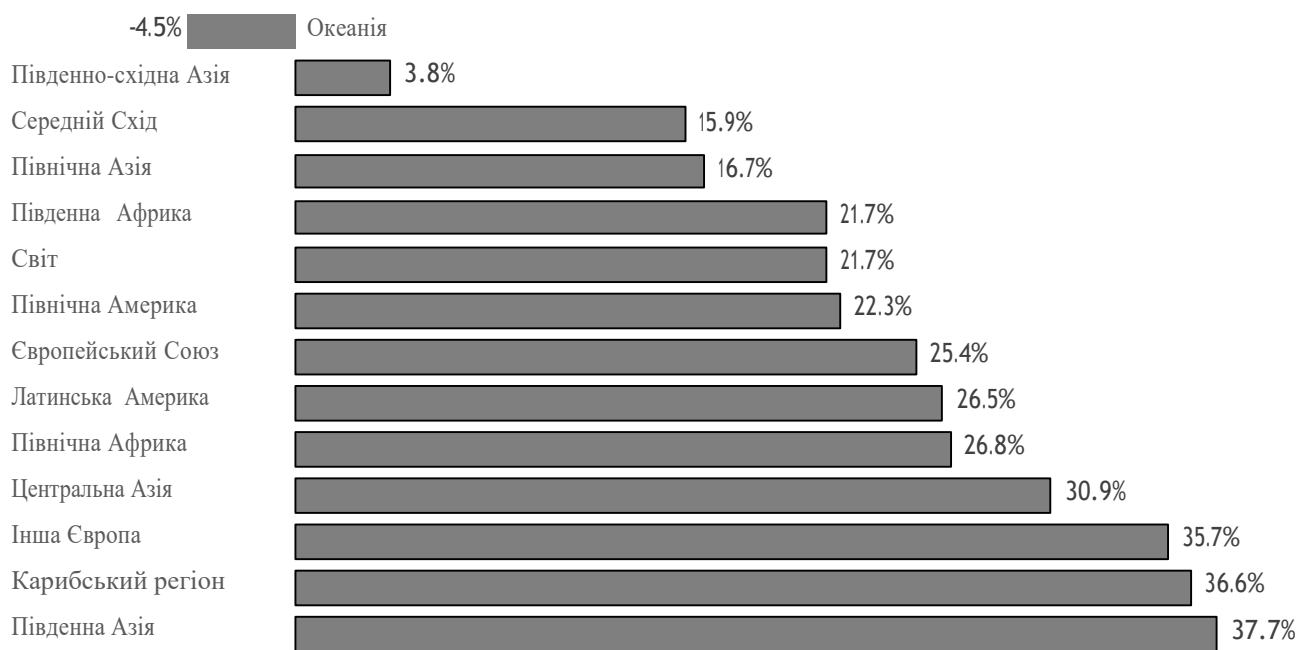


Рис. 2.4. Субрегіональні зміни ВВП індустрії туризму , 2021 рік порівняні з 2020 роком (%).

Джерело: Travel & tourism economic impact 2022 [Electronic resource]. –Access mode: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>

Також відмічу тенденцію щодо зростання частки поїздок до туристичних центрів у межах одного регіону. Найпотужніші потоки еміграції в інші регіони формуються в країнах Європи, Північної та Південної Америки, Східної Азії та Тихоокеанського регіону. Південна Азія, Близький Схід і Африка значною мірою залежать від приїзду туристів з інших регіонів. У межах Північної Америки та

Карибського басейну основними туристичними напрямками є США, Мексика, Канада, Пуерто-Ріко та Домініканська Республіка, а найпотужніші виїзні потоки формуються в США та Канаді.

### **2.3. Заходи подолання проблем функціонування міжнародної туристичної індустрії**

На сучасному етапі світовий туризм набуває все більшого значення і є найбільш динамічно розвинутою сферою світового господарства. Туризм, як глобальне явище, прогресує та поширюється на всі регіони та країни світу та є високоприбутковою галуззю світової економіки. Визначальними факторами, які дозволяють розглядати індустрію туризму як важливий фактор, що сприяє економічному зростанню та підвищенню міжнародної конкурентоспроможності країн у рамках світової економіки, є зростання доходів від міжнародного туризму та збільшення доходів у формуванні ВВП країни. Таким чином, стан та активний рівень розвитку індустрії туризму країн є вирішальним чинником соціально-економічного, політичного та культурного розвитку, тому з метою визначення подальших напрямів розвитку туристичних регіонів прогнозування основних показників здійснено розвиток індустрії туризму, зокрема міжнародні надходження до регіону та обсяги доходів від міжнародного туризму за основними проаналізованими туристичними регіонами [49, с.98].

Сучасний туризм називають феноменом ХХ століття та важливою сферою світової економіки, оскільки він набув ознак окремої галузі світового господарства та характеризується значними обсягами міжнародної торгівлі власними послугами. Протягом останніх десятиліть індустрія туризму характеризувалася високими та стабільними темпами розвитку, що сприяло не лише розширенню соціально-економічних та політичних зв'язків між країнами, а й поповненню бюджетів на макрорівні. Багато факторів економічного, політичного, соціального, природного і технічного характеру впливають на туристичну діяльність, серед яких: міжнародний

тероризм, гарантування безпеки туристів, техногенні катастрофи; нерівномірний розподіл туристичних потоків; політична нестабільність в окремих регіонах світу; тривала світова рецесія.

Міжнародний туризм в кризових ситуаціях є досить вразливим видом економічної діяльності, швидко реагує на зміни, що відбуваються, в той же час, період відновлення відносно короткий. При цьому попит на туристичні продукти та послуги зменшується, але повністю не зникає [13, с. 96].

Водночас зменшення глобальних потоків мандрівників посилює конкуренцію у сфері туризму. Специфіка ведення цього виду господарської діяльності полягає в тому, що для його розвитку недостатньо зусиль приватного сектора. Туризм передбачає формування відповідної інфраструктури, що вимагає величезних фінансових витрат, що неможливо без участі держави.

Індустрія туризму має певні особливості, які необхідно враховувати при формуванні моделей і прогнозів розвитку різних територій. Так, зокрема, туризм створює мультиплікативний ефект на багато інших сфер економічної діяльності: транспорт, будівництво, сільське господарство, торгівлю, громадське харчування та ін. Водночас туризм, з одного боку, може зробити значний внесок у поповнення валютних резервів держави, з іншого боку, може бути «чорною дірою» для вивезення валюти за кордон. Крім того, туризм можна віднести до видів економічної діяльності підвищеного ризику, оскільки економічна, політична та соціальна нестабільність у тому чи іншому регіоні вважаються найбільш суттєвими факторами ризику [54, С. 24].

Особливістю розвитку сучасного туризму є перетворення туристичних організацій на міжнародні спільні підприємства, корпорації та асоціації. Це дає змогу значно покращити інформаційний обмін, забезпечити більш ефективний вихід на зовнішній ринок, об'єднати зусилля партнерів в умовах загострення конкуренції на ринку туристичних послуг.

Міжнародний туризм відіграє значну роль в економічному розвитку, сприяючи зусиллям у сфері комплексного розвитку регіонів, які розташовані далеко

від промислових центрів і мають недостатні економічні ресурси. У ряді країн міжнародний туризм перетворився на велику самостійну галузь, що займає домінуюче положення в структурі економіки. Це пов'язано з тим, що міжнародним туристам, які подорожують до інших країн, надається значна кількість послуг, які споживаються туристами під час поїздок за кордон. Ці послуги включають доставку туристів і їх переміщення по країні прибуття, розміщення в готельній мережі, рекламу туристичного продукту, реалізацію туристичного продукту, надання культурних послуг, а також задоволення ділових і наукових інтересів туристів, задоволення потреб у розвагах тощо. Водночас туризм також є важливим чинником розвитку та зростання багатьох країн, забезпечуючи дохід, зайнятість, інвестиції та експорт. Він також може фінансувати такі важливі сфери, як збереження культурної та природної спадщини, покращення інфраструктури та місцевих громадських об'єктів. Позитивні чи негативні наслідки туризму цілком залежать від планування та управління його діяльністю [54, с. 25].

Індустрія міжнародного туризму має специфічні особливості: наявність ресурсної спрямованості засобів розміщення туристичних підприємств; сезонність у наданні послуг; розвиток інформаційної інфраструктури. Міжнародні туристичні операції є не тільки фактором формування валютних надходжень, а й важливим інструментом підвищення престижу держави. Зі 195 країн світу понад 150 країн займаються міжнародним туризмом. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), до 2030 року кількість туристів у всьому світі сягне 1,36 млрд осіб [75]. Іншими словами, кожен п'ятий житель планети буде здійснювати туристичні поїздки. Є також 15 країн, які спеціалізуються виключно на туристичних послугах, дохід від яких у багато разів перевищує дохід від експорту. Серед них Барбадос, Сейшельські острови та інші острівні держави тропіків. Для 38% країн туризм є основним джерелом доходу, а у 83% країн туризм входить до ТОП-5 основних джерел доходу. В усіх країнах світу спостерігається нерівномірність розвитку сфери міжнародного туризму.



Туризм часто розглядається (і використовується регіональними розробниками та фінансовими установами) як шлях економічного розвитку для структурно слабких, периферійних територій, як панацея, яка забезпечує робочі місця та дохід, приплив капіталу та, нарешті, зупиняє міграцію шляхом створення позитивної соціально-економічної перспективи. на майбутнє . Однак найчастіше ці великі надії не виправдовуються, і або кількість відвідувачів, або економічний внесок, або навіть те й інше, не відповідають попереднім очікуванням. Для того, щоб поставити ці очікування на більш реалістичну основу, відповідно, щоб вибрати більш відповідні стратегії розвитку, потрібне глибше розуміння механізмів: що впливає на економічні результати туризму та чи можна ці детермінанти, у свою чергу, оптимізувати за допомогою рішень. Однак, перш ніж розглядати це питання, здається, необхідно спочатку з'ясувати, якими насправді є економічні наслідки туристичної діяльності, оскільки зацікавлені сторони, як правило, плутають з різними поняттями, такими як економічний внесок, вплив або вигоди, валовий оборот, додана вартість або економічні витрати - як вони відбуваються, чим відрізняються різні заходи та які витрати необхідно брати до уваги. На практиці ці міркування мають привести до більш реалістичної картини туризму як засобу регіонального розвитку та до більш обґрунтованих стратегій.

Існують також додаткові причини, чому тема економічного впливу туризму є надзвичайно актуальною як для академічних досліджень, так і для порад, орієнтованих на практиків: по-перше, і на відміну від інших секторів, економічне значення яких не заперечується, це відповідно широко визнано (наприклад, виробництво автомобілів у наприклад, у Німеччині), зацікавлені сторони у сфері туризму повинні наголошувати на економічному значенні туризму, щоб акцентувати увагу на зусиллях лобіювання фінансових ресурсів, законів, планування, регулювання, оподаткування та субсидій.

Як зазначає Кромптон, існує небезпека: «Більшість досліджень економічного впливу замовляють для легітимізації політичної позиції, а не для пошуку економічної правди». По-друге, через складну структуру різних галузей, які

складають туристичний сектор, необхідні величезні емпіричні зусилля, щоб виміряти економічне значення туризму для цих підгалузей і галузей, а також для національної/регіональної економіки в цілому. . Ця складність відкрила шлях для власної галузі досліджень, пов'язаної з економічним аналізом у туризмі, яка за ці роки досягла значного прогресу. По-третє, дослідження, що оцінюють економічні наслідки туризму, дають єдині результати, які піддаються кількісній оцінці грошових наслідків туризму, порівняно з впливом туризму на імідж, інфраструктуру чи компетентність, де втручається декілька інших змінних. [71, с. 79]

Дослідження перспективних напрямів розвитку туристичних регіонів світу дозволило встановити, що для ефективного функціонування туристичної галузі необхідно запровадити чітку координацію дій щодо різних складових розвитку туристичного регіону. У зв'язку з цим актуальною та необхідною є реалізація комплексу заходів щодо розвитку індустрії туризму в регіонах світу, насамперед на основі пошуку та визначення конкурентних переваг туристичного регіону, спрямованих на підвищення міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів

Це потребує запровадження сталого та позитивного туристичного іміджу регіону, оновлення та зміцнення матеріально-технічної бази туристичного регіону, фінансової підтримки туристичної галузі та галузі в цілому, створення сприятливих умов та реалізація наявного туристичного потенціалу для функціонування галузі в регіоні за рахунок державної підтримки, усунення диспропорцій та підвищення рівня професійної підготовки працівників туристичної галузі регіону, створення належних та безпечних умов для туристів перебування в туристичному регіоні.

Визначення конкурентних переваг туристичного регіону створює основу для розуміння перспективних напрямів і завдань, що стоять перед індустрією туризму. Таким чином, стає можливим оцінити та забезпечити ефективну діяльність учасників туристичного бізнесу, органів виконавчої влади.

Відомо, що сьогодні, за наявності природно-ресурсного та культурно-історичного потенціалу, сфера туризму може виступати провідним напрямом

розвитку міжнародних регіонів. Водночас, на нашу думку, на території туристичного регіону має бути розроблено та впроваджено механізм, який би враховував специфічні особливості туристичного регіону (культурні, історичні, природні, соціальні тощо).

Першим елементом, що формує конкурентні переваги міжнародного туристичного регіону, є формування та реалізація туристичного іміджу регіону. У сфері туризму імідж займає важливе місце, оскільки лише сформувавши позитивний туристичний імідж регіону або його окремих країн, можна бути впевненим у його привабливості, а як наслідок у конкурентоспроможності в порівнянні з іншими туристичними регіонами. У зв'язку з цим особливого значення у сфері туризму набуває маркетинг, завдання якого – виявити та задовольнити потреби туристів, повідомити про наявні або необхідні туристичні продукти/послуги, а також про місця, де ці продукти/послуги можна продати. бути придбаним.

Розмірковуючи про туристичну подорож, турист сприймає туристичний регіон як образ, який формується внаслідок різноманітних факторів, серед яких можуть бути географічне положення туристичного регіону, його історико-культурна спадщина, екологічний, соціально-економічний стан туриста. регіону, а також фактори суб'єктивного характеру. наприклад відгуки та судження родичів і друзів.

Таким чином, у цілому сукупність перерахованих факторів дає уявлення про образ туристичного регіону, який сформувався в індивідуальній і масовій підсвідомості людей. З цього випливає, що туристичний імідж здатний впливати на поведінку учасників туристичного процесу, тим самим формуючи його туристичну конкурентоспроможність на різних рівнях.

Для формування туристичного іміджу регіону необхідно здійснити заходи щодо розширення та повної характеристики туристичного регіону. Перш за все, потрібно зрозуміти, як він формується і наповнюється певними характеристиками, характерними для конкретного туристичного регіону. Необхідно також визначити чинники об'єктивного та суб'єктивного характеру, які впливають на регіональний імідж. До об'єктивних факторів належать науково-технічний потенціал, ресурсна

база, історико-культурні відмінності, інвестиційний клімат. До суб'єктивних факторів відносять ставлення і сприйняття туристичного регіону туристами, сформований у свідомості туристів туристичний імідж регіону, рівень гостинності туристського регіону і людей, які в ньому проживають, і т.д.

У його розумінні туристичний імідж є інструментом, що дозволяє реалізувати стратегічні цілі, які стосуються основних сфер діяльності регіону. Зрозуміло, що позитивний імідж туристичного регіону підвищує його привабливість серед споживачів туристичних продуктів/послуг, але він (імідж) не є постійним, оскільки під впливом різноманітних факторів (економічних, політичних, екологічних, історичних тощо) відбувається зміна туристичного регіону. , сприйняття туристичного регіону може змінитися. Виникнення військових конфліктів, екологічних катастроф, природних катаклізмів завжди призводить до ослаблення туристичного іміджу та зниження конкурентоспроможності туристичного регіону.

Отже, необхідність формування та реалізації туристичного іміджу регіону є цілком очевидною. Посилення запропонованого елемента стратегії міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону сприятиме ефективному економічному розвитку регіону, посиленню інвестиційної ініціативи, збереженню пам'яток історії та культури, залученню туристичного інтересу з боку споживачів туристичних послуг. товари та послуги.

Другим важливим заходом забезпечення міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону є розвиток і вдосконалення матеріально-технічної бази туристичного регіону. Для ефективного функціонування туристичної галузі необхідно стимулювати розвиток інфраструктури туристичного регіону та покращувати матеріально-технічну базу туризму шляхом будівництва сучасних туристичних комплексів або їх модернізації відповідно до світових туристичних стандартів, а також як реконструкція громадських будівель, пам'яток, пов'язаних з історичними подіями, культурними традиціями. Важливим елементом формування міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону є реконструкція туристичних об'єктів регіону. Тому для поступового оновлення

інфраструктури туристичного регіону з використанням сучасних технологій необхідні достатні інвестиційні ресурси.

Туристична привабливість регіону залежить від стану матеріально-технічної бази туризму, яка визначає рівень розвитку засобів розміщення та обслуговування споживачів туристичних товарів і послуг. У свою чергу, невідповідність якості послуг світовим стандартам туризму призведе до зниження міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів.

На мою думку, необхідно оновити та розширити готельну базу, побудувати нові та переоснастити існуючі туристичні об'єкти, які б змогли забезпечити високий рівень конкурентоспроможності туристичного регіону; вважаємо за необхідне проведення тендерів та конкурсів, які б дали можливість реконструювати застарілі засоби розміщення та об'єкти туристичної діяльності.

Важливим є стан транспортної інфраструктури туристичного регіону, яка також має відповідати сучасним світовим стандартам пересування та рівня безпеки. Для здійснення ефективного розвитку транспортної інфраструктури необхідно забезпечити надання якісних транспортних послуг, а також їх низьку вартість. Це можна зробити шляхом державного регулювання нормативно-тарифними методами або шляхом укладання договорів між туристичними підприємствами регіону та національними та приватними транспортними компаніями.

Таким чином, постійно розвиваючи та вдосконалюючи матеріально-технічну базу, туристичний регіон матиме всі необхідні умови для надання повного та різноманітного спектру туристичних послуг, що, у свою чергу, слугуватиме гарантом розвитку міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону. Тому жодна країна світу не повинна ігнорувати цей важливий елемент конкурентних переваг і, навпаки, приділяти йому першочергову увагу, виділяючи кошти на підтримку та розвиток матеріально-технічної бази туризму.

Для успішного та ефективного функціонування туристичної галузі регіону необхідне її фінансове забезпечення, основною метою якого є створення якісного середовища для залучення та перерозподілу фінансових коштів для розвитку

туристичного регіону. Виділення та розподіл фінансових ресурсів у туристичному регіоні забезпечить формування таких важливих напрямів розвитку, як просування національного туристичного продукту, формування інвестиційних проектів, пов'язаних з реконструкцією туристичної інфраструктури, впровадження якісної реклами та інформаційна діяльність, внутрішні та міжнародні туристичні виставки, ярмарки, презентації, семінари тощо. Слід зазначити, що фінансове забезпечення індустрії туризму характеризується наявністю певних особливостей, пов'язаних із механізмом її функціонування. Завдяки фінансуванню суміжних сфер туристичної індустрії, включаючи різноманітні розважальні заклади, готельно-ресторанний менеджмент, сервісний транспорт та транспортну інфраструктуру, досягається соціальний ефект, який полягає у використанні модернізованої туристичної інфраструктури не лише мандрівниками, а й місцевим населенням.

Державне фінансування туристичної галузі залежить, насамперед, від місця та ролі туристичної галузі в національній економіці. Виходячи зі світової практики, можна констатувати, що в багатьох країнах перше місце в цьому процесі відводиться державі. Важливою складовою державної фінансової підтримки туристичної галузі є фінансова підтримка суб'єктів малого та середнього підприємництва туристичного бізнесу регіону, які дуже часто мають проблеми з власним фінансовим забезпеченням.

Формування туристичного іміджу та розвиток матеріально-технічної бази туризму неможливі без створення необхідних умов для функціонування сфери туризму в регіоні. На нашу думку, вкрай необхідним є підвищення рівня життя населення туристичного регіону, економічна підтримка суб'єктів туристичної діяльності регіону, а також стимулювання механізму державного регулювання туризму регіону. Особливої уваги заслуговує державне регулювання туристичної галузі в регіоні. Ключовими напрямками регулювання сфери туризму є розробка методичних рекомендацій та положень, що стимулюють впровадження та забезпечують досягнення пріоритетних напрямів і цілей державного регулювання.

Тому безпека міжнародного туризму і туристичного регіону, зокрема, включає систему стратегічних і цілеспрямованих заходів, метою яких є повне усунення таких умов, за яких життя або здоров'я туриста може опинитися під загрозою. При цьому ці способи захисту не повинні обмежувати свободу і права, завдавати шкоди як туристам, так і жителям цієї країни чи регіону.

### **Висновки до 2-го розділу**

Таким чином, підсумовуючи все вищесказане, варто зробити висновок, що перспективний розвиток туристичних регіонів світу та підвищення їх міжнародної конкурентоспроможності неможливі без створення необхідних умов для розвитку туристичної галузі.

З моєї точки зору, необхідно запровадити позитивний імідж туристичного регіону за рахунок підвищення рівня життя населення, забезпечити фінансову підтримку суб'єктів туристичної галузі, зміцнити та розгалузити матеріально-технічну базу туристичної індустрії та галузі в цілому, створення в туристичному регіоні належних умов для успішного функціонування галузі за рахунок державної підтримки та регулювання туризму, підвищення кваліфікації працівників туристичної галузі регіону, забезпечення туристів належними умовами. для безпечного перебування в туристичному регіоні.

Системна та комплексна реалізація всіх вищезазначених елементів забезпечення міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону створить необхідні умови для функціонування та розвитку туристичної галузі регіону, тим самим забезпечуючи її конкурентоспроможність у системі світового господарства.

Серед соціальних факторів розвитку туризму, перш за все, необхідно відзначити збільшення тривалості вільного часу населення (скорочення робочого часу, збільшення тривалості щорічних відпусток), яке в поєднанні зі збільшенням рівень життя населення, означає приплив нових потенційних туристів.

Збільшення тривалості вільного часу об'єктивно пов'язане із сучасною науково-технічною революцією, в умовах якої значно зростає значення розумової праці, зростає виробнича та побутова напруженість. Все це призводить до фізичної та психологічної втоми людей, що вимагає вжиття додаткових заходів для відновлення працездатності.



## РОЗДІЛ 3

### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

#### 3.1. Місце України на ринку міжнародної туристичної індустрії

У сучасних умовах розвитку процесів глобалізації світових ринків зовнішня торгівля послугами, особливо туристичними, набуває особливого значення. Це пов'язано зі зростанням попиту на туристичні послуги, підвищення якості та пропозиції туристичного продукту, розширенням видової диверсифікації міжнародного туристичного ринку, яка зумовлена розвитком нових видів туризму, збільшенням платоспроможності населення розвинутих країн світу. За таких умов усе більшого значення набуває питання визначення місця України на міжнародному туристичному ринку та підвищення конкурентоспроможності вітчизняного туристичного продукту на ньому.

Туризм є невід'ємною частиною доходів державного бюджету в багатьох країнах, деякі країни отримують менше, інші – більше, у деяких – туризм є основним джерелом доходу. Окрім прибутковості, туризм виступає потужним чинником посилення престижу країни, впливає на її міжнародні зв'язки, стабілізуючи відносини між країнами і регіонами, виступає як фактор підвищення освітнього рівня людей, сприяє диверсифікованості економіки, підвищує інноваційність національного господарства, розвиваючи галузі, що обслуговують сферу туризму, значно впливає на експортно-імпорتنу діяльність держави, адже саме міжнародний туризм є активним генератором міжнародних торговельних потоків товарів і послуг інших сфер економіки. Крім того, необхідно зазначити, що туризм є джерелом валютних надходжень і засобом забезпечення зайнятості населення країни [60,с.101].

У багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні приросту валового внутрішнього продукту (ВВП), підвищенні зовнішньоторговельного

балансу, створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення. Туризм має величезний вплив на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво споживчих товарів та інші, тобто виступає своєрідним стабілізатором соціально-економічного розвитку. У свою чергу, на розвиток туризму впливають різні чинники: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні та політико - правові аспекти.

Сучасна туристична індустрія України, бере свій початок після розвалу СРСР, і створення окремої незалежної держави на просторах колишньої УРСР, у 1991 році. Вже 12 серпня 1993 року, було створено Державний комітет України по туризму (Держкомтуризму), який підпорядковувався Кабінету міністрів України. На мою думку, саме ця подія стала першою сторінкою в історії сучасної туристичної індустрії на теренах України. Починаючи з 1997 року, Україна є дійсним членом Всесвітньої туристичної організації (ВТО), а у 1999 році, Україна стала членом Виконавчої ради ВТО - головного керівного органу, що формує світову туристичну політику. Це свідчить про довіру до України, всіх 133-х держав-членів ВТО.

Найбурхливіший розвиток туристичної індустрії України, припав на складні 90-ті роки, період становлення ринкових відносин. В умовах тотального занепаду неконкурентно-спроможної промисловості, яка дісталася Україні у спадок від СРСР, спостерігався масовий відтік робочої сили з традиційних провідних галузей економіки Радянського Союзу (металургійної, машинобудівної, оборонної) до сфери надання послуг. Маю сказати, що це являє собою закономірний процес, характерний для розвитку усієї світової економіки, але у багатьох розвинених країнах процес деіндустріалізації настав набагато раніше, тож Україні прийшлося наздоганяти тогочасні світові тенденції .

Виходячи з вищесказаного, зауважу що деіндустріалізація суспільства, внесла доволі вагому частку у розвиток індустрії туризму в Україні. Також відзначу, що не менш важливим підґрунтям для розвитку галузі в країні, став її незрівнянний туристичний потенціал, який складається з великої кількості збережених історико-

культурних та архітектурних пам'яток, об'єктів, рекреаційного призначення, природно-кліматичних ресурсів.

Питання розвитку туристичної індустрії у світі та Україні висвітлені в наукових працях вітчизняних і зарубіжних науковців. Я. А. Дубенюк досліджує основні напрями подальшого розвитку світового ринку туристичних послуг на підставі визначення особливостей і тенденцій розвитку міжнародного туризму та світового господарства, М. П. Мальська розглядає міжнародний туризм як суспільний феномен та індустрію, його види і чинники, що впливають на туристичний рух, Л. М. Побоченко розглядає тенденції та регулятивні механізми розвитку міжнародного туризму за умов глобалізації, І. В. Черніна досліджує регіональні проблеми туристичного бізнесу як фактора соціально-економічного розвитку України. Незважаючи на значну увагу до питань функціонування світового туристичного ринку та розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом процесів глобалізації та інтеграції, недостатньо дослідженими та висвітленими залишаються питання конкурентоспроможності туристичної галузі України на міжнародному туристичному ринку.

На розвиток туристичної індустрії в світі впливають науково-технічний прогрес, підвищення якості життя населення, збільшення тривалості вільного часу, відпусток, економічна і політична стабільність і ряд інших факторів.

Варто відзначити, що туризм - один з небагатьох видів вітчизняного бізнесу, що стабільно розвиваються. Інтерес підприємців до туризму пояснюється низкою факторів. По-перше, це не вимагає великих інвестицій, щоб почати туристичний бізнес. По-друге, великі, середні і малі (з невеликим числом співробітників) фірми досить успішно взаємодіють на туристичному ринку. У той же час, туристичний бізнес дозволяє швидко обертати капітал, а також (у сфері міжнародного туризму) отримувати великі прибутки за рахунок валютних операцій.

Розвиток туризму в Україні сприяє створенню сприятливих організаційно-правових та економічних умов для розвитку даної галузі, формуванню конкурентоспроможного внутрішнього туристського продукту на світовому ринку

на основі ефективного використання природного , історико-культурного потенціалу України, забезпечення її соціально-економічних інтересів та екологічної безпеки.

Як і у більшості європейських країн, найбільший потік туристів до України, надходить від сусідніх держав. Це можна детальніше побачити у таблиці, (табл. 3.1):

Таблиця 3.1

Рейтинг країн в'їзного туризму в Україну в 2019 році

<b>Країна</b>	<b>Кількість туристів, чол.</b>	<b>Частка країни, %</b>
Загалом	14229642	100
Молдова	4435664	31,2
Білорусь	2727645	19,2
Польща	1144249	8,0
Венгрія	1119446	7,9
Румунія	791116	5,6
Словаччина	366249	2,6
Туреччина	270695	1,9
Ізраїль	261486	1,8
Німеччина	209447	1,5
США	153778	1,1

Примітка.: складено авторами на основі даних Державної служби статистики України

З 2010 по 2019 рр. український туристичний сектор зазнавав непостійного зростання. Частка внутрішнього туризму в країні зросла на 53% за ці 10 років, а міжнародні відвідування впали на 37%. Значну кількість туристичних відвідувань

України з 2010 року до 2013 року в основному склали міжнародні візити з Росії. Але внаслідок конфлікту на сході України у 2014 році, тісні зв'язки з Росією були зруйновані, і рівень туристичних відвідувань України, у подальші роки впав, що призвело до значного зменшення загальної кількості відвідувань України іноземними туристами.

У 2019 році витрати внутрішніх та міжнародних туристів додали, безпосередньо, до ВВП України понад 3,5 мільярда доларів США. Загалом же, вклад туристичної індустрії у ВВП, оцінюється у розмірі 10,4 мільярдів доларів США, включаючи непрямі та індуковані впливи. У 2019 році, кількість іноземців що відвідали Україну склала понад 14 мільйонів осіб, а середній їхні витрати за час перебування в Україні склала 526 доларів США

Загалом, у 2019 році, індустрія туризму в Україні, становила лише 1,4% від загального ВВП України, (табл. 3.2):

Таблиця 3.2

Динаміка ВВП і частки туристичного сектору України за 2013-2019рр.

Показники	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Номінальний ВВП, млрд. грн.	1454,9	1566,7	1979,5	2383,1	2982,9	3558,7	3974,6
Темп росту номінального ВВП, у %	103,3	107,7	126,3	120,4	125,2	119,3	111,7
Реальний ВВП, у % до попереднього року	108,2	93,4	91,2	102,3	102,5	103,4	103,2
Частка туристичного сектору у ВВП, %	2,1	1,5	1,4	1,5	1,5	1,4	1,4

Примітка. Складено автором за даними Державного комітету статистики України

У високорозвинених країнах, таких як Франція, Іспанія, Італія та інших, загальна частка туристичної індустрії становила в межах 10% від загального ВВП.

На мою думку, при таких незначних показниках України, в порівнянні зі світовими лідерами, туристична індустрія України, все ж, має значний потенціал для подальшого розвитку. Кількість робочих місць, в усій туристичній галузі України, на той час, становила 1,2 млн (табл. 3.3):

Таблиця 3.3

Структура міжнародних туристичних потоків та їх динаміка

Країна	2010 рік				2019 рік			
	Міжнародні туристичні прибуття, млн	частка, %	надходження від міжнародного туризму, млрд. дол США	частка, %	Міжнародні туристичні прибуття, млн	частка, %	надходження від міжнародного туризму, млрд. дол США	частка, %
Світ	956	10 0	980	10 0	1460	10 0	1481	10 0
Франція	77,6	8,1	57,1	5,8	89,4	6,1	63,8	4,3
Іспанія	52,7	5,5	58,8	6,0	83,5	5,7	79,7	5,4
Італія	43,6	4,6	38,8	4,0	64,5	4,4	49,6	3,3
Україна	21,2	2,2	3,8	0,4	13,4	0,9	1,6	0,1

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

У 2020 році стався переломний момент для всієї світової туристичної індустрії, і Української в тому числі. зазнала колосального удару. Всесвітнє розповсюдження пандемії COVID-19, та як наслідок запровадження довгострокових міжнародних карантинних заходів та закриття кордонів, стали безпрецедентним викликом для туристичної індустрії кожної країни світу, в тому числі і України. Особливо від

карантинних заходів постраждали саме ті країни, чий економічний рушій складав туристичний бізнес.

В Україні перший випадок захворювання на COVID-19 було зафіксовано 3 березня 2020. Але карантинні заходи, Міністерство Охорони здоров'я, запровадило з 25 березня 2020 року. Крім офіційних обмежень, що накладаються на зарубіжні поїздки та мандрівки всередині країни та регіонів, пандемія COVID-19, ввігнала у депресію не тільки мандрівників, а і домогосподарства, які постраждали від зростання безробіття та відсутності прибутку.

Пандемія вірусу COVID-19, стала, одним з найскладніших випробувань для вітчизняної туристичної сфери у XXI столітті. Після введених карантинних обмежень і закриття практично всіх ключових напрямків, здавалося, що туристичний бізнес в Україні у 2020 році стоїть на межі краху, загальна кількість туристів, тоді, впала більш ніж вдвічі в порівнянні з 2019 роком, а кількість іноземних туристів, які були важливим джерелом доходів деяких компаній, взагалі впала у 8 разів (табл. 3.4):

Таблиця 3.4

Динаміка зміни кількості в'їзних, виїзних та внутрішніх туристів обслугованих туроператорами та турагентами в Україні з 2019 по 2020 рр., (млн. осіб). осіб

Кількість осіб	2019 рік	2020 рік
в'їзних (іноземних) туристів	86840	11964
виїзних туристів	5524866	2125702
внутрішніх туристів	520391	222612

Джерело: побудовано автором за даними (Державна служба статистики України, 2020)

За оцінками експертів, загальна частка туристичної сфери в Україні у 2020 році впала до 0,6% від ВВП, а загальні витрати туристів в Україні, зменшилися до 2,4 мільярдів доларів США у 2020 році, тобто майже на 40% в порівнянні з 2019 роком. Внутрішній туристичний ринок зазнав найгостріших втрат, що оцінюються, приблизно, у 1,5 мільярда доларів США, що у 2020 році, становить майже дві третини від загальної суми збитків в усій туристичній індустрії. Скорочення витрат туристів у 2020 році, спричинило загрозу зникнення 325 000 робочих місць у сфері подорожей і туризму, і також у суміжних з нею галузях.

Зауважу, що згідно останніх даних, у 2019 році, Україна за індексом туристичної конкурентоспроможності (Tourism Competitiveness Index (ТТСІ)) ввійшла до числа держав з низьким рівнем безпеки, посідаючи 107 місце, за екологічною безпекою – 114 місце, за сприятливим середовищем для ведення бізнесу – 103 місце, за рейтингом культурної спадщини – 55 місце, за рівнем міжнародної відкритості – 55 місце, за інфраструктурою повітряного транспорту – 71 місце, за наземною і портовою інфраструктурою – 77 місце, за націленістю на розвиток туризму – 92 місце [60,с.101].

Згідно з загальним індексом туристичної конкурентоспроможності, у 2019 році, серед 140 держав в рейтингу, Україна посіла 78 місце. У 2020 році, через тотальну нестабільну епідеміологічну ситуацію, ринок надання туристичних послуг опинився у важкому стані, а Україна, нажаль, втратила всі свої позиції по показникам туристичної безпеки та туристичної конкурентоспроможності. Ці процеси, у період пандемії, були притаманні не тільки Україні, а і більшість країн світу.

Проте, вже у середині 2021 року, внаслідок послаблення обмежень, відкриття кордонів та поширенню вакцинації, слід відзначити, що туристична індустрія в Україні, потроху почала відновлюватися, однак до рівня 2019 року, їй ще далеко. Такі заходи як масова вакцинація населення, дозволили зробити позитивні прогнози щодо подолання пандемії COVID-19, однак, все ж, таких заходів для повернення до нормального функціонування економіки не вистачить.



Згідно даних Туристичної статистики України з 2019 -го по 2020 рік, порівнюючи значення показника «Кількість міжнародних туристичних переміщень» в Україні у 2019 році, зі значенням у 2-му кварталі 2020 року, можна впевнено стверджувати що сталося значне переосмислення туристичних маршрутів, що в свою чергу сприяло зростанню внутрішнього туризму. Втім, як видно з рис. 1, показник кількості туристів, що здійснили в'їзд на територію України у 2021 році в порівнянні з 2019 роком – значно скоротився, (рис. 3.1.):

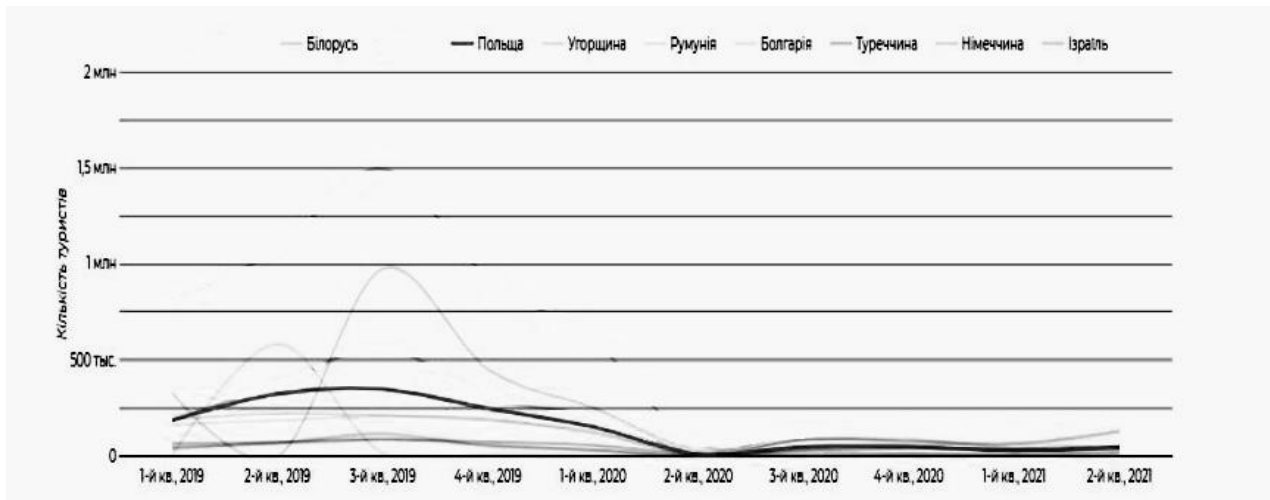


Рис. 3.1. Показники в'їзного туризму в Україну, (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Туристична статистика України 2015-2020, в'їзд іноземних громадян, виїзд українців закордон. URL: [https://datastudio.google.com/reporting/ef4e05ee-33c4-49af-b70bddb7f5568c68/page/p\\_u24mioylmc](https://datastudio.google.com/reporting/ef4e05ee-33c4-49af-b70bddb7f5568c68/page/p_u24mioylmc)

Якщо взяти до уваги і проаналізувати данні Державного комітету статистики, то можна сміливо стверджувати, що в останні роки в Україні спостерігається негативне туристичне сальдо. Тобто розрив між кількістю виїзних туристів, і в'їзних ( іноземців ) що відвідували Україну, становить близько 5 млн. осіб на рік, (рис. 3.2.):

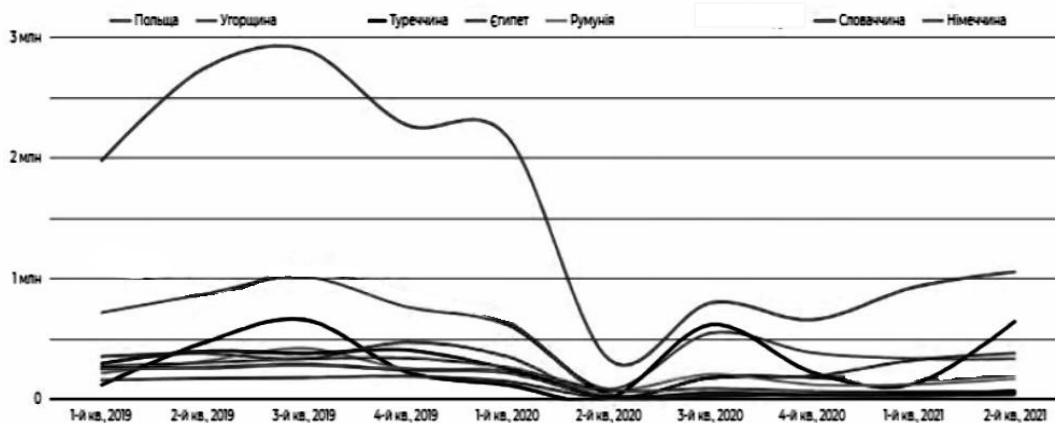


Рис. 3.2. Показники виїзного туризму з України, (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Туристична статистика України 2015-2020, в'їзд іноземних громадян, виїзд українців закордон. URL: [https://datastudio.google.com/reporting/ef4e05ee-33c4-49af-b70bddb7f5568c68/page/p\\_u24mioylmc](https://datastudio.google.com/reporting/ef4e05ee-33c4-49af-b70bddb7f5568c68/page/p_u24mioylmc)

Отже, згідно даних наведених на рисунку 3.2, можна відзначити значний приріст кількості відвідувачів України за перше півріччя 2021 року. Приріст склав 9%, якщо порівнювати з другим півріччям 2020 року. За 2021 рік в Україну приїхало півтора млн. осіб з багатьох країн світу, однак цей показник на 31% менше у порівнянні з аналогічним періодом минулого року (тоді кількість іноземців в Україні становила 2 млн.) та на 75% менше за показник аналогічного періоду 2019 року, коли кількість іноземних гостей сягала майже 6 млн [74].

Ще, слід підмітити вагомий приріст туристів за другий квартал 2021 року. Загальна їхня кількість у 4 рази перевищила кількість осіб, за аналогічний період у 2020 році і сягнула 3,4 млн.

Починаючи з першого кварталу 2021 року, все громадян України, почало виїжджати за кордон, і вже за 2 перших квартали 2021 року, їх кількість виросла на 15% в порівнянні з 2020 роком. Загалом, за вищесказаний період, з України виїхало 5,7 млн. громадян. І це не дивно, адже з послабленням обмежень, спричинених COVID-19, населення почало масово виїжджати на відпочинок, в основному в традиційні для Українців туристичні напрямки, такі як Туреччина (774 тис туристів.) та Єгипет (705 тис туристів.) [74].

В цілому, туристична індустрія України, у 2020 році, зазнала значних втрат, скоротившись, в порівнянні з 2019 роком, на 60 - 70%, при цьому збитки від пандемії COVID-19, для туристичної індустрії України, на думку глави Держагентства розвитку туризму України, Мар'яни Олесків, становлять близько 60 млрд. грн [63].

Отож, підсумовуючи усе вищесказане, можна впевнено стверджувати, що частка туристичного сектора в генеруванні ВВП України в цілому незначна, хоча для розвитку туризму в Україні, присутній високий потенціал. За останні роки, частка туристичного сектора в українській економіці не перевищувала 2% ВВП, що значно нижче аналогічних показників у світової економіці, де цей показник в середньому становить близько 10% ВВП (за умов пандемії COVID-19, не менше 5%). За прогнозами експертів, які наданого у звіті Всесвітньої туристичної організації, туристична галузь в Україні, не вийде на рівень показників 2019 року, ще найближчі 5 років. Наслідки пандемії COVID-19, будуть відчутні не тільки туристичному, а й у багатьох інших секторах економіки України, на протязі всього десятиліття.

### **3.2. Аналіз впливу негативних чинників на туристичну індустрію в Україні**

У багатьох державах світу туристична індустрія є провідним сектором економіки, що забезпечує вагому частку у формуванні валового внутрішнього продукту, як я зазначав у минулих розділах, створює нові робочі місця та гарантує дохідність капіталу.

Україна має великий потенціал для розвитку даної галузі економіки: хороший клімат, вигідне географічне положення в центрі Європи, немала кількість пам'яток. Все це дає мені змогу стверджувати, що туристична індустрія в Україні може стати одним з вагомих інструментів прискорення економічного розвитку держави. Багато

експертів сходять в думках, що Україна, має сильний, але нереалізований туристичний потенціал.

Так, Артеменко В.Б. пише про хороші перспективи розвитку туризму в Україні спираючись на те, що сусідні держави із СНД і колишнього соцтабору пройшли подібний до України шлях розвитку. Отже, він припускає, якщо за даними Міжнародної туристичної організації, сусідні з Україною, країни СНД і соцтабору мають хороші перспективи розвитку туризму то і для нашої країни перспективи його розвитку будуть втішними. В основу своєї думки, він вкладає три критерії спільності між Україною і сусідніми країнами.

- Україна була частиною закритої держави до 1991 року, а саме таким країнам необхідно витратити більше зусиль на розвиток туризму;
- Більшість сусідів України є лідерами у сфері туризму;
- Найбільші витрати на туризм припадають саме на громадян Європи

Адамовська М.С вважає що Україна має різноманітні унікальні туристичні ресурси і великий потенціал для розвитку вітчизняної туристичної індустрії, національної культури й економіки тощо, хоча і перебуває сьогодні у стані політичної та економічної кризи, зумовленої неефективністю реформ, веденням воєнних дій на території України, і тотальною корупцією.

Основними завадами для становлення та розвитку сильної туристичної індустрії в Україні, є фактори правового, економічного, соціального, екологічного, управлінського та культурного характеру.

Сучасна туристична галузь України має низку проблем. Значна частина цих негативних факторів остаточно не вирішувалася, і накопичувалися у цій сфері десятиліттями. Серед основних факторів, що негативно впливають на туристичну індустрію України, можна виділити наступні:

- відсутність чіткого послідовного державного регулювання в туристичній сфері;
- постійна зміна центрального органу виконавчої влади в туристичній сфері;

- негативні наслідки від нестабільності в політичному та економічному житті;
- низький рівень розвитку інфраструктури;
- корупційні скандали у вищих ешелонах влади і непрозорий розподіл коштів;
- територіальні втрати України у 2014 році, та ведення військових дії на території країни;
- відсутність інноваційних проектів та наукових досліджень з питань розвитку туристичної сфери;
- податкове законодавство, що перешкоджає вкладанню інвестицій у туристичну сферу України;
- обмеження викликані внаслідок розповсюдження пандемії COVID-19 (більш детально у розділі 3.1).

У науковій літературі під державним регулюванням туристичної діяльності розуміється система дій та заходів держави щодо обрання і застосування сукупності інструментів, за допомогою яких можна здійснювати прямий або опосередкований вплив на об'єкти і суб'єкти туристичної діяльності та створювати придатне середовище для розвитку цього виду діяльності.

Регулююча функція держави проявляється у розробці та прийнятті законодавчих актів у сфері туризму, встановленні умов провадження туристичної діяльності (ліцензування, сертифікація, стандартизація у сфері туристичної діяльності, дозвільна система на право здійснення туристичного супроводу, обмеження діяльності іноземних суб'єктів господарювання тощо), у забезпеченні сприятливих для розвитку туристичної індустрії умов шляхом покращення податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювань, а також у створенні спеціального правового механізму, який би забезпечував державний контроль за діяльністю у сфері туризму.

З часів набуття незалежності, в Україні, владою постійно відбуваються спроби створення раціональної системи управління туризмом. Протягом усього

періоду незалежності, в країні спостерігається постійна реорганізація відомств, що забезпечують державне регулювання туристичною діяльністю. Туристична індустрія України за весь період незалежності, перетерпіла вісім змін основних органів, відповідальних за її розвиток. На сьогоднішній день, центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику в галузі туризму та курортів України, є Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ), яке утворили 4-го грудня 2019 року відповідно до постанови КМУ № 995 [22], (табл. 3.5):

Таблиця 3.5

Органи державного регулювання сферою туризму України

№	Роки	Центральний орган державної влади у сфері туризму
1	1993 - 2000	Державний комітет України по туризму
2	2000 - 2001	Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму
3	2001 - 2002	Державний департамент туризму
4	2002 - 2006	Державна туристична адміністрація
5	2006 - 2010	Міністерство культури і туризму (МКТ)
6	2010 - 2011	Міністерство інфраструктури
7	2011 - 2015	Державне агентство України з туризму та курортів
8	2015-2019	Департамент туризму та курортів при Міністерстві Економічного Розвитку і Торгівлі України
9	2019 - т.ч.	Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ)

Примітка. Складено автором за даними Державного сайту Верховної ради України

Така часта зміна органів державної влади, що регулюють туристичну індустрію, спричинена частою зміною влади, та в цілому політичною нестабільністю в останні роки. Особливо гостро ці процеси впливали на розвиток туристичної сфери, після революції і зміни влади у 2014 році.

На сьогоднішній день, на жаль, система державного регулювання в Україні, користується застарілими та недостатньо дієвими заходами, які потребують внесення коректив у їх роботу. Державна політика регулювання туристичної галузі повинна опиратись на світовий досвід, повинна створити модель управління, яка буде доцільна для соціально-економічної ситуації в Україні.

Зазначу, що у світовому інформаційному просторі майже відсутня об'єктивна та актуальна інформація про Україну. У більшості іноземців, знання про Україну обмежуються декількома фактами, а зачасти, в уяві потенційних туристів, Україна фігурує виключно, як «гаряча точка», через війну на Донбасі. У результаті Україна залишається маловідомою, для потенційних відвідувачів, та стрімко втрачає свою популярність як туристична держава.

З туристичною інфраструктурою в країні все дуже погано. Україні від радянського союзу, у спадок, дісталася велика кількість туристичних інфраструктурних об'єктів. Але на жаль внаслідок зношення та відсутності інвестицій у них, на жаль наразі рівень туристичної інфраструктури в Україні, в порівнянні з міжнародними стандартами, являється незадовільним.

Зокрема, бракує готельного фонду; старомодний матеріал і технічні комплекси; пам'ятки культури переважно не відреставровуються та не доглядаються; транспортні засоби застаріли; транспортні шляхи знаходяться в критичному стані; кулінарні параметри не завжди відповідають санітарним вимогам і т. д.

На мій погляд, найважливіші фактори для розвитку туристичної індустрії – це економічні. Економіка України, на жаль, нині знаходиться не в найкращому стані: високий рівень безробіття, швидка інфляція та валютні курси, економічні кризи,

воєнні дії. Все це впливає на рівень цін, прибутковість, платоспроможність і рівень життя населення. Стабільна економіка в країні – це найбільш важлива умова функціонування туристичної галузі.

Коли у населення зростають доходи, то відповідно, воно може собі дозволити витратити більше грошей на відпустку, і відповідно сильніше стимулює розвиток галузі. Фінансова нестабільність, інфляція, посилення митних вимог, процентні ставки та зміни обмінних курсів знижують активність туризму у регіоні.

На сьогоднішній день, більшість громадян України, витрачають лише харчування приблизно 30-60% від їх доходу. А через повномасштабну війну на території України, ці цифри можуть вирости до критичних. Це становище має дуже негативний вплив на розвиток туризму в Україні, адже більшість туристичних підприємств України, в першу чергу, орієнтуються на вітчизняного клієнта.

Вкрай несприятливі внутрішні умови розвитку при порівняно слабких міжнародних позиціях економіки України примушують активно шукати нестандартні шляхи виходу з кризи, засоби формування по-справжньому міжнародної конкурентоспроможної національної економіки.

Безумовно, причини треба шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, в невідрегульованості механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на національному, так і регіональному рівнях. Але проблема є значно ширшою. Питання стосується, напевно, не тільки туристичної області України, а взагалі шляхів залучення країн з перехідною економікою (до яких належить і Україна) до могутніх інтеграційних процесів і конкурентоспроможності таких економік на світовому ринку.

Ситуація, яка склалася в туристичній сфері останнім часом, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту, із забезпеченням необхідної якості.

Головними зовнішніми факторами, які стримують розвиток туризму в Україні, є викликана млявістю та несподіваністю економічних реформ несприятливість існуючих умов для підприємництва взагалі та туристичного зокрема, недосконалість



і навіть певна агресивність нормативно-правового поля (і в тому числі - правил і умов перетинання кордонів іноземцями) і, як наслідок, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму - як внутрішніх (через тривалу економічну кризу), так і іноземних (через несприятливий інвестиційний клімат).

Несприятливість економічного клімату послужила причиною того факту, що з майже 3000 українських туристичних підприємств, які мають дійсні ліцензії на надання туристичних послуг, фактично на ринку працюють лише близько третини.

Обсяг інвестицій в туризм недостатній. Нестабільна економічна ситуація в країні змушує сумніватися інвесторів у вкладенні коштів у розвиток туризму в Україні. Приватні інвестиції в рекреаційну сферу часто носять «дикий» характер і частіше шкодять загальному розвитку туристичного потенціалу (наприклад, захоплення і забудова прибережних зон, заповідних земель і т.д.).

Ситуація, що склалася в державі на цей час, потребує рішучих кроків з визначення державної політики у сфері туризму. Активізація розвитку пріоритетних для України в'їзного та внутрішнього туризму можлива шляхом об'єднання зусиль органів державної влади, представників туристичного бізнесу та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі.

Туризм має всі можливості, щоб допомогти Україні пройти економічну кризу, або принаймні пом'якшити цей період, і до допомогти всім секторам економіки відновитися. Україна має а багато природних, історичних та культурних ресурсів, які можуть допомогти у боротьбі з кризою. Є приклади країни, які «живуть» завдяки індустрії туризму. Для Наприклад, Туреччина - подолання економічної кризи і в колапс через розвиток туризму. Туреччина є славиться своїми курортами. Не тільки через моря. однак, туризм потребує підтримки держави. Девіз в Всесвітня туристична організація - «Там, де розвивається туризм, бідність відступає». Цей девіз правильний і логічний для Україна. Розвиток туризму є дуже актуальною темою для Україна. Український турист часто відмовляє собі в відпустка через економічну нестабільність і відсутність вільних грошей у подорожі.

### 3.3. Шляхи покращення туристичної індустрії в Україні

Для реального та успішного відновлення туристичної галузі в Україні необхідні, в першу чергу, значні вдосконалення законодавства та поліпшення інвестиційної привабливості країни і окремих її регіонів, які користуються найбільшою популярністю у туристів, для залучення значних іноземних інвестицій. Адже, покращення позицій України на світовому туристичному ринку можливе тільки при умові створення національного конкурентоздатного туристичного продукту, формуванні іміджу країни та довгострокової стратегії стійкого розвитку туристичної галузі.

На даний час, уявлення про туристичні тенденції грає важливу роль в індустрії туризму, а також у сфері гостинності, транспорту або розваг. Клієнти очікують, що компанії, до яких вони звертаються, будуть пропонувати їм останні із доступних інновацій у даній сфері. Деякі тенденції визначають всю світову туристичну галузь в цілому, зберігаючи свою актуальність і в майбутньому.

Наведу основні сучасні тенденції які притаманні світовій сфері туризму, і на які необхідно звернути увагу українській туристичній галузі, даби бути конкурентоспроможною в сучасних умовах:

1. Персоналізація. Даний напрямок широко поширений в туристичній галузі, особливо в її маркетингу. Персоналізований маркетинг збирає дані про клієнта і використовує їх для адаптації реклами до певної людини. Простим прикладом можуть служити цільові оголошення, які з'являються у веб-браузері при відвідуванні певних сайтів, що використовують інформацію, засновану на історії відвідувань людини в Інтернеті, щоб показати продукти, які можуть його зацікавити;
2. Технологія розпізнавання. Технологія розпізнавання- це широка категорія пристроїв, систем і протоколів. Одна з гілок цієї технології використовує індивідуальну біометрію для ідентифікації конкретних людини. Прикладом може служити технологія розпізнавання осіб, використовувана в деяких

аеропортах для прискорення паспортного контролю, або прості блокування відбитків пальців на мобільних телефонах та інших пристроях. Іншим прикладом технології розпізнавання є голосове управління, де вимовлені команди використовуються, наприклад, для управління системами в готельному номері: освітленням, опаленням, розвагами і т. д;

3. Роботизація, або автоматизація-це одна з ключових тенденцій у сфері туризму. Якщо раніше обробка великої кількості інформації, виконувалися людьми, то тепер виконуються роботами або автоматизованими системами. Прикладом можуть служити чат-боти, які широко використовуються в галузі і призначені для того, щоб допомогти людям знаходити і бронювати тури, транспорт і розміщення, задаючи ряд питань;
4. Штучний інтелект (ШІ). У індустрії туризму, в даний час використовуються багато видів штучного інтелекту. Існують вищезгадані чат-боти, які використовують штучний інтелект для автоматизації та оптимізації багатьох завдань, пов'язаних з продажами та обслуговуванням клієнтів, Також вони широко використовується для збору та аналізу даних-важливих інструментів, сприяють підвищенню ефективності, безпеки та задоволеності клієнтів;
5. Віртуальна реальність (VR). Віртуальна реальність здійснила перехід від дозвілля до корисного інструменту для туристів. Крім надання захоплюючих і захоплюючих ігрових відчуттів, використання VR полегшує планування поїздок і вивчення місць призначення перед відправленням. Віртуальна реальність також може бути використана для того, щоб переконати потенційних клієнтів вибрати певний напрямок. Інші приклади можуть включати інтерактивні віртуальні карти або віртуальні тури по готелях;
6. Здорова і органічна їжа. Раніше подорожі і здорове харчування були взаємовиключними поняттями. В даний час всі більше збільшується попит на напрямки, де туристи можуть харчуватися корисними продуктами і

піклуватися про своє здоров'я. Готелі та курорти поєднують здоров'я та відпочинок з інноваційною кухнею, часто з акцентом на свіжі місцеві інгредієнти, регіональні рецепти і органічні продукти.

Велике значення в сучасній індустрії подорожей і туризму має досвід клієнтів. У людей з'являється все більше можливостей вибору, тому задоволеність клієнтів наданими послугами є пріоритетом багатьох туристичних компаній. Всі перераховані вище стратегії і технології відіграють важливу роль в створенні позитивного споживчого досвіду. Від чат-ботів, які використовувалися при бронюванні поїздки, до пропонованої їжі і інтелектуальних пристроїв в готельному номері - все це пов'язано з поліпшенням сприйняття клієнтом своєї подорожі або перебування в місці призначення. Наразі дані тенденції все частіше використовуються в українській туристичній галузі.

На сьогоднішній день, туристичні фірми всього світу, вже змушені витратити величезні кошти на автоматизацію своєї діяльності:

- використовувати сайти, як засіб для отримання заявок від туристів і відгуків про роботу своєї організації;
- застосовувати спеціальні програми для спілкування з туристами в режимі онлайн. Це дозволяє оперативно зв'язатися з туристичною фірмою;
- установка програмного забезпечення, що дозволяє туристам даної фірми проводити розрахунки з нею в режимі онлайн або через спеціальні термінали, встановлені в кожному великому магазині.

Зміни в стані світової туристичної галузі відбуваються з урахуванням таких особливостей:

- зростання конкуренції;
- пов'язане зі збільшенням обсягу інформації в світі (кожні 10 років кількість інформації подвоюється, що змушує людей більше працювати, а значить, щоб уникати стресових ситуацій, потрібно більше відпочивати);
- науково-технічний прогрес змушує людей вдосконалюватися. А отже потрібно подорожувати і знайомитися з досягненнями в інших країнах ;

- інформаційне суспільство призводить до прискореного розвитку насамперед сфери послуг, а значить держава повинна звернутися до туризму;
- збільшення протидії через антирекламу та політичним шляхом;
- зниження якості послуг дозволяє знизити ціни і стати більш конкурентоспроможним в певному сегменті;
- зниження цін-спосіб реакції на конкуренцію.

Отже, згідно з усім вище сказаним, вважаю за доцільне, що задля поліпшення якості туристичних послуг та зниження цін на них необхідна безпосередня участь держави. Її допомога може полягати в субсидуванні цін, відшкодування ПДВ на всі види послуг, пов'язаних з внутрішнім туризмом. Окрім цього, державі необхідно вкладати кошти в найбільш важливі сектори для внутрішнього туризму. Будь-які необдумані зміни щодо якості або цін на туристичні послуги, можуть негативно позначитися на розвитку всієї туристичної галузі. При цьому потрібно проводити явну підтримку внутрішнього туризму адже, нажаль, наразі сальдо співвідношення виїзного та в'їзного туризму жорстко негативне [8].

Розгляд перспектив розвитку туризму показує, які серйозні проблеми перед суспільством виникають у зв'язку з розвитком туризму. А, якщо додати сюди такі кримінальні складові, як транспортування наркотиків, продаж зброї, секс-туризм та інші незаконні дії, то стає зрозумілим, що держава повинна цікавитися туристичною галуззю. Причому інструмент, який буде використовуватися для цих цілей, повинен володіти такими якостями, як надійність, перевіреність часом, можливістю роботи в умовах невизначеності. Таким інструментом і є нейронні мережі.

На мою думку, якщо говорити про прогнози розвитку, виходячи з існуючих тенденцій, то слід виділити наступні напрямки:

- максимальна віддача від відпочинку при мінімальних витратах часу;
- зростання популярності екстремального туризму (Тури по Чорнобиллю або по в'язницях);
- орієнтація на екзотичний туризм зі спрямованістю пізнання світу.

Якщо прогнозувати розвиток туристичної галузі виходячи з подій і можливих відкриттів в майбутньому, то тут важливо наступне:

- прискорене освоєння космосу призведе до можливості для людини середнього достатку в самий найближчий час здійснювати далекі космічні подорожі.

Це сприятиме розвитку космічного туризму;

- космічний туризм прискорить розвиток ділового туризму-можливості придбання нерухомості на інших планетах з метою відвідати ці об'єкти;

- успіхи в лікуванні тієї чи іншої хвороби будуть стимулом для розвитку лікувального туризму.

Просування будь-якої діяльності і сфери виробництва неможливо без впровадження нових технологій і досягнень науки, поліпшення діючих моделей з урахуванням змін на ринку і потреб покупця, а також без уміння бути мобільним серед конкурентів. Такі зміни визначає інноваційний шлях розвитку галузі. Інновації в туризмі - це нововведення і свіжі ідеї в сфері подорожей і відпочинку. Підсумком впровадження таких інновацій є збільшення туристичного потоку і зростання прибутку. Особливості інновацій в туризмі особливості інновацій в туризмі у кожній галузі економіки існують свої особливості, від яких залежить успішність її розвитку. Те ж стосується і туризму, дохід від якого є основним для жителів деяких країн або становить істотну частину в бюджеті держави.

Враховуючи наявні проблеми розвитку сфери туризму Кабінетом Міністрів України було схвалено Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Головна мета - «формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі» [10].

На основі проведеного дослідження, виділю головні перспективні напрямки розвитку туристичної індустрії в Україні:

- формування ефективних механізмів державної політики у сфері туризму;
- створення сприятливого інвестиційного клімату в туристичній сфері України;
- розвиток міжнародних транспортних коридорів на автомобільних дорогах туристичних регіонів;
- запровадження загальнодержавної програми інвентаризації матеріальних ресурсів туристичної галузі та розвитку їх поступової модернізації;
- призначення пріоритету розвитку туризму;
- запровадження європейських стандартів надання туристичних та готельних послуг, навчання галузі та її законодавче забезпечення;
- забезпечення рекламно-інформаційної діяльності для створення позитивного іміджу України як туристичного центру.

Особливо важливим і перспективним для України є розвиток співпраці з ЄС, враховуючи можливість просування національного туристичного продукту на європейський ринок; залучення до інформаційного простору, передового досвіду задля організації туристичної діяльності; посилення євроінтеграційних процесів у країні.

Зазначу, що враховуючи наявний туристичний потенціал Україна має можливість стати одним із найбільших європейських туристичних центрів. Сьогодні в Україні активізується транскордонний туристичний бізнес, зокрема в рамках українсько-польських євро-регіонів. З цією метою відбувається регіоналізація польсько-українських транскордонних коридорів, які в першу чергу сприяють розвитку агро-туризму.

Транскордонне співробітництво з сусідніми європейськими країнами сприяє розвитку туристичної діяльності і являється перспективним напрямком ефективної туристичної діяльності.

Наприклад, в рамках співпраці з ЄС, у жовтні 2021 року, була підписана угода про «Відкрите небо». Її підписання для українського туристичного ринку означатиме: розширення географії подорожей, європейські стандарти безпеки польотів, нові можливості для розвитку туристичного бізнесу.

Також перспективним у цьому контексті є проект президента держави В. Зеленського «25 магнітів», що має на меті залучення до кожної області України інвесторів для розвитку обраної головної дестинації. Заздалегідь командою виділяють по одному «магніту» в областях – держава інвестує кошти в інфраструктуру туристичного об'єкта, а інвестор, в свою чергу, вкладає кошти у побудову готелю чи будь-якого іншого засобу розміщення [63]. За умов успішної реалізації даний проекту матиме позитивні наслідки для туристичного іміджу держави, активізує міжнародні туристичні потоки та звичайно ж привабить більше інвестицій у сектор туризму та подорожей.

В контексті військово-політичної ситуації доцільно зупинитись на питанні перспектив завершення війни з РФ, що тривала уже вісім років, і з недавніх часів перейшла у повномасштабні бойові дії в більшості областях України. З моменту початку конфлікту в квітні 2014 року, на жаль, загинули десятки тисяч громадян, а мільйони осіб змушені були переселитись з територій на яких відбуваються військові дії. Незважаючи на витрати Росії на військове вторгнення в Україну і тисячі загиблих солдат, Путін В.В. на мою думку, не зацікавлений у припиненні бойових дій.

Я вважаю, що ключовою умовою розвитку туристичної індустрії України, є активізація інвестиційного процесу. Особливо важливі інвестиції для проведення ефективної інноваційної перебудови економічного комплексу, нарощування темпів виробництва, здійснення успішних ринкових перетворень. Саме завдяки інтенсивним інноваційним потокам можна сформувати необхідні матеріальні, політичні та соціальні передумови всебічної трансформації українського суспільства до загальноєвропейських стандартів.



### **Висновки до розділу 3**

Отже, уряди країн та учасники ринку міжнародного туризму напрацювали стратегії діяльності необхідні для усіх суб'єктів туристичної індустрії в умовах пандемії. Тому для всіх учасників туристичного ринку вкрай важливо аналізувати накопичений досвід й сумісними зусиллями розробляти механізми дій у непередбачуваному пост пандемічному майбутньому. Це допоможе поступово відновити туристичну галузь й убезпечити її від ризиків негативних впливів. Беручи до уваги попередній аналіз ситуації, необхідно побудувати план дій і заходів із мінімізації наслідків пандемії COVID-19 у туристичній сфері.

Враховуючи вищезазначене, я вважаю що Україна повинна повторно розглянути свої пріоритети і перенаправити їх на максимальне збереження галузі, а також на перепланування та прискорення усіх внутрішніх видів діяльності (реорганізація, перегляд законодавчої бази, актуалізація статистики тощо).

Очевидно, що на тлі такої активності на туристичному ринку Україна повинна реалізувати свій туристичний потенціал, якщо, звичайно, вона надає туристам безпечні та якісні готельні послуги.

Туристична діяльність приносить істотний дохід в скарбницю держави, а також підтримує інші економічні галузі (транспорт, постачання продуктів харчування, створення сувенірної продукції та інших товарів, будівництво), забезпечуючи тим самим жителів країни новими робочими місцями. З цієї причини державі вигідно підтримувати туризм і брати безпосередню участь у розробці програм реалізації та підтримки нововведень, а також формуванні умов для роботи і необхідної інфраструктури. Інновації у сфері туризму здійснюються за допомогою державної підтримки трьома способами. Виділення коштів для виконання цільових програм у регіонах. Створення мережі інформаційних центрів, які безкоштовно надають свої послуги мандрівникам і сприяють освіті місцевих жителів у сфері туризму. Надання фінансової допомоги у вигляді грантів, субсидій та інвестицій для

реалізації наукових розробок із застосуванням у туристичній галузі та пов'язаних з нею галузях економіки.

Реалізація цільових програм для регіонів в нашій країні розвинена на досить хорошему рівні: створюються необхідні умови для будівництва доріг за туристичними напрямками, інфраструктури в сфері відпочинку; проводиться навчання і перенавчання персоналу для роботи в цій галузі. Фінансування здійснюється за рахунок держави. Туристичні інформаційні центри поки залишаються поодинокими випадками: єдина мережа відсутня, але такі організації працюють в окремих регіонах країни. ТІЦ (туристично-інформаційні центри) отримують регіональне або районне фінансування. Це можуть бути некомерційні організації – міські, обласні або районні. Підтримка у вигляді гранту стимулює розвиток наукових інновацій в туризмі. Такі розробки часто повністю контролюються державою згідно з контрактом. Субсидування приватних підприємств і осіб, які здійснюють дослідження в галузі туризму і втілення їх у життя, не має на увазі повного державного контролю, а пропонує деякі фінансові пільги.

Туризм має всі можливості, щоб допомогти Україні подолати економічну кризу, або принаймні пом'якшити цей період, і до допомогти всім секторам економіки відновитися. Також Україна має багато природних, історичних та культурних ресурсів, які можуть допомогти у боротьбі з кризою. Є приклади країн, які «живуть» завдяки індустрії туризму. Як наприклад, Туреччина - що подолала економічну кризу і колапс, завдяки розвитку туристичної сфер.

Існує такий девіз у Всесвітній туристичній організації - «Там, де розвивається туризм, бідність відступає». На мою думку, цей девіз як ніколи характеризує необхідність розвитку туристичної індустрії в Україні.

## ВИСНОВКИ

На сьогоднішній день, туристична індустрія являє собою цілісну відтворювальну систему, що володіє інтегральним ефектом. Міжнародний туризм має величезний вплив на світову економіку. Ефективна діяльність сектора сприяє розвитку економіки і створенню робочих місць у багатьох частинах світу.

Кожна форма чи вид туризму дуже важливі, особливо для економік що існують, за рахунок розвитку туризму. Будь-яка з цих форм допомагає розвивати туризм. Найбільш розвиненою галуззю вважається туризм на Європейському ринку, із сильним економічним впливом і найвищими річними темпами зростання. Через його масштаб і різні елементи, а також через цінність і оригінальність цих елементів, туризм є основною мотивацією всього туристичного трафіку. Конкретна місцевість або точка притягання можуть гарно стимулювати розвиток регіону, що надалі забезпечує зростання туристичної індустрії.

Зазначу, що протягом останніх десятиліть, спостерігаються значний розвиток туризму, особливо спрямованого на масового клієнта, що є наслідком впливу таких факторів:

- скорочення робочого дня і збільшення вільного часу у людей;
- розширення використання транспорту для туристичних поїздок (авіаційного, автомобільного та ін.) та зниження цін на авіаперевезення;
- збільшення кількості робочих місць у туризмі;
- збільшення кількості туристів за рахунок невисоких цін на туристичні пакети;
- розширення використання транспорту для туристичних поїздок (авіаційного, автомобільного та ін.);
- послаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення багатьох прикордонних формальностей;
- розвиток новітніх технологій;

- туристичний бізнес цікавить підприємців по багатьох причинах (невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності і мінімальний період окупності витрат).

Таким чином, підсумовуючи все вищесказане, варто зробити висновок, що перспективний розвиток туристичних регіонів світу та підвищення їх міжнародної конкурентоспроможності неможливі без створення необхідних умов для розвитку туристичної галузі.

З моєї точки зору, необхідно запровадити позитивний імідж туристичного регіону за рахунок підвищення рівня життя населення, забезпечити фінансову підтримку суб'єктів туристичної галузі, зміцнити та розгалузити матеріально-технічну базу туристичної індустрії та галузі в цілому, створення в туристичному регіоні належних умов для успішного функціонування галузі за рахунок державної підтримки та регулювання туризму, підвищення кваліфікації працівників туристичної галузі регіону, забезпечення туристів належними умовами. для безпечного перебування в туристичному регіоні.

Системна та комплексна реалізація всіх вищезазначених елементів забезпечення міжнародної конкурентоспроможності туристичного регіону створить необхідні умови для функціонування та розвитку туристичної галузі регіону, тим самим забезпечуючи її конкурентоспроможність у системі світового господарства.

Серед соціальних факторів розвитку туризму, перш за все, необхідно відзначити збільшення тривалості вільного часу населення (скорочення робочого часу, збільшення тривалості щорічних відпусток), яке в поєднанні зі збільшенням рівень життя населення, означає приплив нових потенційних туристів.

Збільшення тривалості вільного часу об'єктивно пов'язане із сучасною науково-технічною революцією, в умовах якої значно зростає значення розумової праці, зростає виробнича та побутова напруженість. Все це призводить до фізичної та психологічної втоми людей, що вимагає вжиття додаткових заходів для відновлення працездатності.

На сьогоднішній день, уряди країн та учасники ринку міжнародного туризму напрацювали стратегії діяльності необхідні для усіх суб'єктів туристичної індустрії в умовах пандемії. Тому для всіх учасників туристичного ринку вкрай важливо аналізувати накопичений досвід й сумісними зусиллями розробляти механізми дій у непередбачуваному пост пандемічному майбутньому. Це допоможе поступово відновити туристичну галузь й забезпечити її від ризиків негативних впливів. Беручи до уваги попередній аналіз ситуації, необхідно побудувати план дій і заходів із мінімізації наслідків пандемії COVID-19 у туристичній сфері.

Враховуючи вищезазначене, я вважаю що Україна повинна повторно розглянути свої пріоритети і перенаправити їх на максимальне збереження галузі, а також на перепланування та прискорення усіх внутрішніх видів діяльності (реорганізація, перегляд законодавчої бази, актуалізація статистики тощо).

Туристична діяльність приносить істотний дохід в скарбницю держави, а також підтримує інші економічні галузі (транспорт, постачання продуктів харчування, створення сувенірної продукції та інших товарів, будівництво), забезпечуючи тим самим жителів країни новими робочими місцями. З цієї причини державі вигідно підтримувати туризм і брати безпосередню участь у розробці програм реалізації та підтримки нововведень, а також формуванні умов для роботи і необхідної інфраструктури. Інновації у сфері туризму здійснюються за допомогою державної підтримки трьома способами. Виділення коштів для виконання цільових програм у регіонах. Створення мережі інформаційних центрів, які безкоштовно надають свої послуги мандрівникам і сприяють освіті місцевих жителів у сфері туризму. Надання фінансової допомоги у вигляді грантів, субсидій та інвестицій для реалізації наукових розробок із застосуванням у туристичній галузі та пов'язаних з нею галузях економіки.

Реалізація цільових програм для регіонів в нашій країні розвинена на досить хорошому рівні: створюються необхідні умови для будівництва доріг за туристичними напрямками, інфраструктури в сфері відпочинку; проводиться навчання і перенавчання персоналу для роботи в цій галузі. Фінансування

здійснюється за рахунок держави. Туристичні інформаційні центри поки залишаються поодинокими випадками: єдина мережа відсутня, але такі організації працюють в окремих регіонах країни. ТІЦ (туристично-інформаційні центри) отримують регіональне або районне фінансування. Це можуть бути некомерційні організації – міські, обласні або районні. Підтримка у вигляді гранту стимулює розвиток наукових інновацій в туризмі. Такі розробки часто повністю контролюються державою згідно з контрактом. Субсидування приватних підприємств і осіб, які здійснюють дослідження в галузі туризму і втілення їх у життя, не має на увазі повного державного контролю, а пропонує деякі фінансові пільги.

Туризм має всі можливості, щоб допомогти Україні подолати економічну кризу, або принаймні пом'якшити цей період, і до допомогти всім секторам економіки відновитися. Також Україна має багато природних, історичних та культурних ресурсів, які можуть допомогти у боротьбі з кризою. Є приклади країн, які «живуть» завдяки індустрії туризму. Як наприклад, Туреччина - що подолала економічну кризу і колапс, завдяки розвитку туристичної сфер.

Існує такий девіз у Всесвітній туристичній організації - «Там, де розвивається туризм, бідність відступає». На мою думку, цей девіз як ніколи характеризує необхідність розвитку туристичної індустрії в Україні.

## СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

### ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР), – 2003. – №18-22 – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. Закон України «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 20-21, ст.745)
4. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/222-19>
5. Закон України «Про страхування»: від 07.03.1996 р. № 85/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80/page3>.
6. Закон України «Про туризм»: станом на 20 січня 2003 року / Верховна Рада України. - КМ .: Парламентське видавництво, 2020. - 20 с.
7. Постанова Кабінету Міністрів України "Про Правила в'їзду іноземців в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію" від 29.12. 1995 р. № 1074.
8. Постанова КМУ від 08.09.1997 №995 «Про Порядок затвердження титулів об'єктів, будівництво яких здійснюється із залученням бюджетних коштів, коштів державних підприємств, установ та організацій, а також кредитів, наданих під державні гарантії» [https://zn.ua/business/zhestkiy-turisticheskiy-disbalans-333759\\_.html](https://zn.ua/business/zhestkiy-turisticheskiy-disbalans-333759_.html)

9. Постанова Кабінету Міністрів України "Про Програму розвитку туризму до 2005 року" від 28.06. 1997р. № 702.

10. Розпорядження КМУ від 16.03.2017 №168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p#Text>

11. Абрамов В.В., Тонкошкур М.В. Історія туризму: Підручник; Харк. Нац. акад. міськ. гос-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 294 с.

12. Агафонова Л., Агафонова А. Туризм, готельний і ресторанний бізнес: - К.: Знання України, 2021. - 352 с.

13. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. Бізнес Інформ. 2020. №5. С. 94–99.

14. Барна І. До питання про основні поняття і категорії сучасної етногеографії / І. Барна // Регіональне географічне краєзнавство: теорія і практика. Матеріали II Всеукраїнського наукового семінару. Ч. 2. – Тернопіль, 2002. – С. 204–211.

15. Бичко І.В. Українська культура: Історія та сучасність: Навч. посібник-Львів: Світ, 2019 - 326 с..

16. Білотіл О. М. Механізми державного управління в туристичній індустрії на прикладі Причорноморського регіону України: дис. ... к.держ.упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Харків, 2016. 236 с.

17. Білоцерківський О.Б. Сучасний стан і перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні. Науковий вісник Херсонського державного університету: Серія Економічні науки. 2018. 28 (2). С. 170–173.

18. Вакуленко В., Валентюк І., Грибан В., Коротис С., Коротич С., Кравченко Н. Туризм та охорона культурної спадщини: український і польський досвід / Українська Академія держ. управління при Президентові України Центр досліджень адміністративної реформи / Ю. Лебединський (заг. ред.). - М.: К.І. С., 2018. - 176 с..



19. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. редактор Т. В. Бусел.- К., Ірпінь, ВТФ «Перун», 2001.
20. Вишневецький В.І. річки та водойми України. Стан і використання: Монографія. - М .: Випол, 2000. - 376 с..Виноградська А.М. зростання авторитету України // Українська промисловець, 2000. - №4. - С. 26-31.
21. Власенко І.В. Аналіз міжнародних туристичних потоків України.2018. С.175-182
22. Гаврилюк А. М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: автореф. дис. ... к.держ.упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Київ, 2011. 23 с
23. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності. [текст] навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 178 с.
24. Генсірук С. А., Нижник Н. З. Географія лісових ресурсів України. - Львів: Світ, 2015. - 123 с..
25. Гоблик-Маркович Н. М., Ільтьо Т.І. Аналіз динаміки та актуальних проблем розвитку сфери туризму. Міжнародний науковий журнал «Освіта і наука». 2018. Вип. 24(1). С.16-22
26. Головащенко О.В. Туризм як соціальне явище та його розвиток в Україні // Нова парадигма: Альманах наукових праць. Випуск 17. - Запоріжжя: Видавництво ЗДУ, 2020. - С. 6-10.
27. Де Блій Г. Географія: світи, регіони, концепти / Г. Де Блій, П. Муллер, О. Шаблій. – К.: Либідь, 2004. – 740 с.
28. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.
29. Дністрянський М. С. Етногеографія України : навчальний посібник / М. С. Дністрянський. – Львів: ВЦ ЛНУ ім. І. Франка, 2008. – 232 с.
30. Дністрянський М. С. Геополітичні проблеми та перспективні моделі формування культурної самобутності України / М. С. Дністрянський // Вісник Львівського ун-ту. Серія географічна. – 2008. – Вип. 35. – С. 72–80.

31. Драпушко Р. Індустрія туризму: міжнародний та вітчизняний досвід // Вісник Інституту розвитку дитини. (Серія "Філософія, педагогіка, психологія"). 2014. Вип. 35. С. 31–36.
32. Енциклопедія етнокультурознавства. Ч. 2. Українська національна культура у просторі і часі / Ю. Римаренко, В. Кремень, В. Чернець, Л. Шкляр. – К. : Основи, 2002. – 480 с.
33. Кифяк О.В. Ресурсний потенціал розвитку туристичних дестинацій. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2019. № 4. С.60- 70.
34. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: Підручник. – К.: Знання, 2010. – 502 с.
35. Коваль П. Ф., Алешугіна Н. О., Андреева Г. П. Розвиток розважального сектору туріндустрії як засіб зміцнення туристичного потенціалу України // Актуальні проблеми економіки. 2010. № 6. С. 78–83.
36. Любіцева О. О. Геопросторова організація туристичного процесу: автореф. дис. ... д.геогр.н.: спец. 11.00.02 "Економічна та соціальна географія". Київ, 2003. 29 с.
37. Лукашевич М. П. Соціологія туризму: Курс лекцій/ М. П. Лукашевич, Ф. Ф. Шандор. Передм. В. К. Федорченко.-Ужгород: Мистецька лінія, 2008.-340с
38. Любіцева О.О., Бабарицька В.К. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник. - К.: Київський університет, 2008. – 450 с.
39. Мазур В.С. Сучасні аспекти розвитку туристичного бізнесу в Україні. Бізнес Інформ. 2019. № 2. С. 224–230.
40. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навчальний посібник. Київ :Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
41. Мальська М.П. Організація туристичного обслуговування: підручник / М.П. Мальська, І.Г. Пандак, Ю. С. Занько. – К. : Знання, 2011. – 366 с
42. Матеріальна підтримка культурних проєктів: Світовий досвід та можливості застосування в Україні. Колективна монографія. Інститут культурології академії мистецтв України. - К., 2010.

43. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні. Монографія. - Харків: Видавництво НУЦЗУ, 2017. - 153 с.
44. Менеджмент туристичної індустрії : Навчальний посібник / За ред. І. М. Школи. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.
45. Морозов, М. А. Управління персоналом на підприємствах туристичної індустрії / М. А. Морозов // Стандарти і якість. - 2006. - № 2. - С. 54-58.
46. Навчально-методичний посібник «Актуальні проблеми туризму і сфери послуг» (для студентів спеціальності 242 «Туризм» (усіх форм навчання)) / укл. Ю.В.Макогон, К.В.Осипенко – Маріуполь : МДУ, 2021 – 168 с.
47. Олійник Я.Б., Степаненко А.В. Теоретичні основи туризмології. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Ніка –Центр. 2005. – 316 с.
48. Остап'юк Н.І. Державне регулювання розвитку туристичної галузі в Україні: автореф. дис... к.е.н.: 08.00.03. - Харків, 2011. - 23 с.
49. Підгірна В.Н., Костащук В.І. Характеристика географічних особливостей розвитку ринку туристичних послуг України. Інфраструктура ринку. Одеса. 42. 2020. С.108-113.
50. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні станом на 1 трав. 2002 / Київський ун-т туризму, економіки і права / В. Федорченко (ред.), Л. Малюга (упоряд.). - К .: Інтер, 2021. - 640 с.
51. Пробоїв О.А. Вплив міжнародного туризму на економічну політику країни в умовах пандемії COVID-19 /Класичний приватний університет. Приазовський економічний вісник. Випуск 1(24) 2021. С. 22- 29
52. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу України. - К.: ВД "до-М Академія"; 2020. - 568 с..
53. Сисоєва С. І. Механізми управління туристичним бізнесом в Україні // Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. Харків: Видво ХарРІ НАДУ "Магістр", 2014. № 2. С. 75–80

54. Тимець А. краєзнавство і туризм. - М .: Знання, 2019. - 120 с.  
.Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні. - К .: "Вища школа", 2002 - 195с.

55. Тонкошкур М. В. Конспект лекцій з дисципліни «Міжнародний туризм» (для студентів 5 курсу денної та 6 курсу заочної форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст спеціальності 7.14010301 «Туризмознавство (за видами)» та освітньо-кваліфікаційного рівня магістр спеціальності 8.14010301 «Туризмознавство (за видами)») / М. В. Тонкошкур; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Х.: ХНУМГ, 2013. – 126 с.

56. Управління регіональним розвитком туризму: Навчальний посібник. / За ред. В.Ф. Семенова –Одеса, 2011. - 225 с.

57. Федір О. Журавка , Ганна П. Філатова , Юлія В. Галинська , Інесса Є. Ярова. Розвиток ринку міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: світові тенденції та Україна. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ №4 (238), 2021. С.100-109

58. Хвостенко С. Туризм на Україні. - К .:» Здоров'я", 2019. - 120 С.

59. Crompton, J. L., Lee, S., Shuster, T. J. (2001). A Guide for Undertaking Economic Impact Studies. The Springfest Example. In: Journal of Travel Research 40, p. 79–87.

60. Lesya Pobochoenko, Tetiana Gavrillo, Research on transnationalisation of economic activity innovative component influenced by the COVID-19 pandemic // Baltic Journal of Economic Studies, Volume 7 Number 5. Riga, Latvia: —Baltija Publishingll, 2021, P.59-66.

61. Ugur, N.G. and Akbiyik, A. (2020), “Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A crossregional comparison”, Tourism management perspectives, vol. 36, Article 100744.

62. UNWTO, World Tourism Barometer, vol. 18, No. 3, June 2022 та UNWTO, World Tourism Barometer, vol. 18, No. 2, May 2022, Madrid : <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>.

63. Zenker S. & Kock F. The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*. December 2020. Vol. 81. Article 104164.

64. <https://www.tourism.gov.ua> - Офіційний сайт Державного агентства з розвитку туризму.

65. <https://www.unwto.org> - Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації.

66. <https://wtcc.org> - Офіційний сайт Всесвітньої ради з туризму та подорожей.

67. <https://www.wto.org> - Офіційний сайт Світової організації торгівлі.

68. <http://www.kmu.gov.ua> – офіційний сайт Кабінету Міністрів України.

69. <http://www.ukrstat.gov.ua> – офіційний сайт Державної служби статистики України.

70. Воронкова Т. Є., Притуленко А.В. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2020/85.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/85.pdf). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.83

71. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М. Туристичний ринок в Україні: тенденції та приховані можливості. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. №1. С.64-72. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2020-1-8>

72. Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52–1. С. 29–34. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://doi.org/10.32843/bses.52-4>.

73. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. *Бізнес Інформ*. 2021. № 1. С. 177–184. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-177-184>.

74. Лотиш О.Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». № 25. 2017. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/25-1-2017/30.pdf>

75. Мельниченко О. А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму // Державне будівництво. 2010. № 2. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.nbuiv.gov.ua/e-journals/DeBu/2010-2/index.html>

76. Раткович О. Особливості регіону Східної Азії, як одного з центрів світової сили / О. Раткович // Борисфен Інтел. – 2019. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://bintel.com.ua/uk/article/osoblyvosti-rehionu-skhidnoyi-aziyi/>

77. Січка І.І. Аналіз особливостей та розвитку туристичного ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://economyandsociety.in.ua/journal/7\\_ukr/7\\_2016.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/7_2016.pdf)

78. «25 магнітів»: У Зеленського анонсували амбітну програму для залучення іноземних інвесторів. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.depo.ua/ukr/politics/25-magnitiv-u-zelenskogo-anonsuvali-ambitnu-programu-dlya-zaluchennyainozemnikh-investoriv>

79. Ukraine Invest. Туризм. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: Retrieved from: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/industries/tourism/>

80. COVID-19: Measures to Support Travel and Tourism. [Electronic resource]. – Access: <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>.

81. International Tourism Highlights, 2020 Edition. [Electronic resource]. – Access: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456>

82. The World Tourism Organization (UNWTO) Why tourism? [Electronic resource]. – Access mode: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>.

83. World Travel & Tourism Council [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/league-table-summaries>.

84. Travel & tourism economic impact 2022 [Electronic resource]. – Access mode: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>