

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

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач випускової кафедри  
\_\_\_\_\_ С. В. Сіденко  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р.

# ДИПЛОМНА РОБОТА

## (ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

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

Тема: «Роль і місце туристичної індустрії в міжнародних економічних відносинах»

Виконавець: Сорочинський Леонід Володимирович,  
група МEB-603М

\_\_\_\_\_  
(підпис виконавця)

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

\_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

Нормоконтролер: Набок Інна Іванівна

\_\_\_\_\_  
(підпис нормоконтролера)

Київ - 2020

**ЗАВДАННЯ**  
**на виконання дипломної роботи**  
**Сорочинського Леоніда Володимировича**

1. Тема роботи «Роль і місце туристичної індустрії в міжнародних економічних відносинах» затверджена наказом ректора від «01» жовтня 2019 р. № 2248/ст.
2. Термін виконання роботи: з 28 листопада 2019 року по 26 січня 2020 року.
3. Вихідні дані до роботи: статистичні матеріали Міністерства фінансів України, Державної служби статистики України, матеріали й аналітичні звіти міжнародних компаній: Ernst&Young, KPMG, World Investment Report, BCG, щорічні звіти міжнародних організацій: Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Всесвітня туристська організація (ЮНВТО).
4. Зміст пояснювальної записки: теоретичні засади дослідження туристичної індустрії в системі міжнародних економічних відносин, аналіз сучасного стану розвитку світової туристичної індустрії, вектори та перспективи розвитку туристичної діяльності в Україні в умовах інтеграції у світовий економічний простір.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 9 таблиць, 24 рисунків та 2 додатки.
6. Презентація основних результатів дипломної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 22 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 дипломної роботи	16.09.2019	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання дипломної роботи	28.10.2019	Виконано
3.	Дослідити теоретичні засади туристичної індустрії в системі міжнародних економічних відносин	29.10.2019- 10.11.2019	Виконано
4.	Проаналізувати сучасний стан розвитку світової туристичної індустрії	11.11.2019- 01.12.2019	Виконано
5.	Визначити вектори та перспективи розвитку туристичної діяльності в Україні в умовах інтеграції у світовий економічний простір.	02.12.2019- 22.12.2019	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	13.01.2020- 19.01.2020	Виконано
7.	Оформити дипломну роботу	20.01.2020- 24.01.2020	Виконано
8.	Передати дипломну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	24.01.2020	Виконано
9.	Попередній захист дипломної роботи	27.01.2020	Виконано
10.	Передати дипломну роботу науковому керівникові для написання відгуку (за 7 днів до захисту)	27.01.2020	Виконано

8. Дата видачі завдання: «28» жовтня 2019 р.

Керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ Пічкурова З.В.

(підпис керівника)

(П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Сорочинський Л.В.

(підпис випускника)

(П.І.Б)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Роль і місце туристичної індустрії в міжнародних економічних відносинах»: 112 с., 9 табл., 24 рис., 76 літературних джерела, 2 додатки.

**Перелік ключових слів (словосполучень):** ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ, ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ, СВІТОВИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ, МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ, МІЖНАРОДНЕ ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО, ІНВЕСТИЦІЇ.

**Об'єкт дослідження** – 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** – особливості впливу туристичної індустрії на формування сталих взаємовигідних зовнішньоекономічних зв'язків та формування ефективної системи взаємодії суб'єктів світового ринку у глобальному економічному середовищі.

**Мета дипломної роботи:** розкриття значення туристичної індустрії для сучасних міжнародних економічних відносин, розробка та наукове обґрунтування основних напрямків і перспектив розвитку туризму як однієї з провідних галузей світової економіки.

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

**Отримані результати та їх новизна:** набули подальшого розвитку проблематика значення туристичної індустрії в міжнародних економічних відносинах та прогноз тенденцій її подальшого розвитку.

**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
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН.....	10
1.1. Зміст та економічні особливості туристичної індустрії в контексті сучасного світогосподарського розвитку .....	10
1.2. Класифікація форм та видів туризму як однієї з провідних галузей світової економіки .....	21
1.3. Чинники розвитку міжнародного туризму в умовах глобальних трансформацій .....	30
РОЗДІЛ 2	
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ .....	42
2.1. Обсяги, структура та динаміка світового ринку туристичних послуг.....	42
2.2. Дослідження впливу туризму на міжнародне економічне співробітництво...	55
2.3. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму як форми інтеграційних комунікацій. ....	59
РОЗДІЛ 3	
ВЕКТОРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР..	72
3.1. Особливості формування туристичної індустрії України з урахуванням світового досвіду .....	72
3.2. Механізми залучення інвестицій для реалізації стратегічних засад туристичної політики в Україні.....	828
3.3. Проблеми та пріоритетні напрямки розвитку туристичної галузі України. ....	89
ВИСНОВКИ.....	100
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	104
ДОДАТКИ.....	111

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** У сучасному глобалізованому світі туристична галузь посідає визначальне місце у системі міжнародних економічних відносин та виходить на позиції вагомого фактора економічного зростання, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності країни на світовій арені та вирішенню ряду проблем економічного і соціального характеру.

Туризм увійшов у XXI століття як сектор економіки, що характеризується стабільним розвитком і перетворився на одну з найбільш прибуткових і динамічних галузей світової економіки. Сьогодні на туристичну індустрію припадає близько 10% світового ВВП, 6% світового експорту, близько 30% світової торгівлі послугами, 7% загального обсягу світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат, а кожне 10-е робоче місце пов'язане із цим сектором.

У останнє десятиліття прибутки від експорту туристичних послуг стабільно перевищують прибутки від експорту нафти, харчових продуктів та автомобілів. Туристичні продукти і послуги перетворились на конкурентоспроможні об'єкти міжнародної торгівлі і стали одними з основних джерел доходів для багатьох країн, що розвиваються. Це зростання відбувається одночасно з наростаючою диверсифікацією туристичних продуктів та конкуренцією між окремими туристичними напрямками.

Це глобальне поширення туризму у розвинених країнах та країнах, що розвиваються, принесло численні економічні переваги, зокрема, забезпечило зростання зайнятості у багатьох суміжних галузях: у будівництві, сільському господарстві, транспортній та технологічній сфері.

В той же час, міжнародний туризм не просто розвивається й якісно змінюється сам по собі, він усе більш активно і органічно проникає і взаємодіє з окремими формами сучасних міжнародних економічних відносин, починаючи з міжнародної торгівлі товарами і закінчуючи міжнародним науково-технічним обміном. Ці аспекти і зумовили вибір теми наукового дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Роль туризму в міжнародних економічних відносинах, основні проблеми, умови та фактори розвитку міжнародного туризму розглядали в своїх працях такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Г. Алейнікова, О. Вавилова, С. Волкова, В. Гуляєва, М. Долішній, М. Кабушкіна, В. Квартальний, М. Крачило, А. Матвієнко, В. Мідлтон, Г. Науменко, М. Орлатий, С. Попович, П. Саблук, О. Савченко, О. Топчієва, С. Харічкова, В. Цибух, Г. Шаповал, Е. Юрченко.

Водночас, проблематика ролі та місця туризму для розвитку міжнародних економічних відносин залишається недостатньо розкритою, враховуючи постійно зростаючу вагу туристичної індустрії у сучасному міжнародному економічному середовищі.

**Метою** даної роботи є розкриття значення туристичної індустрії для сучасних міжнародних економічних відносин, розробка та наукове обґрунтування основних напрямків і перспектив розвитку туризму як однієї з провідних галузей світової економіки.

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

- дослідити зміст та економічні особливості туристичної індустрії в контексті сучасного світогосподарського розвитку;
- навести класифікацію форм та видів туризму як однієї з провідних галузей світової економіки;
- розкрити чинники розвитку міжнародного туризму в умовах глобальних трансформацій;
- проаналізувати обсяги, структуру та динаміку світового ринку туристичних послуг;
- оцінити вплив туризму на міжнародне економічне співробітництво;
- охарактеризувати сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму як форми інтеграційних комунікацій;

- визначити особливості формування туристичної індустрії України з урахуванням світового досвіду;
- оцінити механізми залучення інвестицій для реалізації стратегічних засад туристичної політики в Україні
- окреслити проблеми та пріоритетні напрямки розвитку туристичної галузі України.

**Об’єктом дослідження** є 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** – особливості впливу туристичної індустрії на формування сталих взаємовигідних зовнішньоекономічних зв’язків та формування ефективної системи взаємодії суб’єктів світового ринку у глобальному економічному середовищі.

**Методологія дослідження.** Для досягнення поставленої в роботі мети 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.

**Інформаційну базу дослідження** сформували монографічні видання, статті, аналітичні матеріали вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків, законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти, інформаційно-аналітичні матеріали Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Державної служби статистики України, Державного агентства України з туризму і курортів а також статистичні дані Організації економічного співробітництва та



розвитку, Світової організації торгівлі, Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої ради з подорожей і туризму та Центру досліджень світового туризму.

**Джерельною та статистичною базою роботи** є законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти щодо регулювання туристичної та курортної діяльності в Україні; матеріали й аналітичні звіти: World Travel & Tourism Council Report, Report of World Tourism Economy Trends Aviation benefits beyond borders Report, Passenger Forecast Global Report, Global Report on City Tourism, щорічні звіти СOT, ОЕСР, СБ та відповідні сайти в Internet, а також щорічні звіти Державної служби статистики України.

**Структура дипломної роботи.** Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку бібліографічних посилань використаних джерел та додатків. В роботі розміщено 9 таблиць та 24 рисунки. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 76 найменувань на семи сторінках.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

### 1.1. Зміст та економічні особливості туристичної індустрії в контексті сучасного світогосподарського розвитку

У XXI столітті індустрія туризму завдяки своїй глобальності та широкому охопленню різних галузей господарства набула виняткового значення у розвитку міжнародних економічних відносин. Дана індустрія приносить значні прибутки країнам, які активно її розвивають, а також бере участь у формуванні висококонкурентного середовища, у якому кожна країна бажає здобути першість у просуванні власних туристичних продуктів.

Туризм, як правило, розцінюється як акт подорожі в інше місце у цілях бізнесу або для отримання задоволення. Він передбачає здійснення подорожі до іншого середовища, як мінімум, на 24 години, але не довше одного року, для цілей, пов'язаних із бізнесом чи дозвіллям. Відповідно, туристом визнається особа, яка залишається на ночівлю, розташовану в тому місці, куди він їде [27, с. 3]. Туризм за своїм змістом передбачає поїздку в обидва кінці, а не подорож лише в одному напрямку. Зважаючи на це, туристична індустрія стосується всіх аспектів сфери послуг, які обслуговують туристів.

Під подорожжю розуміється акт переміщення з одного місця в інше. Це може стосуватися подорожей на далекі відстані, подорожей на короткі відстані, закордонних подорожей, внутрішніх подорожей та різних інших форм подорожей. Принципово важливо, що подорожі включають як поїздки в обидва кінці, так і подорожі в один бік, і вони охоплюють широкий спектр різних цілей подорожі [27, с. 4].

Індустрія туризму є доволі широким поняттям, що охоплює діяльність підприємств із організації та збуту туристичних продуктів, послуг екскурсійних

бюро та індустрії розваг. До цієї індустрії можна віднести всі ті галузі, діяльність яких спрямована на надання послуг, що стосуються організації подорожей (розміщення, харчування тощо) [49].

Існує ряд теоретичних підходів до визначення поняття «туристична індустрія», що відображають її либину і проблематику (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Підходи до визначення туристичної індустрії

Підходи	Представники	Зміст
Комплексний	О. Любіцева [23, с. 60] Л. Дядечко [18, с. 16] Н. Чорненька [35, с. 5]	Індустрія туризму – це міжгалузевий господарський комплекс, який спеціалізується на створенні турпродукту, здатного задовольняти специфічні потреби населення в проведенні дозвілля в подорожі шляхом виробництва та реалізації товарів і послуг туристичного призначення [23, с. 60]
Інтегральний	В. Бушуєв [13, с. 180-181]	Індустрія туризму – це складна інтегральна система взаємодії рекреаційних потреб суб'єкта і рекреаційних можливостей природно-економічного потенціалу території» [13, с. 181]
Геопросторовий	Н. Чорненька [35, с. 6] В. Бушуєв [13, с. 181]	Компонентна структура туристичної індустрії – це сукупність туристичних галузей, окремих секторів і видів рекреаційної діяльності, які розкривають особливості її функціонування та розвитку в межах певного географічного простору [35, с. 6] Індустрія туризму являє собою не тільки сукупність підприємств виробничої та невиробничої сфери, що надають туристські послуги та виготовляють товари туристичного попиту, а й є однією з форм освоєння території [13, с. 181]

Джерело: М. П. Бондаренко. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму [Електронний ресурс].

– Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2012/3-4/20129.html>.

Таким чином, індустрія подорожей посилається на численні аспекти більш широкої сфери послуг, які задовольняють потреби та бажання тих, хто подорожував з однієї частини світу в іншу. З огляду на вищезазначені підходи до тлумачення туристичної індустрії, можна помітити суттєві відмінності між туристичною галуззю та туристичною індустрією. Більшість підприємств та сервісів, які обслуговують туристів, також одночасно обслуговують подорожуючих. Проте,

туристична індустрія стосується людей, які подорожують з діловими цілями для задоволення, залишаються в пункті призначення хоча б одну ніч, а потім повертаються. Натомість, індустрія подорожей має більш широкий спектр, охоплюючи більше цілей та тривалість подорожей.

Функціонування індустрії туризму передбачає взаємозв'язок різноманітних сфер та галузей обслуговування мандрівників [64]. Транспортний сектор – це один із найбільш важливих секторів, обслуговує переміщення людей з одного місця до іншого і включає широкий спектр різноманітних видів подорожей, зокрема, повітряні, автомобільні, залізничні та водні. Цей сектор в першу чергу забезпечує можливість функціонування туристичної індустрії, а також надає туристам можливість подорожувати після прибуття до місця призначення.

Повітряні подорожі – це один із найбільш популярних способів досягнення туристами та мандрівниками обраного пункту призначення, в процесі використання якого авіакомпанії надають різні послуги, включаючи регулярні та чартерні рейси, можуть пропонувати рейси внутрішніх та міжнародних напрямків, а також рейси на далекі та короткі дистанції.

Підкатегорія водного транспорту включає всі види транспорту, які перевозять пасажирів водним шляхом. До них відносяться океанські лайнери та паромі, які, як правило, прямують із пункту А до пункту Б, а також круїзні кораблі, для яких перевезення не є єдиною метою.

У багатьох випадках міжміські автобусні перевезення є одним із найбільш ефективних способів подорожей серед туристів та мандрівників до обраного пункту призначення, і вони особливо популярні як для одноденних поїздок в межах країни, хоча нерідко використовуються для закордонних поїздок.

Залізничні перевезення – ще один популярний спосіб транспортування, який допомагає пасажирам легко дістатися з одного місця до іншого. Залізничні послуги користуються особливою популярністю у внутрішніх поїздах мандрівників завдяки їх зручності та регулярності. Крім того, у багатьох великих містах користуються послугами залізничного метрополітену, що сприяє швидкому та легкому переміщенню.

Новітньою формою перевезення, яка набуватиме все більшого впливу в наступні роки, є космічний апарат. Найвідоміший приклад компанії, що працює в цій сфері, є Virgin Galactic, яка продає квитки на туристичні суборбітальні космічні польоти і планує найближчим часом розвивати комерційний космічний туризм за допомогою пасажирських поїздок у космос.

Обидві індустрії – індустрія подорожей та індустрія туризму тісно взаємодіють зі сферою розміщення, оскільки її послугами користуються туристи у певні проміжки часу. Індустрія житла пропонує велику кількість різноманітних варіантів для клієнтів, задовольняючи різні смаки, бюджет та вимоги. Окрім надання притулку та місця для проживання, багато компаній у секторі розміщення надають ще й ряд супутніх послуг [64]. Найбільш популярною формою розміщення туристів є готелі, які пропонують розміщення на короткий термін. Вони надають гостям приватні кімнати, які зазвичай включають ванну кімнату та інші зручності. Крім того, більшість готелів надають такі послуги, як прибирання, обслуговування номерів, прання тощо.

Розширення таких платформ, як Airbnb, збільшило популярність спільного розміщення, яке, як правило, складається з простору в будинку, яким можна ділитися з власниками. Безпосередньо місце розміщення туристів може складатися з приватної кімнати, або може бути кімнатою, якою спільно користуються інші гості, які одночасно користуються закладом. Прикладом останньої форми тижневого проживання є хостели. Хостели – це форма проживання в загальних приміщеннях, де гості платять за місце у спальному приміщенні. У кожному номері є декілька місць, гості користуються спільною кухнею та ванною кімнатою. Зазвичай хостели вважаються бюджетним варіантом розміщення і передбачають самостійне харчування.

Ще однією формою розміщення можна вважати кемпінги, які передбачають розміщення на свіжому повітрі, як правило, у вигляді намету. Туристи та мандрівники, які розкладають табір, можуть зупинитися у комерційному кемпінгу, який надає додаткові зручності, або віддати перевагу власному кемпінгу у загальнодоступній зоні, наприклад, у національному парку.

Окремою формою перевезення та, одночасно, розміщення є круїзи. Тим, хто перебуває у круїзі, надається власна каюта, де вони можуть відпочити, і пасажирів переважно більшість часу подорожі фактично проводять на круїзному судні, користуючись при цьому класичними послугами розміщення.

Агротуризм залишається достатньо нішевою концепцією подорожі, яка набуває дедалі більшої популярності. Агротуристи проводять свій час у межах фермерського господарства, спостерігаючи за щоденною роботою, і навіть приєднуються до неї.

І, нарешті, розміщення в тайм-шейрингу означає проживання у приміщенні, де право власності розподіляється між різними людьми, при цьому права користування надаються кожному власникові у різні періоди року. Цей тип розміщення, як правило, включає квартири та будинки, власники яких зазвичай користуються ними протягом одного-двох тижнів на рік.

Харчування під час подорожі є основною потребою людини, і харчова промисловість забезпечує ці потреби серед туристів та мандрівників. Існує широкий спектр компаній різних типів, які входять до цього сектору, надаючи клієнтам безліч варіантів. Варто також зазначити, що харчова промисловість, окрім реалізації свого основного призначення, надає можливість туристам та мандрівникам спілкуватися між собою або зустрічатися з новими людьми [40, с. 16]. До її структури входять ресторани, бари, кафе нічні клуби тощо.

Ресторани – це заклади, які забезпечують замовників їжею та напоями у межах свого приміщення. Зважаючи на це, підкатегорія ресторанів туристичної галузі включає також ресторани швидкого харчування, окрім сімейних ресторанів, закусочних, розкішних ресторанів тощо. Бари та кафе забезпечують спокійну атмосферу для подорожуючих. Що стосується барів, то їх увага зосереджена на продажі алкогольних та безалкогольних напоїв, тоді як кафе, роблять акцент на гарячих напоях та легких закусках. Деякі всесвітньо відомі туристичні місця приваблюють велику кількість туристів завдяки концепції нічного життя, яке реалізують нічні клуби – заклади, які залишаються відкритими до пізньої ночі і поєднують музику з продажем алкогольних напоїв.

Таким чином, туристична індустрія є надзвичайно розгалуженою і включає до свого складу окремі сфери, здатні забезпечити основні та супутні потреби туристів. Включення тих чи інших сфер у процес надання туристичних послуг залежить від виду, специфіки та категорії подорожі.

Сучасна наука розглядає туризм як складну соціально-економічну систему. Беззаперечним є той факт, що на сучасному етапі туристична індустрія – це багатогалузевий виробничий комплекс. З цього випливає, туристична індустрія є надзвичайно розгалуженою, і на неї впливають певні фактори (рис 1.1). Підприємства туристичної індустрії повинні враховувати ступінь впливу усіх цих факторів за конкретних умов їх функціонування.

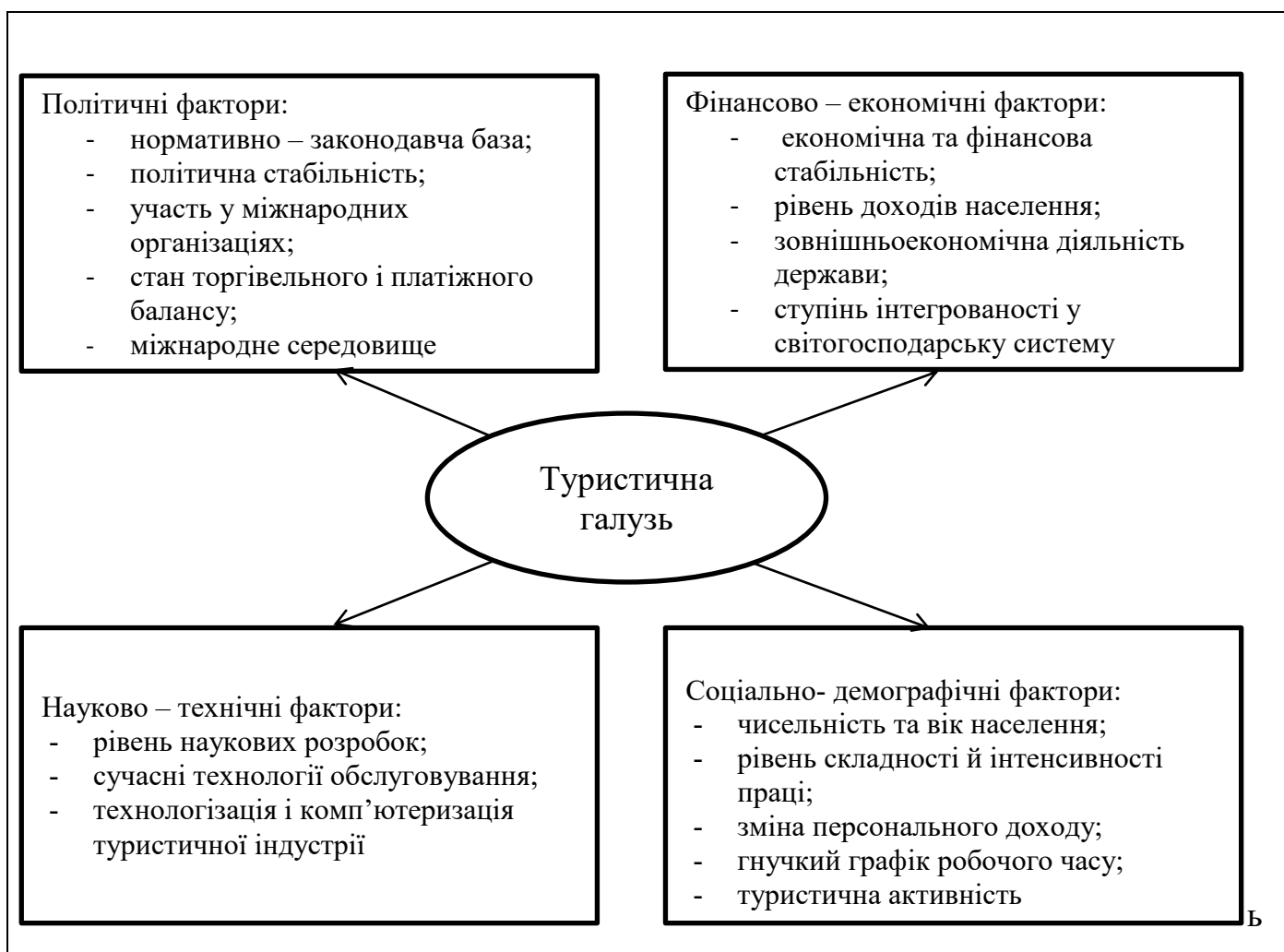


Рис. 1.1. Основні фактори розвитку туристичної галузі.

Джерело: Комліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/N\\_vkhdu\\_en\\_2014\\_8\(3\)\\_18.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/N_vkhdu_en_2014_8(3)_18.pdf).

Туризм як вид економічної діяльності реалізується у формі послуг. Туристична послуга, як будь-яка послуга, є дією певної споживчої вартості, що виражається в корисному ефекті, який задовольняє ту чи іншу людську потребу. При цьому послуга може бути надана або за допомогою товару, або в процесі функціонування безпосередньо живої праці. Зазначені два способи виробництва послуг обумовлюють і два види самих послуг: матеріальні (виробничі), опосередковані річчю, і нематеріальні (невиробничі), не пов'язані з матеріальними продуктами, виробництво яких невіддільне від їх споживання [21, с. 90]. Основним туристичним продуктом є тур, який представляє собою комплекс різноманітних послуг (розміщення, харчування, транспортні послуги, побутові, туристські, екскурсійні тощо). Вони об'єднані навколо головної мети подорожі і надаються на певному маршруті у визначений термін.

Окрім туристичних послуг, туристи можуть купувати товари туристичного призначення. Сукупність послуг і товарів туристичного призначення утворює поняття «туристичний продукт», який включає в себе:

- тури, об'єднані за цільовим призначенням (пізнавальні, оздоровчі тощо);
- туристично-екскурсійні послуги різних видів (розміщення, харчування, транспортні послуги);
- товари туристично-сувенірного призначення (карти, листівки, сувеніри тощо).

Туристичні послуги можна імпортувати до країни та експортувати з неї. Туристичний експорт – це вивезення з країни туристичних вражень, який супроводжується одночасним ввезенням туристами грошей до даної країни. Туристичний імпорт – це ввезення в країну туристичних вражень, який супроводжується одночасним виведенням туристами грошей з даної країни [76]. При туристичному експорті напрямок грошового потоку збігається з напрямком потоку туристів, тоді як при експорті товарів дані потоки спрямовані протилежно.

Допомагаючи формувати цінність, імідж та ідентичність країни, індустрія туризму виходить за межі економічно привабливих напрямків, і є важливим фактором економічного зростання. Внутрішні подорожі допомагають вирішити



проблему сезонної зайнятості у регіонах, а також направляють туристів у менш відвідувані райони, які, як правило, залишаються поза увагою іноземних відвідувачів. Натомість, закордонні подорожжі забезпечують грошові надходження до країни у іноземній валюті. Уряди країн використовують туризм як інструмент для усунення бідності на місцях, підвищення рівня зайнятості та економічного зростання, оновлення інфраструктури та зменшення тиску від переповнення, наприклад, дискреційною ціновою політикою.

Отже, важливість туризму впливає з численних переваг, які він приносить будь-якій країні. Туризм сприяє економічному зростанню та розвитку країни, забезпечує доходи та надає численні економічні переваги. Туристична індустрія тісно пов'язана з економічними відносинами між різними країнами світу, оскільки вона сприяє розвитку економічної інфраструктури та налагодженню мирної співпраці між державами світу. Туризм на сьогоднішній день є одним із найбільш популярних способів проведення вільного часу. Він достаньо розвинений майже у всіх країнах, головним чином, через прибуток, який він приносить.

## **1.2. Класифікація форм та видів туризму як однієї з провідних галузей світової економіки**

Туризм є надзвичайно важливою сферою економічної діяльності, оскільки він тісно пов'язаний з іншими галузями економіки, зокрема, з виробництвом, сільськогосподарською діяльністю, торгівлею. Масштаб та окремі елементи туристичної діяльності, їх цінність та оригінальність перетворюють туризм на основну рушійну силу формування туристичного трафіку і забезпечують розвиток туристичної діяльності. Певна місцевість або напрямок може зацікавити і змусити людей подорожувати на далекі відстані, що сприяє розвитку туристичного потенціалу, який включає до свого складу елементи, що являють собою пам'ятки та об'єкти для прийому туристів.

На сьогодні не існує чіткої загальноприйнятої класифікації туризму. Це пояснюється насамперед тим, що практично неможливо виокремити чисті форми і

види сучасного туризму. Туризм можна класифікувати за найрізноманітнішими показниками: за метою, засобами пересування, характером, термінами і тривалістю подорожі, засобами розміщення тощо. У класифікації туристичних подорожей і розподілі їх на види вирішальне значення має їхня мета. Щоправда, мандруючи, турист ставить перед собою не одну мету. Втім, залежно від індивідуальних потреб туриста, одна з них переважає.

Форма туризму безпосередньо пов'язана з тим, чи перетинає кордон мандрівник. Відповідно до цього, виокремлюють міжнародний та внутрішній туризм.

Міжнародний туризм – це вид туризму, який охоплює тих туристів, які вирішили поїхати в іншу країну з країни проживання. Вони повинні перетнути національні кордони, як правило, розмовляти мовою, відмінною від своєї та використовувати іншу валюту. Для того, щоб приваблювати якомога більше міжнародних туристів, потрібно мати розвинену інфраструктуру та відмінну якість послуг. Також важливо сформувати максимально привабливий туристичний імідж країни. Туризм є важливим джерелом доходу, тому для багатьох держав кількість міжнародних туристів є більш важливою, ніж кількість внутрішніх туристів.

Внутрішній туризм – це туризм, в якому беруть участь жителі певної країни, що подорожують лише в її межах. У загальній кількості мандрівників ця категорія є найбільшою (понад 80%) у таких країнах як Франція, США та Великобританія. Це найбільш практична форма туризму, оскільки має такі переваги, як порівняно менша вартість, знання національної мови та особливостей дозвілля. Даний вид туризму функціонує також в межах туристичних курортів.

У країнах з величезними територіями, значними відстанями, а також з різноманітними ресурсами, визначними пам'ятками, зазвичай кількість внутрішніх туристів перевищує кількість міжнародних. Прикладами таких країн є Франція, Великобританія, Нідерланди, США. З 1 січня 1993 року подорожі між державами Європейського Союзу вважаються внутрішніми.

На сьогоднішній день існує багато видів туризму, які можна класифікувати за різними ознаками, зокрема, за вектором направленості, тривалістю перебування,

метою поїздки, способом організації, за кількістю учасників, за віковою ознакою, за способами переміщення, за інтересом та за вартістю (рис 1.2.):

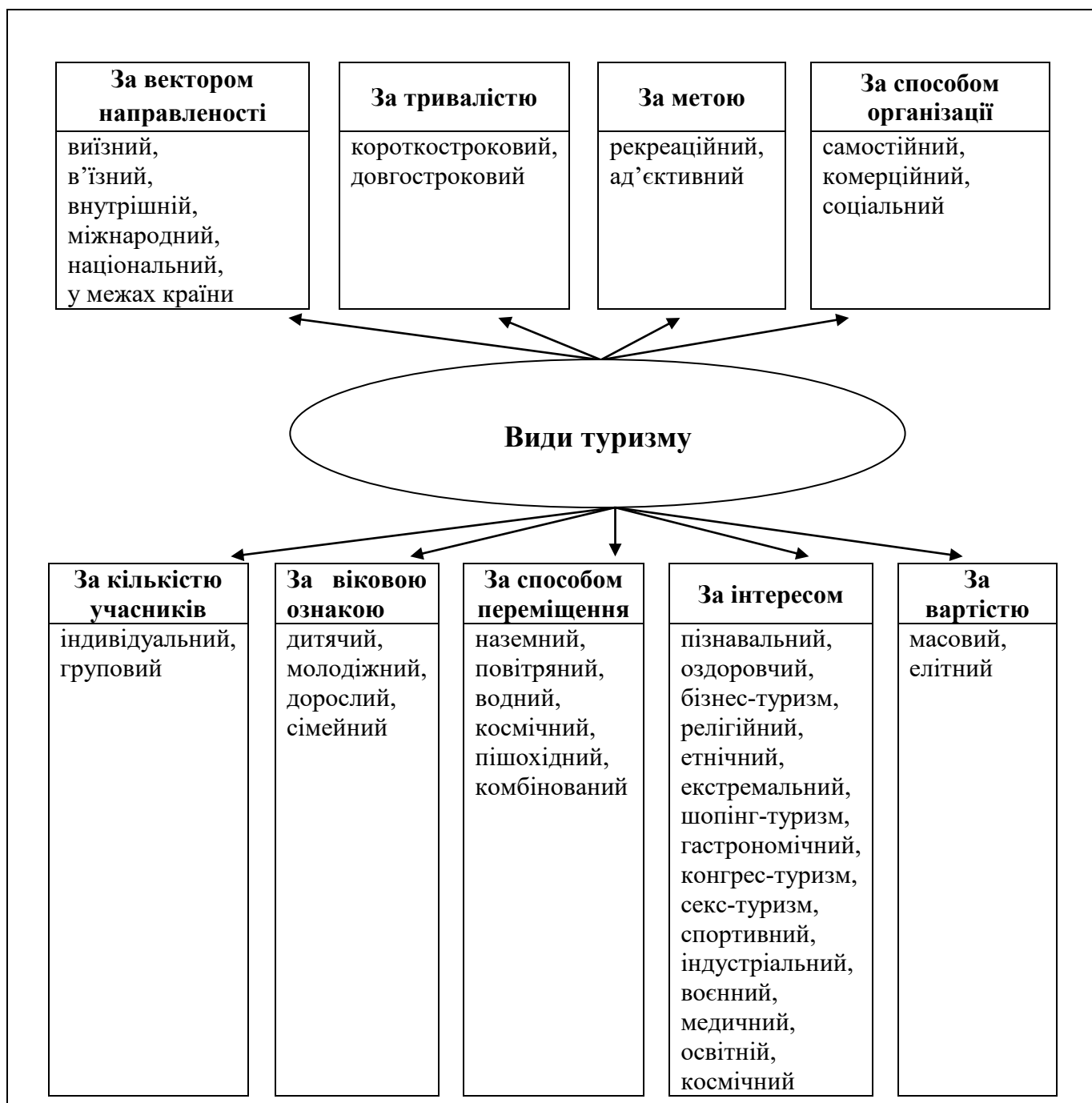


Рис. 1.2. Види туризму

Джерело: М. П. Бондаренко. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму [Електронний ресурс].  
 – Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2012/3-4/20129.html>.

Зазначені види туризму можуть здійснюватися в межах таких загальних цілей здійснення туристичних подорожей, як:

- оздоровлення (відновлення моральних та фізичних сил людини, що включає в себе лікування);
- пізнавальна мета (поглиблення знань про природні особливості та культуру та інших країн);
- спортивна ціль (підготовка або участь у змаганнях та іграх на різних рівнях, співпраця спортсменів, а також участь у якості глядачів);
- професійно-ділова мета (бізнес-поїздки, участь у конгресах, конференціях, семінарах, обмін досвідом, професійне навчання);
- релігійна мета (паломництво, вивчення релігійних особливостей інших країн та народів);
- ностальгічна мета (відвідування родичів або місць історичного проживання).

Відповідно до визначених цілей можна визначити наступні функції туризму:

- відновлююча – позбавлення людини від втоми, шляхом зміни місця перебування або виду діяльності;
- розвиток – надання можливості для розвитку особистості;
- розважальна – надання можливості цікаво провести час, шляхом ознайомлення з місцевістю, її жителями, відвідування концертів, спортивних та інших заходів.

Загалом, рекреаційний туризм – вид туризму, головною метою якого є відпочинок та відновлення, у яких мають потребу туристи різного соціального походження. Міське населення завжди схильне до відпочинку на природі. Тривалість перебування зазвичай коротка, наприклад, вихідні дні, а метою поїздки є зміна місця перебування [16, с. 200].

Оздоровчий або лікувальний туризм вважається однією з найдавніших видів туризму. Він практикується переважно в літньому віці впродовж усіх сезонів року. Тривалість перебування може бути різноманітною від декількох днів до декількох місяців. Програми таких турів дуже різняться, але існують загальні специфічні вимоги до їх організації. За програмами турів приблизно половина часу в турі

приділяється оздоровчо-профілактичним процедурам, а їх реалізація ж, як правило, відбувається не за групами, а індивідуально.

Культурний туризм визначають як переміщення людей до культурних пам'яток на значні відстані від їхнього звичайного місця проживання з метою збирання нової інформації та досвіду для задоволення їх культурних потреб, які можуть включати самоствердження власної культурної ідентичності шляхом спостереження за іншими. Культурний туризм пов'язаний із дослідженням культури певної країни чи регіону, зокрема, способу життя людей на певній географічній території, а також історичних, мистецьких, архітектурних релігійних та інших елементів, які допомогли сформувати їхній спосіб життя. Культурний туризм також включає туризм у міських районах, особливо в історичних чи великих містах та їхніх культурних об'єктах, таких як музеї та театри. Він також може включати туризм у сільській місцевості, який демонструє традиції корінних культурних громад, їх цінності та спосіб життя.

Культурний туризм призначений для тих людей, які віддають перевагу відвідуванню деяких туристичних пам'яток та дослідженню культурної спадщини. Він є характерним для певних категорій людей, таких як молодь, студенти та інтелектуали. При цьому тривалість перебування в турі може бути короткою або середньою. Туристи, які є любителями, як правило, віддають перевагу великим містам, де можна знайти цікаву архітектуру, багато музеїв, різноманітні туристичні пам'ятки [14, с. 134]. Найбільш популярними містами, в яких часто бувають такі туристи є Венеція, Афіни, Рим, Токіо, Пекін, Нью-Йорк, Париж, Лондон.

Загальновідомим є факт, що суб'єкти культурного туризму витрачають значно більше, ніж звичайні туристи. Цей вид туризму стає досить популярним у всьому світі, і останній звіт ОЕСР підкреслив роль, яку культурний туризм може відіграти у розвитку різних регіонів світу.

Навчальний туризм можна визначити як туризм, у якому приводом для подорожі є навчання або отримання певних знань (історичних, культурних, соціальних), вивчення та практика іноземної мови. Освітня сфера використовує

даний вид туризму як інструмент для розширення навчання, накопичення досвіду з практики. Цей добре розвинений тренд у поєднанні з новими технологіями є перспективною можливістю реалізувати дану форму збагачення культури у початковій середній та вищій освіті.

Соціальний туризм охоплює широкий спектр діяльності і використовується, передусім, для допомоги певним категоріям осіб. Способи реалізації даного виду туризму можуть варіюватися від великих спонсорованих урядом схем (наприклад, таких як ANCV у Франції – схема ваучерних відпусток, яка допомогла понад 7 мільйонам людей скористатися відпочинком у 2010 році, або IMSERSO в Іспанії, яка дозволила отримати відпочинок понад 1,2 мільйонам осіб похилого віку) до допомоги малих некомерційних підприємств сім'ям з невеликим рівнем доходів насолоджуватися відпочинком на морському узбережжі [67]. Подібні програми використовуються, насамперед, для забезпечення соціальних переваг, які може надати відпустка і виступають економічним рушієм для розвитку туристичної галузі окремих країн, в першу чергу – менш розвинених.

Модний туризм – це сегмент ринкової ніші, який склався з трьох основних секторів: творчий туризм, культурний туризм та торговий туризм. Модний туризм можна визначити як взаємодію між організаціями маркетингового призначення, торговими асоціаціями, постачальниками туризму та приймаючими громадами, з людьми, які подорожують та відвідують певне місце для бізнесу чи дозвілля, щоб насолодитися, експериментувати, відкривати, вивчати, торгувати, спілкуватися і споживати моду.

Різні міста світу все частіше використовують культурні сфери для розвитку туризму та інших галузей, щоб збільшити свій економічний потенціал та позиціонувати себе на світовому ринку в ролі потужних суб'єктів туризму. Найчастіше вони не мають потребу не у спеціалізації на нових видах діяльності, а у диверсифікації власної економіки. Виходячи з цього, модний туризм був використовується і пропагується у таких містах, як Париж, Нью-Йорк, Мілан, Лондон, Барселона, Рим, Токіо, Лос-Анжелес, Амстердам, Стамбул, Берлін, Сідней.

Мода – це глобальна індустрія, і багато столиць світу здійснюють масштабну торговельну діяльність щонайменше двічі на рік.

За географічним фактором розрізняють: міжнародний та внутрішній туризм, в межах яких функціонують окремі види туризму (рис. 1.3.):

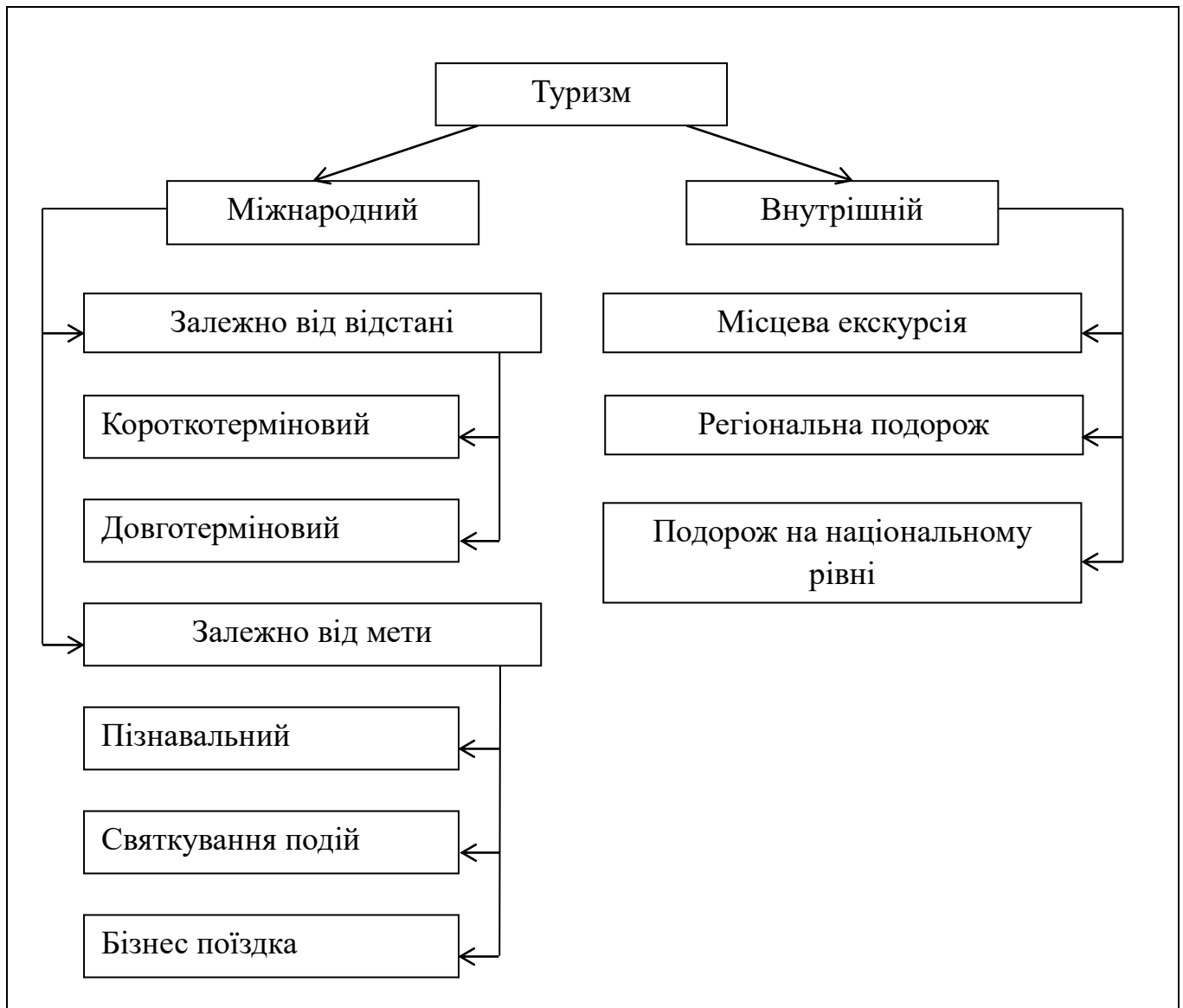


Рис. 1.3. Види туризму за географічним фактором

Джерело: Комліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvkhd\\_u\\_en\\_2014\\_8\(3\)\\_18.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvkhd_u_en_2014_8(3)_18.pdf)

Залежно від ступеня мобільності туристів, туризм можна класифікувати за такими видами, як туризм з активним переміщенням та туризм з мінімальним переміщенням.

За тривалістю проживання під час здійснення туристичної подорожі туризм можна класифікувати за декількома формами відповідно до часу, який доступний для подорожі [38, с. 313]:

- туризм з тривалим проживанням – передбачає перебування туристів у туристичній зоні понад один місяць. До цієї категорії туристів можна віднести, наприклад, пенсіонерів, які приймають певне медикаментозне лікування на курортах, що зазвичай вимагає більш тривалого періоду часу – від 30 до 60 днів або більше. Також сюди відносять категорію людей, які мають більш високий рівень доходу, що надає можливість залишитися довше на одному місці. Частково до цієї категорії також може бути включений молодіжний туризм, який можна практикувати під час літніх канікул, тобто відпустки, які перевищують один місяць.

- туризм з середньою тривалістю перебування – використовується особами, які перебувають у туристичній зоні менше 30 днів. Це зазвичай збігається з максимальною тривалістю оплачуваної відпустки і практикується всіма категоріями населення, незалежно від доходу, який вони мають.

- туризм з нетривалим терміном перебування – практикується особами, що здійснюють подорож на короткий час, наприклад, тиждень.

Сезонність – ще один фактор, який може впливати на туристичні потоки. Залежно від цього фактору, можна виділити наступні види туризму:

- зимовий туризм, який поділяється на дві окремі категорії, а саме: туристичні поїздки в райони зі снігом та зимовими видами спорту і туризм для людей, що їдуть в країни з теплим кліматом взимку.

- літній туризм, що використовують зазвичай у теплі місяці року, і який пов'язаний з водою, морем, сонцем і носить масовий характер.

- туризм, що пов'язаний з традиційними або сезонними подіями: наприклад, сезони полювання, риболовлі чи інших видів спорту.

Залежно від транспортних засобів, якими користуються туристи, існують такі види туризму:



– походний туризм – це рекреаційні поїздки в незабруднені райони, екскурсії в гори, кемпінгові наметові табори, організованими або напіворганізованими групами; сюди можуть бути включені полювання та риболовля;

– залізничний туризм – через залізничні шляхи, якими користується значний відсоток туристів;

– велосипедний або автомобільний туризм;

– морський та річковий туризм – через транспортні судна, що є специфічними засобами, якими користуються туристи. Сюди входить спортивний і морський туризм, який використовується в автомобільному транспорті або вітрильні катери, байдарки, каное тощо;

– туризм, що використовує повітряні реактивні літаки або вертольоти.

Виділяють також окремий специфічний вид туризму, пов'язаний з діяльністю молоді – молодіжний туризм [42].

Формами молодіжного туризму є:

– канікулярний туризм – за якого незалежні мандрівники проводять свій вільний час у певному місці або залишаються за кордоном чи в таборах. Учасники міжнародних таборів часто розміщуються в університетських кампусах, гуртожитках, готелях;

– туристична освіта за кордоном – включає в себе стипендіальні програми, літні школи, тематичні табори на національному чи міжнародному рівнях. Молодь має знати хоча б дві мови та бути знайомою з певними культурами;

– робочий відпочинок – полягає у тому, що молоді люди, які вирішили подорожувати протягом певного часу від трьох місяців до одного року поєднують канікули з тимчасовими працевлаштуванням;

– волонтерство – вид подорожей, що стає все більш орієнтованим на гуманітарну роботу та громадські послуги. Період активності для цих програм варіюється від декількох тижнів до одного року. Молодь отримує вигоду у формі

проживання, їжі, кишенькових грошей, мовних курсів, медичного страхування та вихідних днів щомісяця;

– туризм, спрямований на вивчення іноземної мови. Мінімальний період, необхідний для такої подорожі становить п'ять-шість тижнів. Великобританія вважається найбільш пріоритетним напрямком для молоді, яка хоче вивчити іноземну мову. Також обирають такі напрямки, як Іспанія, Австрія, Японія, Франція, Німеччина чи Бразилія [39].

Таким чином, можна підкреслити існування різноманіття сучасних форм та видів туризму, кожен з яких, беззаперечно, слугує фундаментальною базою для розширення туристичної інфраструктури країн світу та розвитку світової туристичної індустрії в цілому. Завдяки існуючим формам і видам туризму, як однієї з провідних галузей світової економіки, постійно з'являються нові туристичні напрямки і маршрути, а туристичні агенства пропонують дедалі більш екзотичні розваги та види відпочинку.

### **1.3. Чинники розвитку міжнародного туризму в умовах глобальних трансформацій**

Туризм у формі подорожей, обраних за власним бажанням, існує приблизно з середини XIX ст. До цього часу добровільні подорожі без негайної потреби залишалися привілеєм вищих класів. Після «демократизації подорожей», що почалася після Другої світової війни, туризм перетворився на нову галузь і на важливий чинник економічного розвитку у багатьох країнах світу з середини XX століття.

Він перетворився на один з найбільших соціально-економічних та соціальних секторів, що демонструють швидке зростання у всьому світі, бере участь у формуванні 10% світового валового внутрішнього продукту (ВВП), відіграє значну роль у прискоренні розвитку та подоланні бідності. Туризм є новітньою галуззю, що стає дедалі більш важливим джерелом доходу, зайнятості та багатства у багатьох країнах світу.

На стійкий розвиток туристичної індустрії у всьому світі впливають різноманітні фактори, які можуть бути як внутрішніми, так і зовнішніми. Зовнішні фактори, такі як клімат, безпека, доступ до зручностей, мир та безпека, можуть вплинути на розвиток туристичної галузі у масштабі всього світу. Так само внутрішні фактори, такі як недостатня інфраструктура, слабкі людські ресурси, низькі стратегії маркетингу та просування, а також слабкий зв'язок з міжнародними організаціями можуть перешкоджати розвитку туристичної галузі на певній території [31, с. 105].

Відсутність інтеграції та невизнання туризму в політичних програмах також не сприяють розвитку туристичної галузі. Відсутність координації та прихильності урядових органів, недостатнє залучення зацікавлених сторін, слабка комунікація з органами влади також гальмують розвиток туристичної індустрії. Наприклад, Ефіопія, яка має численні пам'ятки природного, релігійного, історичного, рукотворного та культурного туризму, характеризується невідповідністю її потенціалу та економічного внеску від нього, частка якого у ВВП країни складає 4,1%, що є дуже низьким показником [73].

Враховуючи, що Ефіопія відома постійно зростаючими міжнародними туристичними потоками, країна є однією з держав, що отримують великі вигоди від туризму. Проте, в країні існує проблема дефіциту асортименту туристичних пропозицій у існуючих та потенційних туристичних напрямках, відсутності інтерпретацій та презентацій визначних туристичних пам'яток, які ґрунтуються на недостовірних фактах та знаннях. Ремесла, місцеві творчі вироби, виконавські мистецтва та розважальні послуги, які можуть допомогти збільшити час перебування та витрати туристів у кожному пункті призначення, не пропонуються в достатній кількості та якості. Так само, Національний регіональний штат Гамбелла, розташований на південному заході Ефіопії, є одним з найкрасивіших туристичних напрямків країни. Він має безліч природних, неприродних, історичних та культурних ресурсів. Однак розвиток туристичної галузі в регіоні знаходиться на стадії зародження.

Існує ряд чинників, що сприяють розвитку міжнародного туризму [52]. Насамперед, них слід віднести географічні чинники, економіко-географічні, та соціально- економічні, які впливають на туристичну сферу через свої особливості ( див. Рис. 1.4). Більш детально фактори впливу представлені у Додатку А.



Рис. 1.4. Географічні чинники розвитку туризму.

Примітка. Побудовано автором за даними: Солодовник А.В. Фактори розвитку туристичної галузі. Інновації інфраструктури транспортно-логістичних систем. Проблеми, досвід, перспективи. Збірник тез конференції. – 2016. – С.168-170.

Вплив даних чинників на розвиток туризму і його просторову організацію проявляється завжди, а в деяких районах вони його визначають.

Фактор географічного положення виступає у формі фізико-географічного, економіко-географічного, транспортно-географічного, геополітичного, еколого-географічного положення. Характер геополітичного положення часто справляє визначальний вплив на основні тенденції розвитку міжнародного туризму (рис. 1.5).

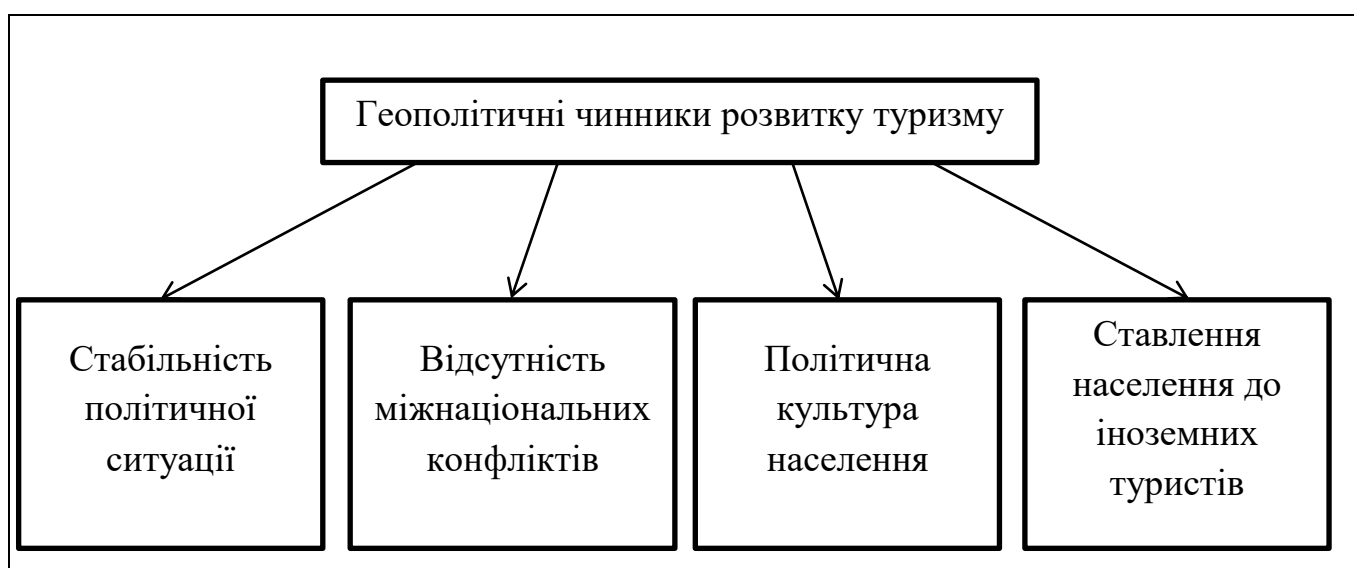


Рис 1.5. Геополітичні чинники розвитку туристичної галузі.

Примітка. Побудовано автором за даними: Солодовник А.В. Фактори розвитку туристичної галузі. Інновації інфраструктури транспортно-логістичних систем. Проблеми, досвід, перспективи. Збірник тез конференції. – 2016. – С.168-170.

Так, туристи ніколи не виявляють бажання відвідувати туристичні центри, розташовані в осередках геополітичної нестабільності, навіть якщо вони мають туристичну цінність.

Політико-правові фактори закладають фундамент для розвитку туристичної галузі. Від напряму політики, що проводить держава у сфері туризму, залежить інтенсивність припливу туристичних ресурсів. Зазвичай, коли держава зацікавлена в розвитку туристичної галузі, туризм визначається як пріоритетна галузь, приймаються законодавчі і нормативно-правові акти, які стимулюють і регулюють її розвиток, а також впроваджуються фінансово-економічні заходи з підтримки та

формування туристичної інфраструктури, а саме: будівництво готелів, розширення і поліпшення індустрії гостинності.

З розвитком туризму дедалі більшої ваги набувають фактори безпеки подорожей. Для туристів розвинених країн стало нормою очікувати від урядів країн, зацікавлених в прийомі гостей, здійснення належних заходів щодо забезпечення безпеки життя і здоров'я туристів в місцях відпочинку, засобах розміщення та в транспорті. Міжнародні конфлікти або військові дії, прояви міжнародної злочинності і тероризму не тільки гальмують розвиток туризму, але й часто стають причиною того, що уряди країн-постачальників міжнародних туристів публікують списки держав, небажаних для відвідування. Мандрівники також нерідко стурбовані санітарним станом закладів розміщення і закладів громадського харчування у країнах відвідування.

На індустрію гостинності впливають як макро-, так і мікроекономічні фактори. Макроекономічна нестабільність, зростання інфляції і безробіття серйозно турбують суспільство, і це часто призводить до того, що населення вважає за краще утримуватися від туристичних поїздок. У країнах, де доходи від туризму становлять значну частку ВВП, інвестиції спрямовуються на будівництво нових готелів і поліпшення інфраструктури туризму. Разом з тим, зростання національного доходу, особливо зростання рівня витрат населення на особисте споживання, здійснює стимулюючий вплив на схильність людей до подорожей. Рівень цін на продукти і товари туристичного попиту розглядається як один з важливих факторів, що визначають вибір місця відпочинку. У питаннях фінансового регулювання для туризму найбільше значення має валютний курс, простота і доступність валютного обміну.

Значення економічних факторів у розвитку міжнародного туризму постійно зростає. Все більшу роль відіграє активізація економічних зв'язків між державами на основі міжнародного поділу праці. Розширення міжнародної торгівлі та вдосконалення транспортних засобів стали важливою матеріальною передумовою розвитку туризму. До економічної групи передумов розвитку міжнародного туризму можна віднести також розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, прагнення до

використання передового досвіду інших країн у створенні матеріальних і духовних цінностей, що проявляється в розширенні наукових і ділових контактів, вираженням яких служить розвиток нових видів міжнародних туристичних зв'язків.

Значний вплив на зростання туризму і розширення його соціальної бази здійснюють матеріально-технічні фактори. Основні з них пов'язані з розвитком засобів та методів транспортування, розміщення, зв'язку, закладів громадського харчування, роздрібної торгівлі, сервісу. В останні десятиліття в результаті науково-технічного прогресу транспорт став більш швидким, безпечним, комфортабельним. Рівень готельного і ресторанного сервісів також відіграє важливу роль в обслуговуванні іноземних туристів. Але індустрія туризму, і, особливо розміщення і харчування, схильна до коливань попиту на туристичні послуги протягом року, що, безсумнівно, призводить до зростання витрат на утримання цих підприємств і підвищення вартості їх послуг.

Торгівля – ще один чинник, що може сприяти розвитку міжнародного туризму. Вирушаючи в закордонну подорож, турист часто цікавиться, що можна купити в країні перебування. Це можуть бути унікальні вироби місцевих народних промислів, сувеніри на згадку про поїздку, подарунки для рідних і друзів. Деякі країни отримують вигоду не тільки від продажу туристичних послуг і сувенірів, але і від товарів тривалого використання. Цілий ряд країн, наприклад, Об'єднані Арабські Емірати, Туреччина, Греція, Італія, Сінгапур приваблюють до себе туристів завдяки активній торгівлі товарами за вигідними цінами.

Соціально-демографічні фактори також суттєво впливають на розвиток міжнародного туризму. В результаті зростання населення Землі збільшується туристичний потенціал світу, до цієї діяльності залучаються нові трудові ресурси. До демографічних факторів також відносяться постійно зростаючий взаємний інтерес народів різних країн світу, що мають єдину або споріднений мову або пов'язані спільною історією та культурою, а також підвищений попит на участь в спеціалізованих поїздках осіб однієї професії або суспільної функції [37].

Одним із важливих чинників розвитку міжнародного туризму є віковий і сімейний склад населення. Молоді люди у віці 18-35 років складають основну масу

мандрівників, і з особливою силою цей фактор починає проявлятися в туристичних потоках, що генеруються країнами Азіатсько-Тихоокеанського регіону.

Останнім часом в постіндустріальних країнах на туристичні дедалі більший вплив почала здійснювати вікова структура населення. На частку рекреаційного туризму припадає найбільша група населення у віці 30-55 років. Близько 20% всіх туристів становить молодь. Проте, невпинно зростає частка подорожуючих осіб похилого віку (особи віком за 55 років). Це явище отримало назву «туризм третього віку». Цей сегмент заснований на тому, що пенсіонери розвинених країн мають досатньо часу і коштів для здійснення тривалих подорожей. Їх найчастіше залучають туристичні центри, здатні запропонувати умови для зміцнення здоров'я, інтелектуального і культурного збагачення.

Позитивний вплив на розвиток міжнародного туризму здійснює розширення соціального складу туристів, що стало можливим завдяки поліпшенню умов оплати праці, збільшення тривалості оплачуваної відпустки, надання робітникам і службовцям різних соціальних гарантій і пільг за рахунок підприємств і профспілок. Розвитку туризму сприяє також і зниження вікового порога виходу на пенсію, що з урахуванням збільшення тривалості життя привело до появи так званого туризму третього віку і навіть четвертого віку.

Сімейні фактори буде виявляти все більше зростаючий вплив на розвиток міжнародного туризму. Триває зростання числа сімей, в яких є діти. Даний сегмент вимагає особливих умов відпочинку і повинен враховуватися при плануванні туристичних напрямків і в дизайні засобів розміщення для сімейного відпочинку.

Технологічні чинники у формі досягнень науково-технічного прогресу широко використовуються в туристичній індустрії та, зокрема, в таких сферах, як транспортні перевезення, система дистрибуції і споживча інформація. Розвиток телекомунікаційних технологій призвів до створення комп'ютеризованих систем бронювання, що дозволяють бронювати місця у транспортних засобах та засобах розміщення в режимі онлайн. Завдяки застосуванню нових технологій відбулася якісна зміна в системі формування та придбання турпродукту. Глобальні системи дистрибуції забезпечують легкий доступ мільйонам користувачів: тепер споживач



сам може скласти собі турпакет, провести необхідне бронювання і відправитися в подорож за самостійно розробленим ним маршрутом.

Культурні фактори завжди стимулювали зростання туристичних потоків. Туристи відвідують певні місця, які мають світову культурну цінність. Наприклад, незмінною популярністю користується Лувр в Парижі, історичні ансамблі Санкт-Петербургу, Велика Китайська стіна в Китаї, Діснейленд в Токіо та інші. Чинники розвитку культурного туризму зображені на рис. 1.6.:



Рис. 1.6. Фактори розвитку культурного туризму.

Примітка. Побудовано автором за даними: Буценко И.Н., Тимченко В.А. Международный туризм в системе мирового хозяйства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edrij.ru/article/10-09-17>.

Інфраструктурно-комунікаційні фактори проявляють свій вплив на туризм у тому, що транспорт та інфраструктура забезпечують переміщення туристів до місця відпочинку і назад, а також трансфер в межах туристичного центру. До того ж, ці фактори передбачають максимальний комфорт і безпеку в подорожі. Подальший розвиток міжнародного туризму неможливий без розвитку і вдосконалення транспортних засобів, так само, як туризм неможливий без подорожі. Для багатьох популярних туристичних напрямків великого значення набуває стан інфраструктури, особливо аеропортів та автошляхів, їх пропускна здатність може зіграти вирішальну роль у стримуванні туристичних потоків. Слід пам'ятати, що перші враження в поїзді починаються саме з якості транспортного перевезення.

Туристична інфраструктура призначена для забезпечення необхідних умов роботи туристичних підприємств і безпеки життя і здоров'я мандрівників. У багатьох державах існує спеціальна поліція, що займається питанням забезпечення безпеки туристів. Не менш важливою є і інформаційна підтримка. У великих містах, як правило, є інформаційні центри, де можна отримати всю інформацію про місто та послуги для іноземних гостей, а також карти, путівники довідники.

У складі чинників, що визначають розвиток міжнародного туризму, необхідно виділити і конкретизувати досить велику групу чинників, до яких впливають на вдосконалення турпродукту, розвиток сфери туроператорського продукту і послуг, професійної турагентської мережі, систем дистрибуції, фактори трудових ресурсів і маркетингові [48].

Удосконалення турпродукту – результат зусиль представників різних секторів туристичної індустрії. Він є найбільш важливим зв'язком між секторами розміщення, пасажирського транспорту і сектором організаторів і продавців туристичних послуг. Однак, якість турпродукту багато в чому залежить від стану навколишнього середовища та інфраструктури, в цьому відношенні велику роль відіграють туристичні організації: регіональні туристичні адміністрації, урядові структури, професійні асоціації, які можуть об'єднати зусилля для створення атмосфери гостинності, залучити необхідні інвестиції. Важлива роль в

удосконаленні туристичного продукту відводиться підприємствам дозвілля, роздрібною торгівлі, а також громадського харчування.

Розвиток сфери туropераторського продукту і послуг є важливим з цієї позиції, що туropераторський продукт являє собою комплекс туристичних послуг (турпакет), який формується фірмою і продається кінцевим споживачам. Туropератори працюють в тісному контакті з готелями і авіакомпаніями, зазвичай заздалегідь домовляються про квоту місць в готелях і в транспорті, що дозволяє їм вести продаж турів без перебронювання. Політика туropераторів щодо продукту, послуг і цін багато в чому визначає кон'юнктуру ринку міжнародного туризму.

Ще одним внутрішнім чинником розвитку туризму є існування турагентської мережі, що становить основу розподільчої мережі, по якій оптовики продають свої тури, виконуючи при цьому інші важливі функції: підтримують зв'язок з місцевими сервісними підприємствами, організують виконання туристичної програми і надання додаткових послуг. Від їх роботи багато в чому залежить якість надання туристичних послуг, починаючи від зустрічі в аеропорту, доставки в готель і закінчуючи організацією екскурсій, заходів та спортивних змагань.

Розвиток систем дистрибуції має важливе значення для туристичної індустрії у зв'язку з тим, що такі системи зводять в єдиний ланцюг постачальників, продавців і покупців туристичного продукту. Нові інформаційні технології дозволили значно спростити систему дистрибуції туристичних послуг, зробити її більш інформативною і ефективною для всіх учасників. Сучасні системи дистрибуції легко пристосовуються до потреб покупців, пропонуючи їм різні варіанти подорожі.

Завдяки впливу трудових ресурсів як окремого фактора розвитку туристичної індустрії, відбувається підвищення зайнятості, причому не тільки в розвинених країнах, але і в країнах, що розвиваються. У зв'язку з тим, що в розвинених країнах спостерігається демографічна криза, в майбутньому можуть виникнути труднощі з набором персоналу для туристичних підприємств. Можливо, для цих цілей деяким країнам доведеться імпортувати робочу силу.

Маркетинг є філософією сучасного підприємства, що функціонує з метою задоволення туристичних потреб і бажань. Значення маркетингу для розвитку

міжнародного туризму посилюється в міру того, як, з одного боку, споживчі потреби і бажання стають більш різноманітними, а з іншого боку – посилюється конкуренція на туристичному ринку, змушуючи «гравців» турбізнесу застосовувати неординарні та продумані маркетингові стратегії.

Отже, на розвиток міжнародного туризму впливають різноманітні фактори, що у своїй сукупності можуть здійснювати стимулюючий або стримуючий вплив на туристичну індустрію. Такі фактори поділяються на зовнішні, що впливають на туризм опосередковано, через фінансово-економічні, політичні відносини між країнами, кон'юнктуру світового ринку, а також внутрішні чинники розвитку туризму, до яких відносяться географічне положення, природно-ресурсний потенціал, стан туристичної інфраструктури рівень технологічного розвитку країн тощо. Розвиток міжнародного туризму є елементом економічного зростання, який у разі позитивного впливу усієї сукупності факторів впливу сприяє збільшенню вигоди від туристичної галузі через створення робочих місць, зростання доходів населення та подолання бідності.

### **Висновки до розділу 1**

У XXI столітті індустрія туризму завдяки своїй глобальності та широкому охопленню різних галузей господарства набула виняткового значення у розвитку міжнародних економічних відносин. Дана індустрія приносить значні прибутки країнам, які активно її розвивають, а також бере участь у формуванні висококонкурентного середовища, у якому кожна країна бажає здобути першість у просуванні власних туристичних продуктів.

Допомагаючи формувати цінність, імідж та ідентичність країни, індустрія туризму виходить за межі економічно привабливих напрямків, і є важливим фактором економічного зростання. Внутрішні подорожі допомагають вирішити проблему сезонної зайнятості у регіонах, а також направляють туристів у менш відвідувані райони, які, як правило, залишаються поза увагою іноземних відвідувачів. Натомість, закордонні подорожжі забезпечують грошові надходження

до країни у іноземній валюті. Уряди країн використовують туризм як інструмент для усунення бідності на місцях, підвищення рівня зайнятості та економічного зростання, оновлення інфраструктури та зменшення тиску від переповнення, наприклад, дискреційною ціновою політикою.

Важливість туризму впливає з численних переваг, які він приносить будь-якій країні. Туризм сприяє економічному зростанню та розвитку країни, забезпечує доходи та надає численні економічні переваги. Туристична індустрія тісно пов'язана з економічними відносинами між різними країнами світу, оскільки вона сприяє розвитку економічної інфраструктури та налагодженню мирної співпраці між державами світу. Туризм на сьогоднішній день є одним із найбільш популярних способів проведення вільного часу. Він достаньо розвинений майже у всіх країнах, головним чином, через прибуток, який він приносить.

Існує широкий спектр сучасних форм та видів туризму, кожен з яких, беззаперечно, слугує фундаментальною базою для розширення туристичної інфраструктури країн світу та розвитку світової туристичної індустрії в цілому. Завдяки існуючим формам і видам туризму, як однієї з провідних галузей світової економіки, постійно з'являються нові туристичні напрямки і маршрути, а туристичні агенства пропонують дедалі більш екзотичні розваги та види відпочинку.

Отже, на розвиток міжнародного туризму впливають різноманітні фактори, що у своїй сукупності можуть здійснювати стимулюючий або стримуючий вплив на туристичну індустрію. Такі фактори поділяються на зовнішні, що впливають на туризм опосередковано, через фінансово-економічні, політичні відносини між країнами, кон'юнктуру світового ринку, а також внутрішні чинники розвитку туризму, до яких відносяться географічне положення, природно-ресурсний потенціал, стан туристичної інфраструктури рівень технологічного розвитку країн тощо. Розвиток міжнародного туризму є елементом економічного зростання, який у разі позитивного впливу усієї сукупності факторів впливу сприяє збільшенню вигоди від туристичної галузі через створення робочих місць, зростання доходів населення та подолання бідності.

## РОЗДІЛ 2

# АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

### 2.1. Обсяги, структура та динаміка світового ринку туристичних послуг

Туристична галузь є специфічним підвидом комерційної діяльності, що виробляє товари та послуги. У зв'язку з тим, що туристична пропозиція складається з товарів і послуг, іншими словами, з матеріальних і нематеріальних елементів, ринок туризму характеризується високою складністю.

Ринок туристичних послуг – це система світових господарських зв'язків, в межах якої відбувається процес трансформації туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотня конвертація грошових коштів на туристично-екскурсійні послуги. Цей ринок також має специфічну характеристику: він непрозорий, що, в свою чергу, породжує певні особливості щодо конкуренції [28, с. 105].

Динамічність та еластичність разом з мобільністю є іншими характеристиками, характерними для ринку туризму. Зважаючи на різноманітність туристичних продуктів, з одного боку, та різноманітність потреб споживачів, з іншого, ринок набуває фрагментованого характеру, що впливає на його оцінку.

Туризм можна розглядати як соціальне явище і виробничу діяльність. Туристична індустрія є суттєвим джерелом надходжень до бюджету і впливає на суміжні галузі, такі як торгівля, транспорт, сільське господарство, будівництво та зв'язок.

Структура ринку туристичних послуг включає в себе дві основні позиції з характерними для них підгалузями: субринки (диференціація товарних ринків) та сегменти (диференціація споживчого попиту) (див. Рис. 2.1).

На даний час для ринку туристичних послуг характерні високі темпи зростання та розвитку. Постійно створюються нові різновиди та класифікації

туризму, прокладаються нові маршрути, активно розвивається інфраструктура, з'являються нові робочі місця та впроваджуються нові технології у цій сфері.

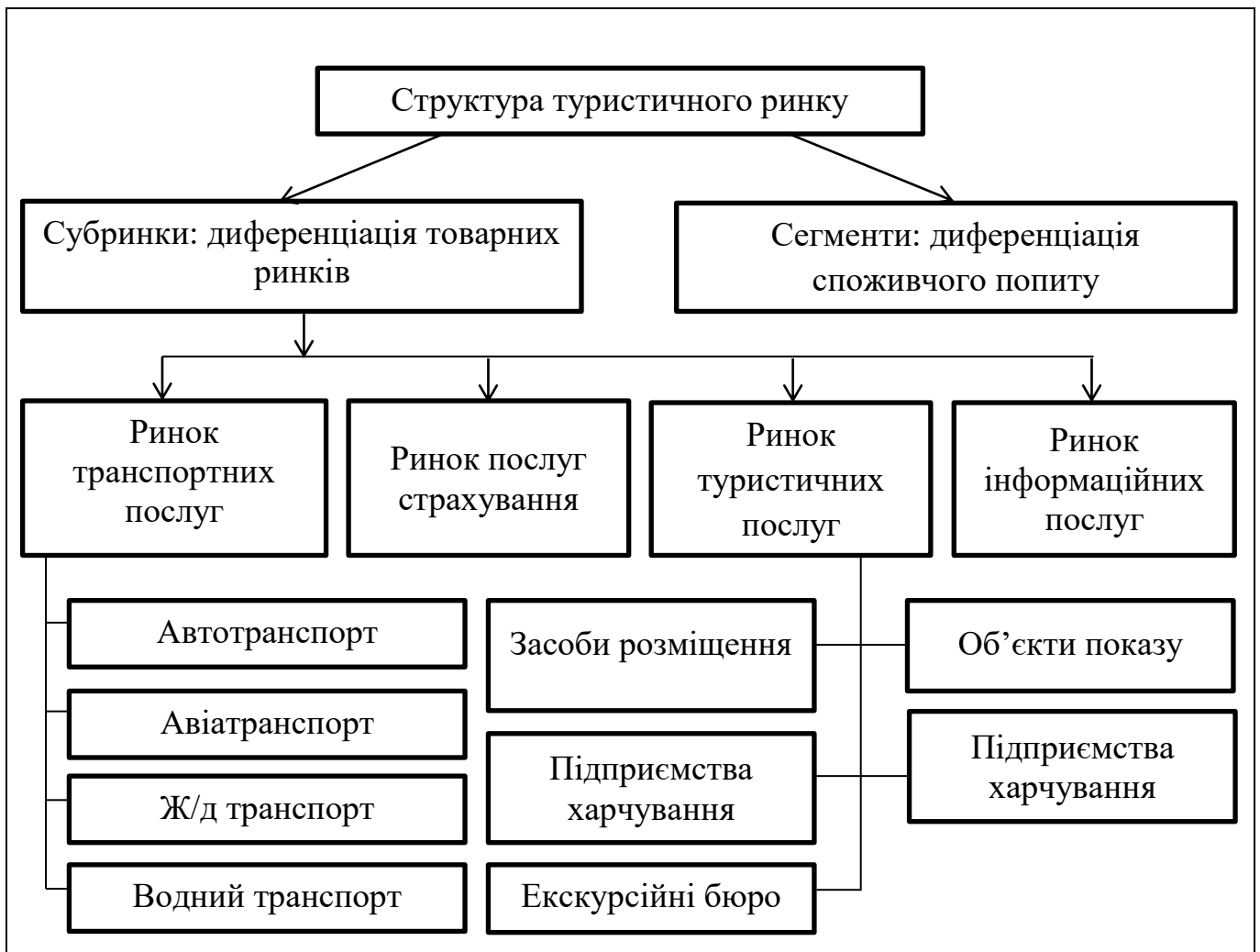


Рис. 2.1. Структура туристичного ринку.

Джерело: Особливості формування та реалізації туристичної політики держави / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2014. – С.79-81.

Попит на туристичні послуги зумовлений певними вподобаннями туристів як рушіїв попиту: особами з туристичними потребами та бажанням подорожувати, які мають високу купівельну спроможність і створюють попит на найбільш престижні тури та найвищий рівень туристичного обслуговування (комфортабельність апартаментів, уважність обслуговуючого персоналу, особисті перекладачі, індивідуальні транспортні засоби). Споживча поведінка туриста сформована під впливом природних, психологічних, соціальних та інших причин, які породжують

його реакцію на рекламу туристичного продукту (див. Рис. 2.2). Це надзвичайно важливий фактор і своєрідний рушій усього туристичного ринку. Він вимагає розподілу ринку на окремі сектори, з подальшим детальним вивченням та аналізом кожного з них.

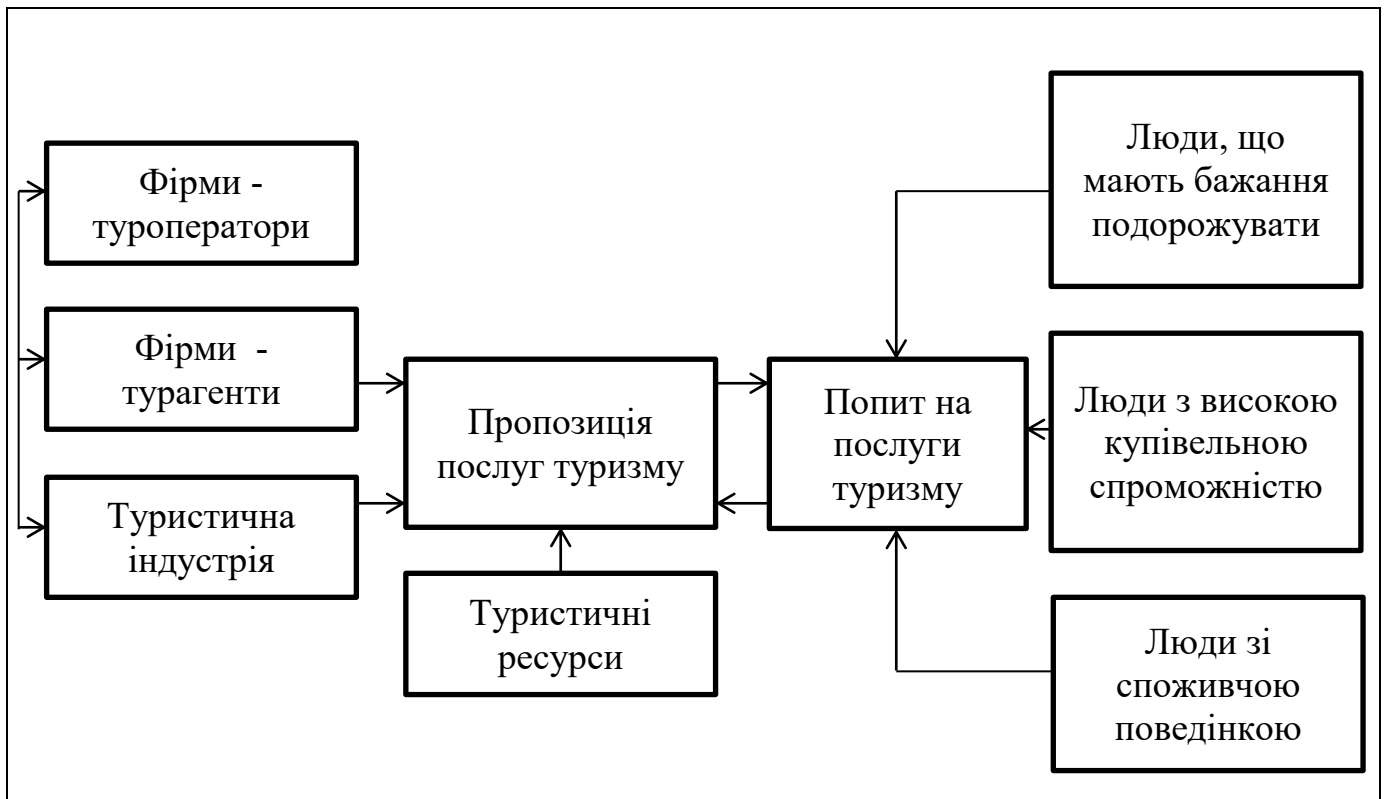


Рис. 2.2. Механізм функціонування туристичного ринку

Джерело: Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: монографія / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2014. – С. 122-124.

Відповідно до експертних оцінок Всесвітньої туристичної організації, існує прямий зв'язок між напрямками розвитку туризму та загальним економічним становищем країни, оскільки динаміка подорожей тісно пов'язана з тенденціями розвитку економіки. У випадку, якщо такі фактори, як відносні ціни не змінюються, то при зростанні реального споживання на 1% обсяг поїздок залишається незмінним, якщо ціни змінюються на 2,5 %, то обсяг поїздок відповідно збільшується на 4 %, при збільшенні споживання на 5 %, витрати на подорожі зростають на 10 %. Якщо ж рівень споживання знижується, то і кількість туристичних поїздок зменшується [63].



Попит на туризм та подорожі зазвичай визначається ринковими механізмами та зовнішніми факторами, такими як економічні та правові досягнення, розвиток торгівлі, транспортної інфраструктури, інформаційних технологій, демографічні та соціальні зміни, підвищення безпеки подорожей.

Також важливо враховувати розвиток готельного бізнесу, який тісно пов'язаний з туристичним. Згідно статистичних даних, частка від обслуговування туристів становить 60-70 % від загальних обсягів доходів готельних підприємств. Саме тому виділяють єдиний готельно-туристичний комплекс.

За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, до 2020 року кількість міжнародних туристичних поїздок становитиме 1,6 млрд. Також, при цьому прибутки від готельно – туристичних послуг збільшуватимуться випереджувальними темпами і становитимуть приблизно 2 трлн. дол. США до 2020 року [66]. У 2020 році країнами-лідерами виїзного туризму будуть Німеччина, Японія, США, Китай, Велика Британія, Франція, Нідерланди, Канада, Росія та Італія (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Країни-лідери виїзного туризму у 2020 році (за прогнозом Всесвітньої туристичної організації)

<b>Країна</b>	<b>Кількість міжнародних поїздок, млн</b>	<b>Частка ринку, %</b>
Німеччина	163	10,2
Японія	141,5	8,8
США	123,5	7,7
Китай	100,0	6,2
Велика Британія	96,1	6,0
Франція	37,6	2,3
Нідерланди	35,4	2,2
Канада	31,3	2,0
Російська Федерація	30,5	1,9
Італія	29,7	1,9

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації

Країнами-лідерами в'їзного туризму у 2020 році Всесвітня туристична організація визначає Китай, США, Францію, Іспанію, Італію, Велику Британію, Мексику, Російську Федерацію та Чехію (табл. 2.2):

Таблиця 2.2

Країни-лідери в'їзного туризму у 2020 році  
(за прогнозом Всесвітньої туристичної організації)

Країна	Кількість прибуттів, млн.	Частка ринку, %
Китай	137,1	8,6
США	102,4	6,4
Франція	93,3	5,8
Іспанія	70,0	4,4
Італія	52,9	3,3
Великобританія	52,8	3,3
Мексика	48,9	3,1
Російська Федерація	47,1	2,9
Чехія	44,0	3,0

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації

На обсяги, структуру та динаміку ринку туристичних послуг має вплив низка чинників (рис. 2.3).

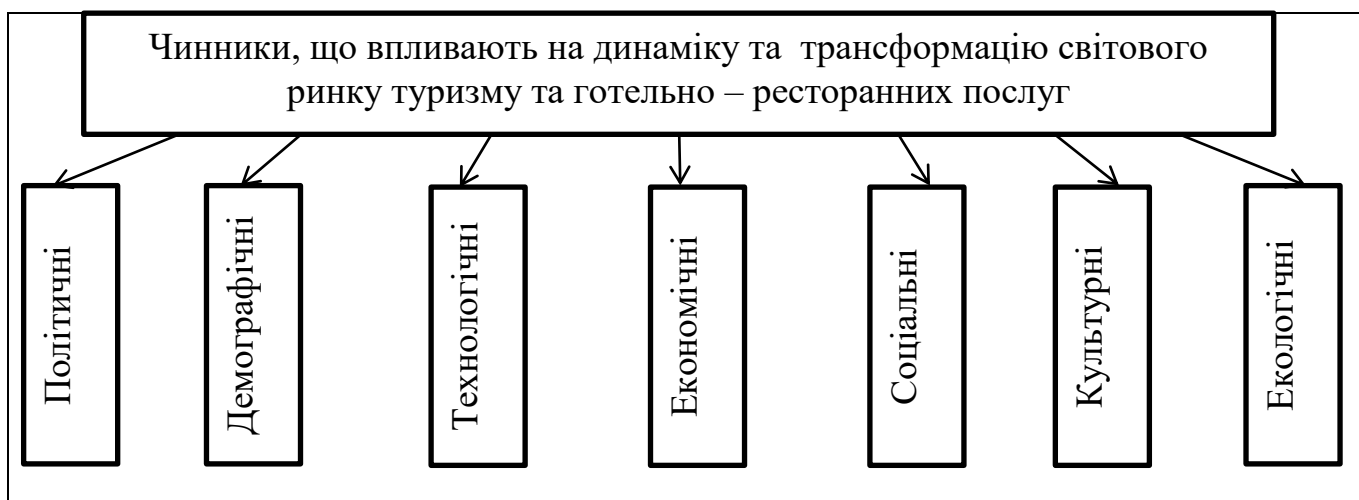


Рис. 2.3. Структурування основних чинників, що впливають на ринок туристичних та готельно-ресторанних послуг

Примітка. Побудовано автором за даними: Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство / А.Ю. Парфіненко, В.І. Сідоров. – 2-е вид. – К.: Знання, 2015. – С.52.

Вони впливають на світову туристичну індустрію через політичне, демографічне, економічне, технологічне, соціальне, культурне та екологічне середовище. Саме ці чинники визначатимуть становище галузі та формуватимуть світові тенденції її розвитку упродовж найближчих 15-20 років.

Найбільш визначальним чинником, що має вплив на подальший розвиток туристичної галузі, є процеси збільшення чисельності населення планети та його старіння. Передбачається збільшення чисельності населення світу до 9,1 млрд у 2050 році (рис. 2.4.):

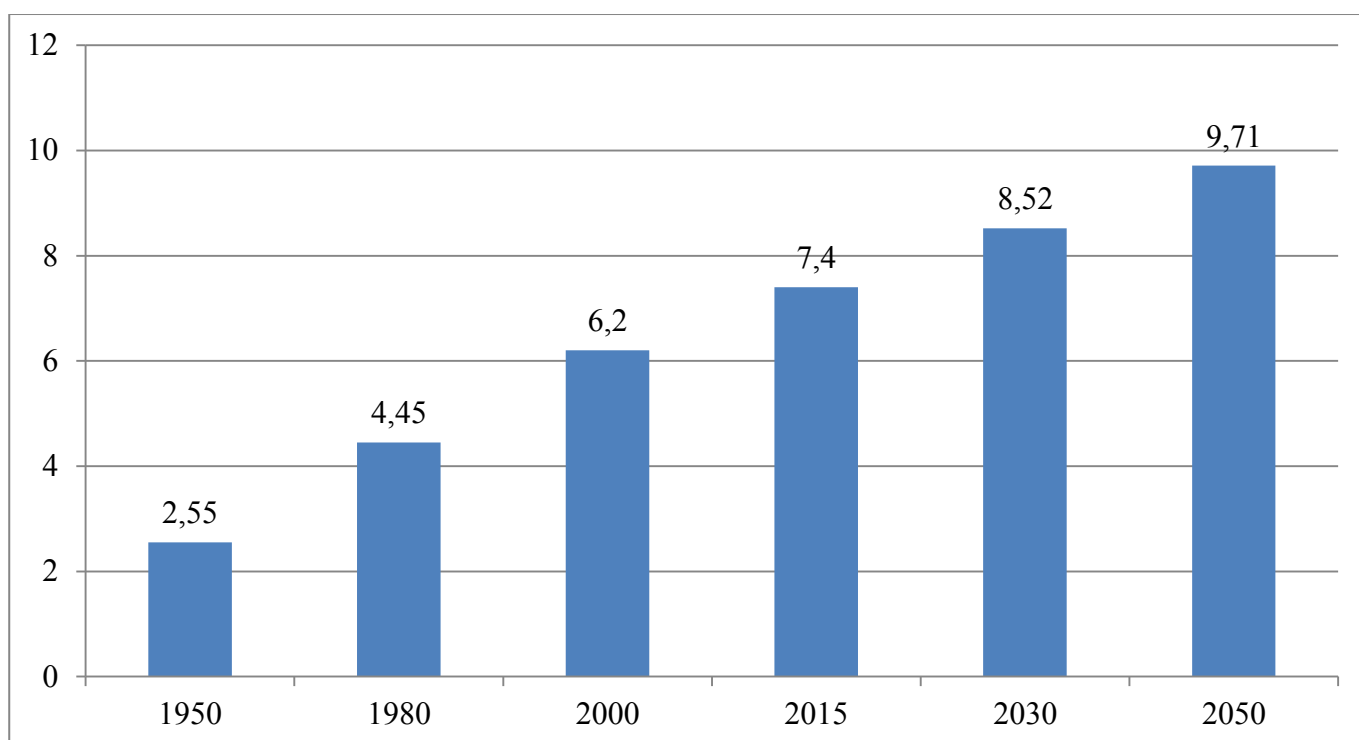


Рис. 2.4. Динаміка чисельності населення світу у 1950-2015 рр., 2015-2050 рр. (прогноз), (млрд. осіб).

Джерело: Development Goals in an Era of Demographic Change – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://pubdocs.worldbank.org/en/503001444058224597/Global-Monitoring-Report-2015.pdf>.

Отже, на просторову структуру світового туристичного ринку у довгостроковій перспективі та на збільшення кількості туристів пропорційно вплине зростання населення на Землі. Тривалі довгострокові спостереження показують

яскравий зв'язок між високою щільністю населення та інтенсивністю туристичних потоків.

Сучасні демографічні прогнози показують, що збільшення кількості населення відбуватиметься з поточним збільшенням прошарку середнього класу та міського населення. Частка населення середнього класу буде становити 3,2 млрд. осіб у 2020 році та досягне рівня 4,9 млрд. осіб до 2030 року. Передбачається, що зростання відбуватиметься переважно за рахунок Азіатсько-Тихоокеанського регіону, у якому до 2030 року буде зосереджено дві третини середнього класу [59].

Таким чином, старіння населення розвинених країн, а також зменшення кількості членів сім'ї матимуть відчутний вплив на всю економіку. Загально визнаний вплив сім'ї, релігії та культури частково був замінений новим способом мислення, орієнтованим на екологію та здоровий спосіб життя, що, очевидно, вплине на природу туризму. Внаслідок продовження тривалості життя, міжнародні туристичні компанії будуть все більше цікавитись туристами старшого віку, які мають стабільний дохід та менше сімейних обов'язків.

Хоча приріст населення в Європі становить майже нульовий рівень, інтерес до міжнародного туризму досить високий. Передбачається, що попит на туристичні подорожі зросте разом зі старінням населення. Наприклад, у Європі у 1980 р. приблизно 25% населення складалось з осіб віком понад 65 років. У 2025 році цей показник зросте до 29,2%. Враховуючи кількість осіб віком від 55 до 65 років, кількість європейців, що входять до «дорослого ринку», становить близько 100 мільйонів [60].

Наступним важливим фактором, що прямо впливає на динаміку туристичних потоків є екологічний чинник. Розширення міст та збільшення частки міського населення порушує питання про безпеку та захист навколишнього середовища. Споживачі дедалі частіше шукають для відпочинку чисту природу. З іншого боку, у державах світу вже існує сильний тиск щодо політики екології та охорони навколишнього середовища. У 1991 р. Всесвітня рада подорожей і туризму (WTTC) створила Центр досліджень світового туризму (WTTERC), який мав на меті здійснення моніторингу туристичної промисловості та її впливу на навколишнє

середовище. Навколишнє середовище стало «мега-силою», яка, безсумнівно, вплине на всі види товарів і послуг, доступних на ринку найближчим часом.

Останні статистичні дані Всесвітньої туристичної організації показують стійкі позитивні тенденції щодо зростання кількості туристичних прибуттів, які зберігатимуться найближчими десятиліттями, за найбільшими світовими регіонами [72], (табл. 2.3):

Таблиця 2.3

Міжнародні туристичні прибуття за регіонами світу у 2000-2017 рр., 2020-2030  
(прогноз), (млн. осіб)

Регіони світу	2000	2010	2015	2017	2020	2030
Європа	392,9	487,5	604,9	671,1	620	744
Америка	128,2	150,4	193,7	206,6	199	248
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	110,4	208,2	284	323,7	355	535
Африка	26,2	50,4	53,5	62,1	85	134
Близький Схід	22,4	55,4	57	58,3	101	149
Світ в цілому	680	952	1193	1322	1360	1809

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації.

За даними ЮНВТО, упродовж 2018 року число міжнародних прибуттів зросло на 4,8 % або на понад 50 млн. туристів, що дорівнювало 1,3 млрд. осіб. Кількість міжнародних туристичних прибуттів у світі за перше півріччя 2019 року зросла на 4% і становила 671 млн. осіб. Це на 30 млн більше, ніж за аналогічний період у 2018 році.

Туристичний потік до країн Близького Сходу виріс на 8%, до країн Азії та Тихоокеанського регіону – на 6%. Стосовно Європейських країн ЮНВТО повідомляє, що прибуло туристів на 4% більше порівняно з аналогічним періодом у 2018 році. Причиною такої тенденції є високий рівень економічного розвитку, збільшення кількості маршрутів повітряного сполучення та полегшення візових режимів. Однак, тривала невизначеність стосовно виходу Великої Британії з Європейського Союзу та проблеми у торговельних відносинах деяких країн світу можуть чинити перешкоди подальшому зростанню світових туристичних потоків. На рисунку 2.5 можна побачити, що

показники темпів світових туристичних потоків є досить сталими, за виключенням 2008-2009 років.

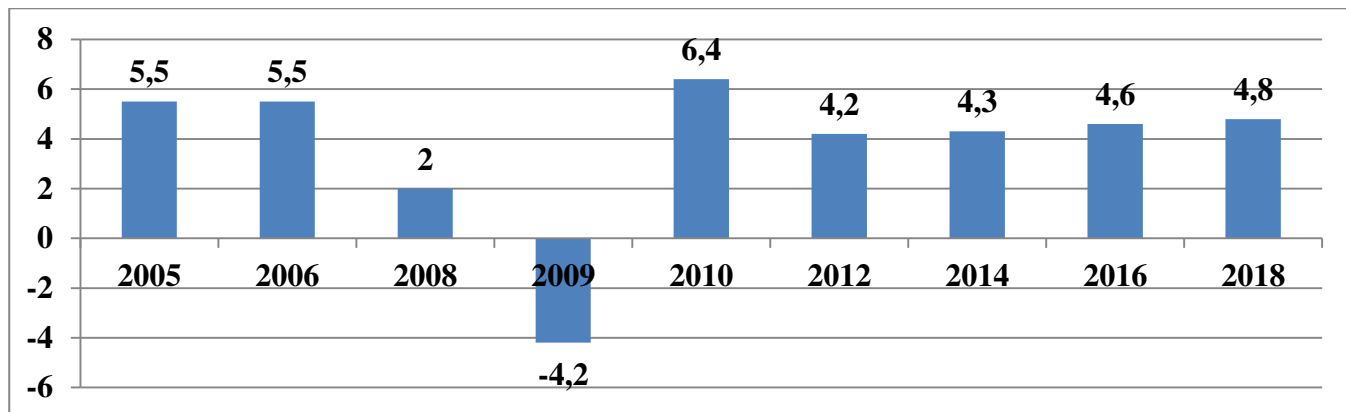


Рис. 2.5 Динаміка міжнародних туристичних прибуттів у 2005-2018 рр., (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації.

Попит на туристичні послуги був знижений внаслідок світової фінансової кризи, зростання цін на товари та нафту та різкі зміни валютних курсів. Також наслідки світової фінансової кризи відбилися на скороченні користуванні готельними послугами та на індустрії гостинності загалом (рис. 2.6).

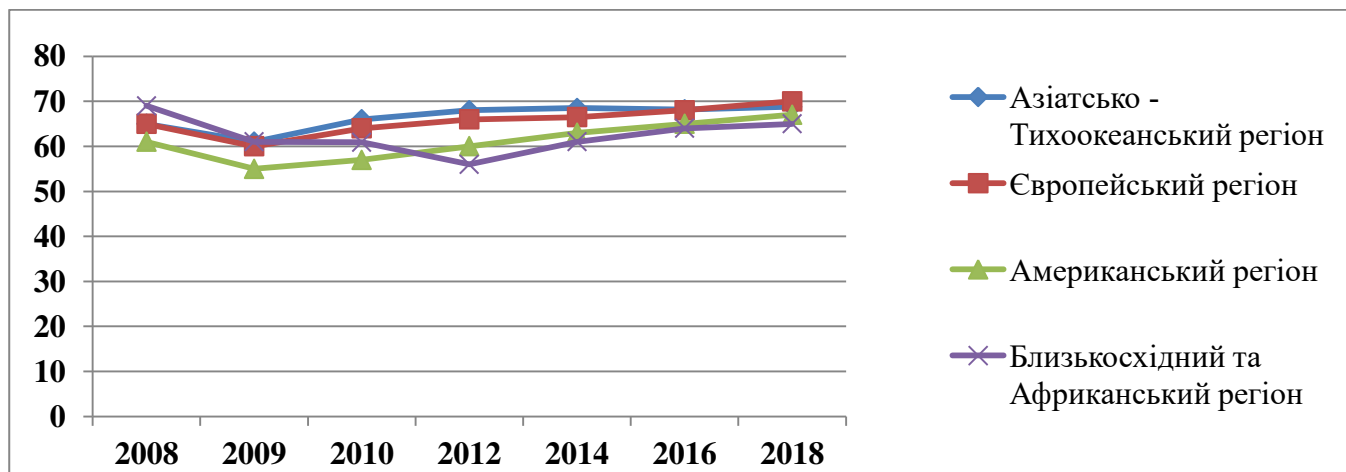


Рис. 2.6. Середньорічна завантаженість підприємств світової готельної індустрії за регіонами світу, 2008-2018 рр., (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Occupancy rate of the hotel industry worldwide from 2008 to 2018, by region – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/266741/occupancy-rate-of-hotels-worldwide-by-region>.

Проте надалі ситуація суттєво покращується і на даний час ринок туристичних послуг має відчутне зростання (рис. 2.7.):

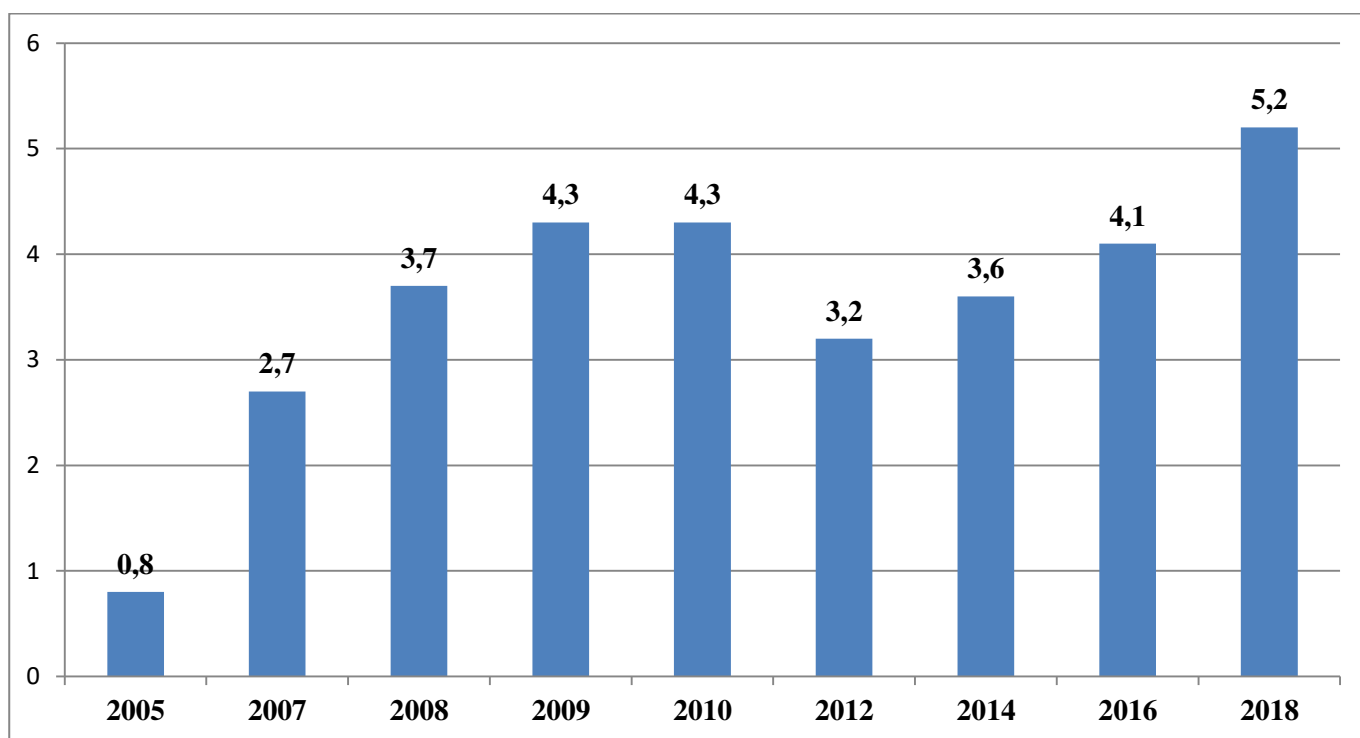


Рис. 2.7. Середньорічні темпи зростання готельних мереж у світі, 2005-2018 рр., (%)

Примітка. Побудовано автором за даними: Щетинина К. И. Тенденции развития европейского рынка гостиничных услуг: дис... канд. екон. наук / К. И. Щетинина – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://mgimo.ru/science/memo/Schetinina\\_otzyv\\_nauch\\_ruk.pdf](http://mgimo.ru/science/memo/Schetinina_otzyv_nauch_ruk.pdf).

Всесвітня туристична організація дає прогнози стосовно розвитку туристичної галузі до 2030 року. Передбачається, що територіальна структура ринку продовжить розвиватися при збереженні наявних існуючих зараз тенденцій. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні зростання має бути найбільш помітним і кількість міжнародних прибуттів має сягнути 535 млн. осіб, що складатиме 30% світового обсягу туристичних візитів [43].

Європа та Америка утримуватимуть свої позиції в абсолютних значеннях, проте їхня частка в ринку до 2030 року зменшиться. Зокрема, частка Європи зменшиться з 53% до 41% у 2030 році, а частка Північної та Південної Америки – з 18% до 14%. Причинами цього є повільне зростання сформованих туристичних

напрямоків. Як наслідок – зростання питомої частки в міжнародних туристичних ринках: Близькосхідному (з 6% до 8%) і Африканському (5% до 7%) [75], (рис. 2.8.):

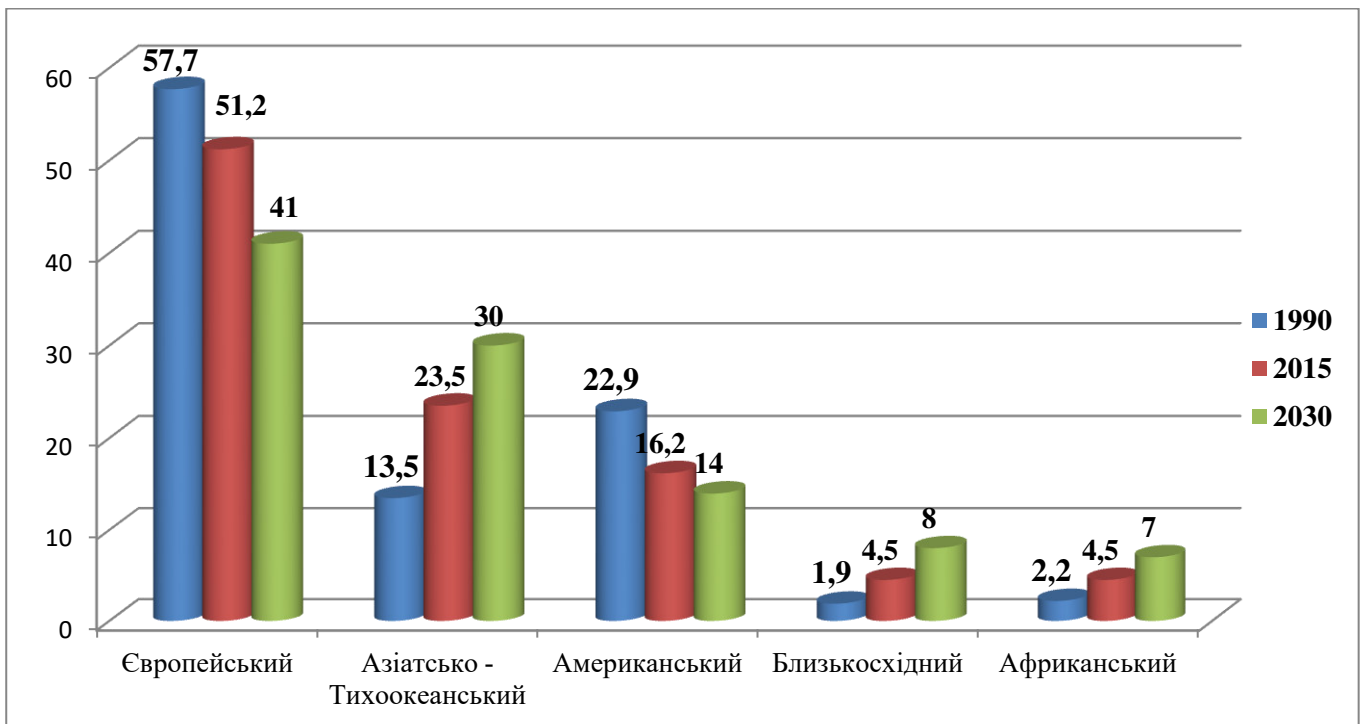


Рис. 2.8. Динаміка туристичних прибуттів за регіонами світу, 1990-2015 рр., 2015-2030 рр (прогноз), (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації.

Важливо також проаналізувати ринок громадського харчування, який є невід’ємною частиною туристичної галузі. Його загальний обсяг у 2018 році оцінювався у 4 трлн. дол. США. Ринок громадського харчування створює близько 66 млн робочих місць. На даний час спостерігається тенденція до споживання готових продуктів харчування, тому глобальна ресторанна індустрія зростає більше ніж на 7% щороку. Відповідно до тенденцій розвитку міжнародних туристичних прибуттів відбувається зростання ресторанної індустрії в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, Африці, на Близькому Сході та в Латинській Америці. Прогнозується, що до кінця 2019 року обсяг ринку ресторанних послуг буде становити понад 3,9 трлн. дол. США [61] (див. Рис 2.9).



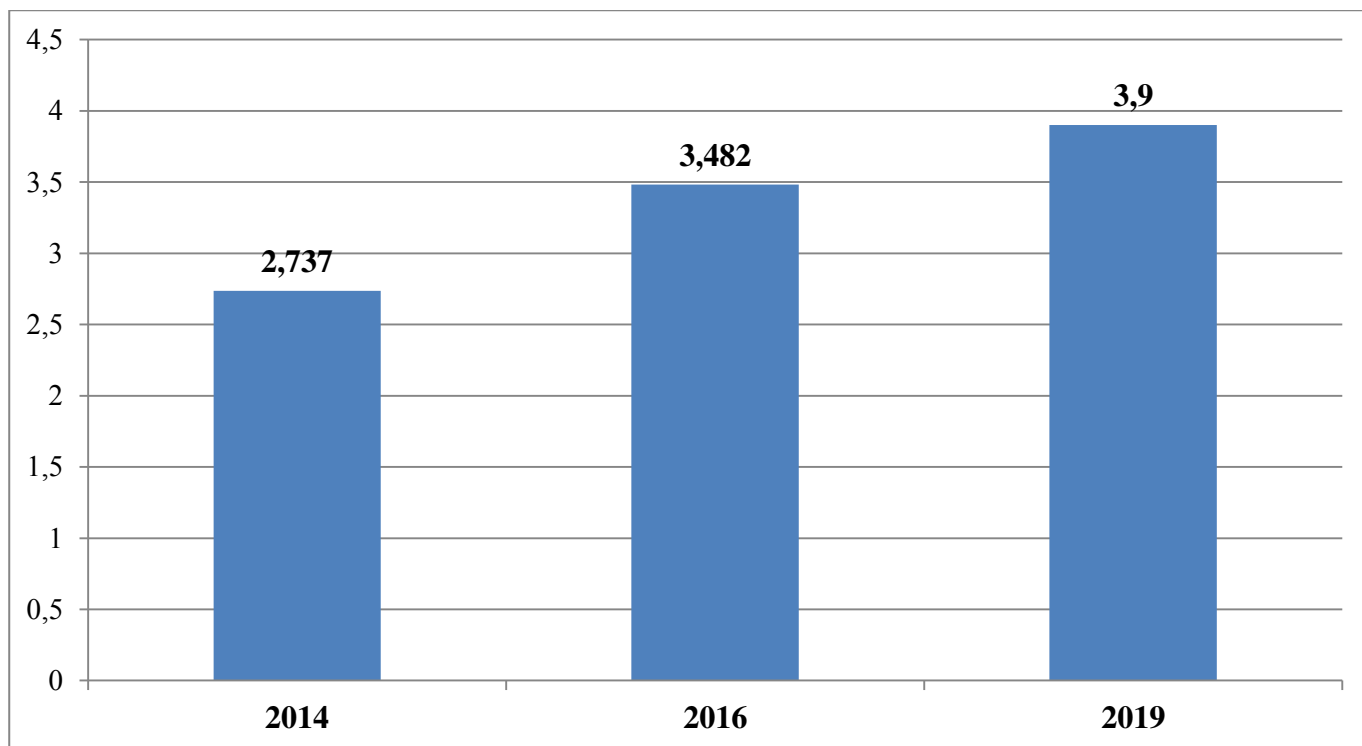


Рис. 2.9. Обсяги доходів світової ресторанної індустрії  
у 2014-2019 рр., (трлн. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними: GLOBAL FOODSERVICE DISPOSABLES MARKET 2016-2020 Ukraine [Electronic recourse]. – Access mode: [http:// www.technavio.com/report/global-packaging-foodservice-disposables-market](http://www.technavio.com/report/global-packaging-foodservice-disposables-market).

Для ринку громадського харчування характерна значна фрагментованість, що показано достаньою кількістю форматів та напрямків для різних цільових аудиторій споживачів. Зазвичай основними постачальниками такого виду послуг є мережеві ресторани швидкого харчування, вони і займають більшу частку ринку. Лідерами світового ринку є такі компанії:

- McDonalds;
- Subway;
- Burger King;
- Wendy's;
- KFC;
- Taco Bell;
- Chipotle Mexican Grill;

- Dairy Queen;
- Sonic America's Drive-in;
- Chick-fil-A та інші.

Отже, міжнародний туризм, беззаперечно, є важливою складовою зовнішньоекономічної діяльності багатьох держав світу, адже він є однією з найбільших за масштабами та обсягами прибутку галузей економік країн світу. Структура туристичного ринку є доволі складною та розгалуженою. Туризм поступається лише таким найбільшим експортним галузям, як нафтодобувна промисловість та автомобілебудування. На сучасному етапі ринок туристичних послуг постійно зростає, при цьому виникають нові цікаві маршрути, вдосконалюється інфраструктура та транспорт, застосовуються новітні технології та забезпечується робочими місцями значна частина населення. Найважливішим чинником, що має вплив на весь ринок туристичних послуг, є невинне зростання кількості населення на планеті. Це сприятиме тому, що попит на туристичні та готельно-ресторанні послуги збережеться у довгостроковій перспективі і забезпечить зростання галузі на 3% щороку. Також важливо відмітити, що до туристичної сфери залучено приблизно 17% населення світу, тож у найближчому часі спостерігатиметься збільшення цього показника і залучення нових сегментів туристів. Також суттєвим є екологічний фактор, до якого зараз звернена велика увага. Піднімається питання стосовно зменшення негативного впливу людини на навколишнє середовище та альтернативних методів виробництва електроенергії і продуктів харчування. Передовим регіоном міжнародного туризму поступово стає Азіатсько-Тихоокеанський регіон, що охоплює близько 30% світових туристичних потоків, очікується що ця тенденція збегіратиметься і у подальше десятиліття. Також зростає попит на відвідування країн Західної Африки, що сприяє їх сталому розвитку. При цьому частка держав Європейського Союзу у загальносвітовому ВВП до 2050 року відчутно зменшиться.

## **2.2. Дослідження впливу туризму на міжнародне економічне співробітництво**

Світовий ринок є певною економічною категорією, що проявляється у вигляді взаємних зв'язків та відносин країн світу у різних галузях суспільного життя, де основним є матеріальний інтерес. Світовий ринок володіє головною зовнішньою ознакою, тісний зв'язок з міжнародною торгівлею, яка являє собою відносини з приводу обміну товарами, послугами та технологіями між суб'єктами міжнародних економічних відносин. Сфера послуг має нематеріальний характер, тому її контроль та захист під час перетинання кордонів є доволі ускладненими. Досить тривалий час міжнародній торгівлі послугами не надавали великого значення, адже обіг був не таким великим, порівняно з товарною сферою, тому і проблеми регулювання не піднімались на обговорювання. Міжнародна торгівля послугами в основному була виражена банківськими та страховими операціями, поштовим та телеграфним зв'язком, транспортними послугами і туризмом.

Зазвичай держави контролюють діяльність у сфері послуг в межах своїх кордонів, а регламентація зовнішньоекономічних зв'язків відбувається за допомогою міжнародних правил та конвенцій. На сьогоднішній час міжнародна торгівля послугами вимагає дедалі більшої уваги дослідників, адже її обсяги невпинно зростають.

Туризм є важливою складовою диверсифікації експорту як для країн, що розвиваються, так і для розвинених країн, з потужними можливостями зменшити дефіцит торгівлі та компенсувати слабкіші доходи від експорту інших товарів та послуг [75].

На даний час у світовому експорті найбільшу питому вагу мають транспортні послуги та туризм. Також туризм займає третє місце у загальному обсязі експорту товарів та послуг. У 2018 році від міжнародного туризму (подорожі та пасажирські перевезення) в порівнянні було отримано 1586 млрд. дол. США (див. Рис. 2.10). Загалом сфера туризму сумарно продукує 5 млрд. дол. США на день в експорті.

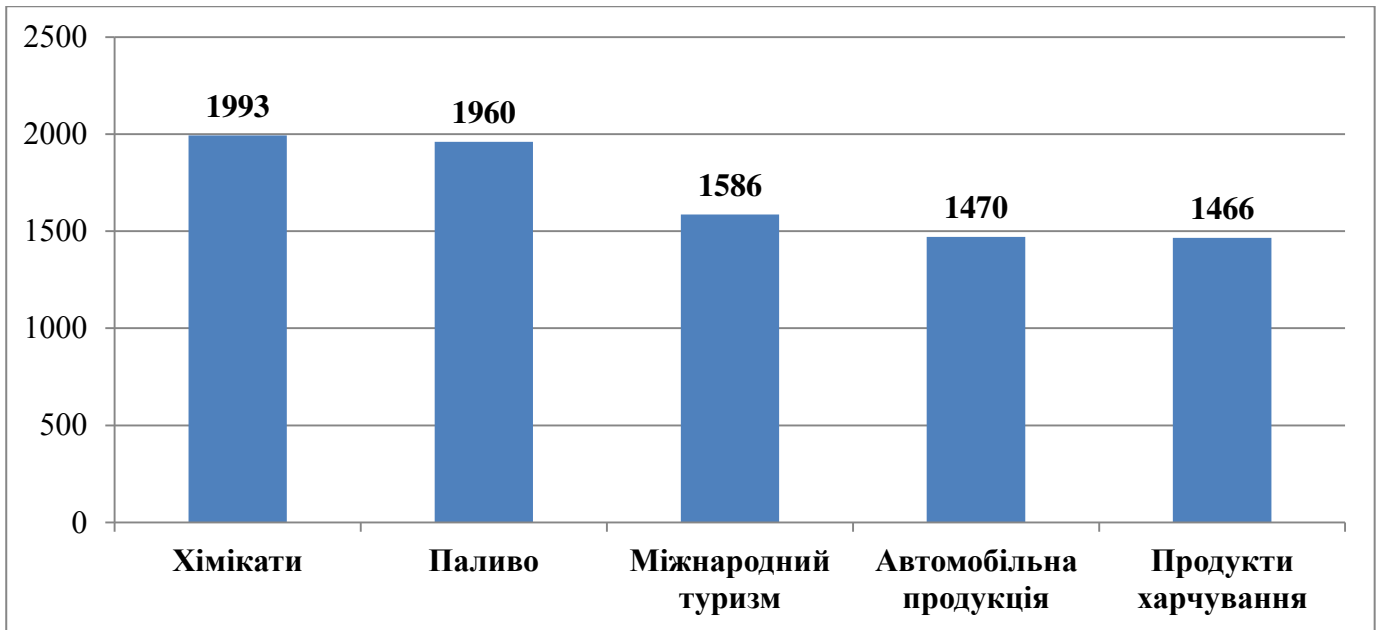


Рис. 2.10. Прибуток від експорту за категоріями товарів та послуг у 2018 році, (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації.

Туристична індустрія бере участь у формуванні 7% глобального експорту та 29% глобального експорту послуг (рис. 2.11.):

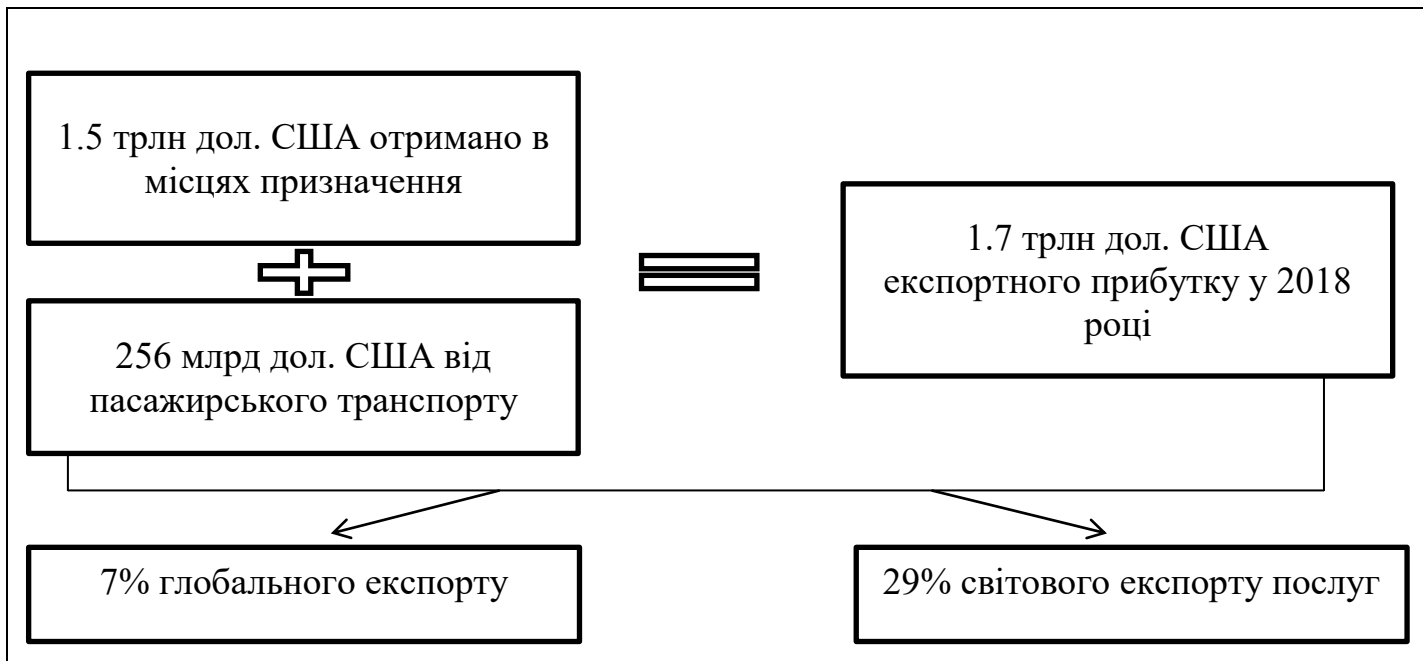


Рис. 2.11. Основні показники світового ринку туристичних послуг.

Примітка. Побудовано автором за даними Світової організації торгівлі та Всесвітньої туристичної організації.

Починаючи з 2012 року доходи від експорту туристичних послуг стабільно перевищують доходи від експорту товарів [75], (рис. 2.12.):

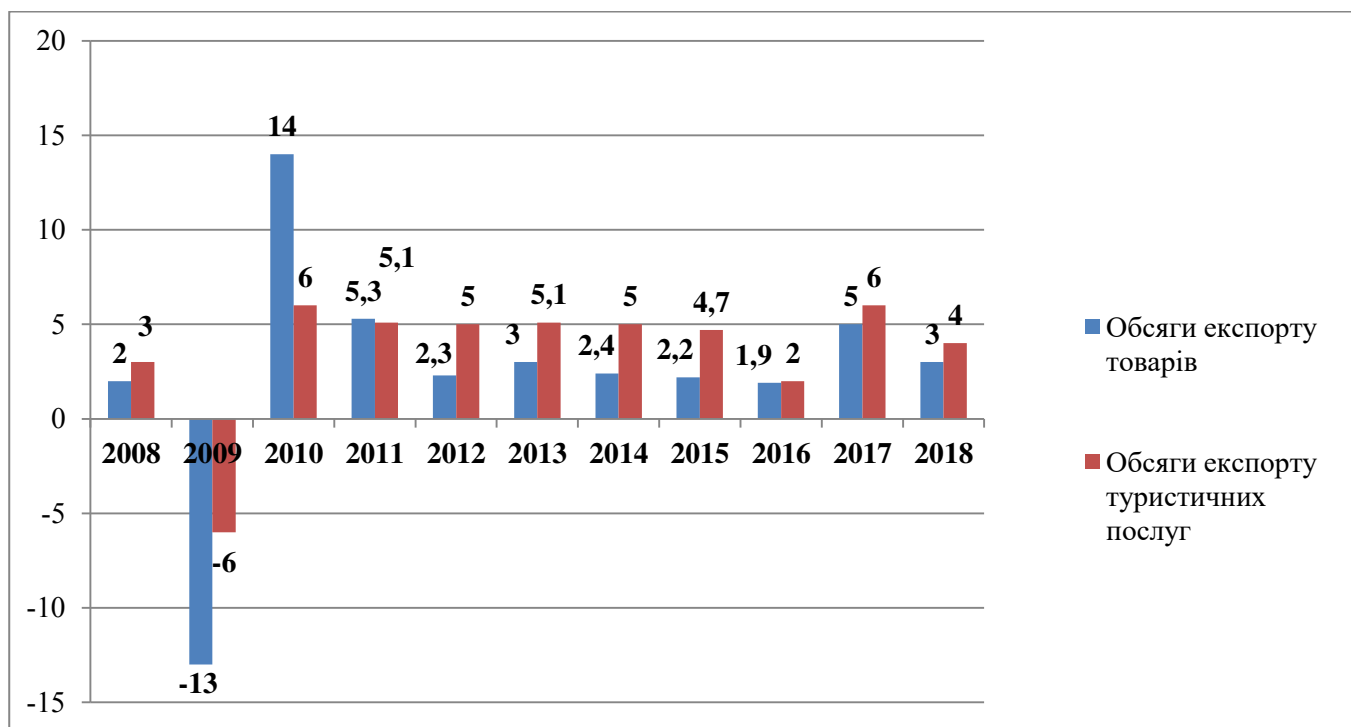


Рис. 2.12. Динаміка доходів від експорту товарів та туристичних послуг за 2008-2018 рр., (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації та Світової організації торгівлі.

Високий внесок туризму у ВВП говорить про те, що туризм має потенціал здійснювати істотний вплив на зростання всіх країн. Однак, масштаби і ефективність цього внеску, особливо там, де він непрямий, залежать від політики просування туризму, реалізованої у кожній країні.

Потреба у значних інвестиціях для розвитку туризму часто приводить до того, що туризм порівнюється з важкою промисловістю з точки зору державних та приватних інвестицій у дорожню та транспортну мережі, розподіл питної води, очищення відходів, доступ до електроенергії, мережу та доступ до нових систем зв'язку тощо. Крім того, Конференція ООН з питань торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) наполягає на тому, що необхідно оцінювати інвестиції у туризм на

довгострокову перспективу. Це стосується, зокрема, готельного бізнесу, де окупність інвестицій часто може займати десять і більше років.

У цих умовах туризм може відіграти вагому роль лише за умови наявних перспектив зростання. Попит на туризм достатньо високий, щоб виправдати проекти капітальних витрат, які вимагають значних обсягів фінансування з метою побудови необхідної інфраструктури та отримання бажаних продуктивних інвестицій.

Загалом, про значення розвитку туризму для міжнародної кооперації говорить, те, що прибутки від туристичної галузі зростали швидше ніж світова економіка упродовж останніх декількох років [75], (рис. 2.13.):

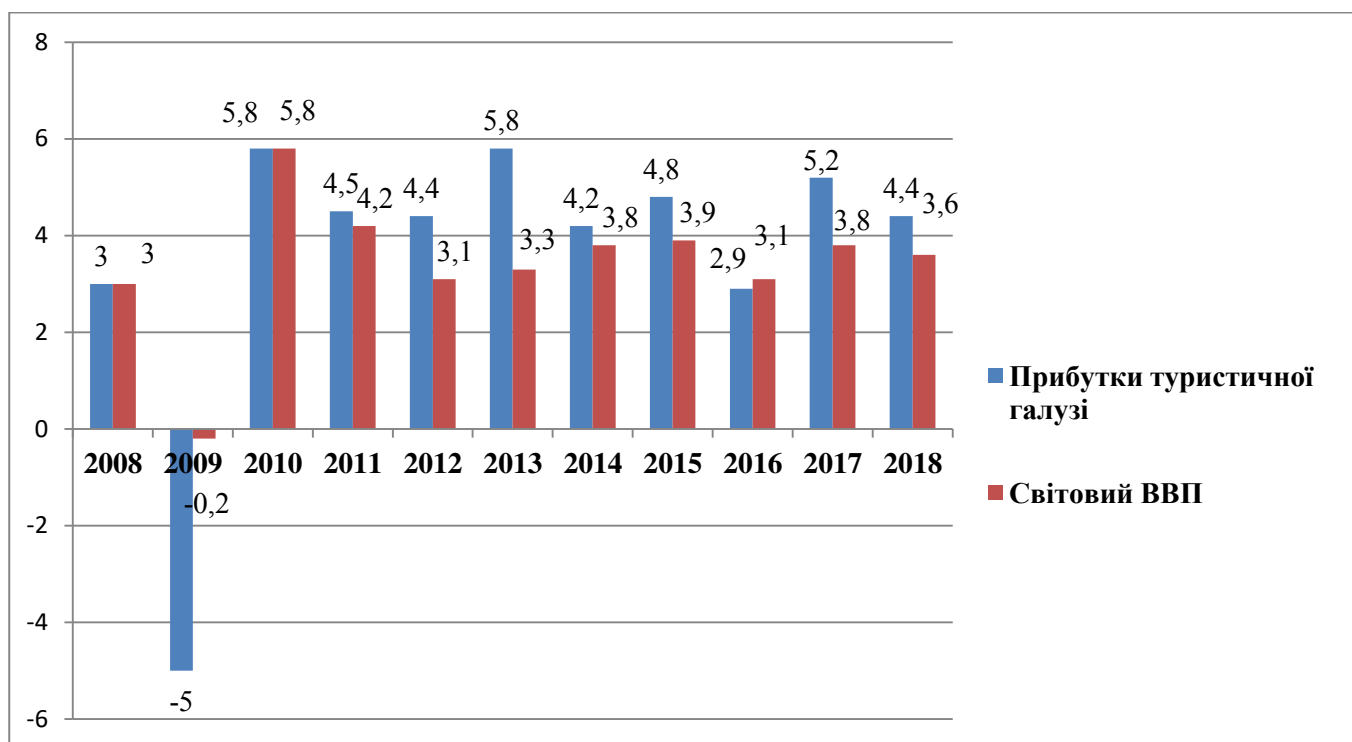


Рис. 2.13. Співвідношення прибутків туристичної галузі та світового ВВП, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Світової організації торгівлі та Всесвітньої туристичної організації.

Капітальні інвестиції в туристичну сферу є надзвичайно прибутковими, про що свідчить їх стабільно позитивна динаміка починаючи з 2011 року (див. Рис. 2.14). Міжнародна організація праці (МОП) підрахувала, що туризм створив 253 мільйони робочих місць в усьому світі в 2018 році [71]. Непрямий внесок туризму в

робоче середовище підтверджує його важливість для зайнятості. Туризм також має якісний вплив, заохочуючи створення робочих місць для молоді.

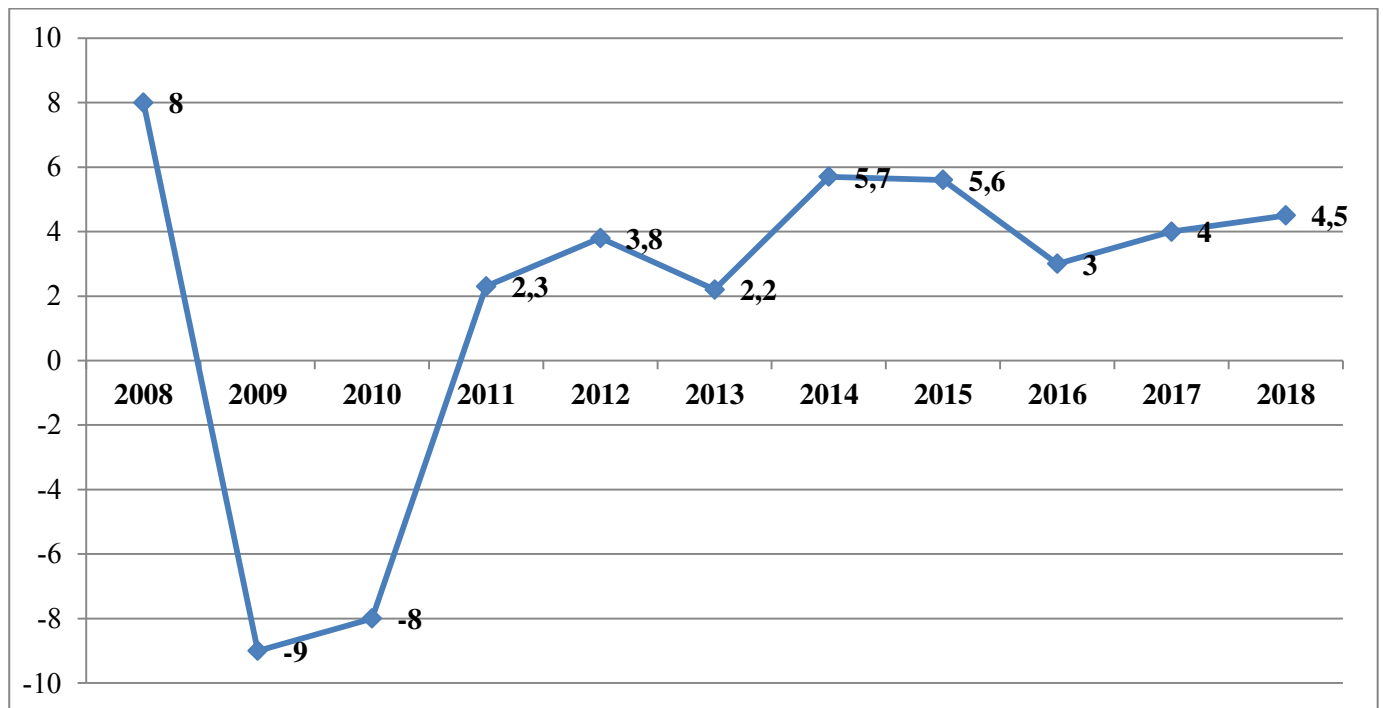


Рис. 2.11. Динаміка глобального інвестування у туристичну галузь за 2008-2018 рр., (%).

Джерело: World tourism cities generation. Report on World Tourism Economy Trends (2018) Excerpt -5 The global tourism economy has grown rapidly [Electronic resource]. – Access mode <https://en.wtcf.org.cn/rearticle/2018031515201.html>.

Однак, у багатьох країнах, особливо в Європі, значна частина робочих місць у туристичній індустрії припадає на сезонні роботи, яких можна уникнути в довгостроковій перспективі лише шляхом підвищення рівня кваліфікації. Таким чином, туристична галузь породжує величезну потребу в навчанні, для якого країни «великої двадцятки» мають дуже значний потенціал, який полягає в тому, щоб дати можливість країнам, особливо в Європі та Північній Америці, експортувати свої навчальні курси з туризму, готелів та громадського харчування для нових країн, що займаються туризмом, створюючи зайнятість у цій сфері.

Згідно з даними Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), сектор повітряного транспорту створює понад 29 мільйонів робочих місць, у тому числі 6,7

мільйонів – у туристичному секторі, враховуючи, що понад 40% туристів подорожують повітряним транспортом [58].

Світовий банк та інші міжнародні інституції відіграють значну роль у сприянні міжнародному розвитку. Однак, більшість їхніх розробок були зосереджені в менш розвинених країнах, оскільки ці інститути приступають до виконання одного зі своїх основних завдань щодо сприяння зростанню та розвитку у вигляді подолання розриву між розвиненим світом та країнами «третього світу».

Значимість Світового банку у спробах сприяння міжнародному розвитку в цих країнах можна помітити завдяки діяльності декількох органів, наприклад, Міжнародної фінансової корпорації, яка є однією з установ Світового банку, що здійснювала масштабні інвестиції у туризм, особливо в найбільш розвинених країнах світу.

Світовий банк та Міжнародний валютний фонд (МВФ) також були основними учасниками розвитку інфраструктури в найменш розвинених країнах світу. Такі важливі елементи інфраструктури, як дорожня та телекомунікаційна мережа, були створені в цих країнах за ініціативи Світового банку та МВФ. Надання інфраструктурних об'єктів та послуг для туристів, тобто доріг, комунікацій, медичних та санітарних послуг було запроваджено для того, щоб одночасно приносити користь туристам та місцевим громадам [24, с. 78].

Крім того, Всесвітня туристична організація – це галузева структура, яка об'єднує території туристичного призначення в тісному партнерстві як зі Світовим банком, так і з МВФ, відіграє головну роль у сприянні розвитку та стійкості туристичної діяльності, зокрема, серед країн, що розвиваються. Ця організація гарантує, що країни-члени суворо дотримуються глобальної етики та кодексів з питань, що стосуються туризму. Без сумніву, зусилля, координовані через цю організацію, протягом багатьох років продовжували сприяти стійкому розвитку, що відображає загальний економічний прогрес її держав-членів, і, в свою чергу, прискорює економічне зростання.

Як було зазначено вище, туризм є ключовим аспектом у програмі розвитку будь-якої країни. Таким чином, намагаючись гарантувати швидке зростання завдяки туризму, була створена низка міжнародних ініціатив співпраці для сприяння



розвитку туризму та розвитку в цілому. Наприклад, Всесвітня рада з подорожей і туризму (WTTC) є однією з таких кооперацій, і покликана сприяти управлінню програмами туризму та розвитку серед країн-членів.

З моменту свого виникнення Всесвітня рада з подорожей і туризму доклала багато зусиль для покращення програм сталого розвитку. Діяльність цієї організації ґрунтується на уявленні про те, що туризм залежить від екологічних особливостей, і будь-яке співробітництво, яке має намір сприяти туризму, повинно захищати навколишнє середовище, щоб уникнути виснаження природних багатств і зберегти культурні ресурси для майбутньої туристичної діяльності.

Згідно з дослідженнями Всесвітньої ради з подорожей і туризму, сектор подорожей та туризму в Індії, наприклад, створює 17,7 мільйона робочих місць як для громадян Індії, так і для громадян інших країн. Без сумніву, це показник того, що туристична індустрія дійсно відіграє провідну роль у розвитку позитивної співпраці серед світових економік. Крім того, держави Центральної Америки сформували Американську регіональну інтеграцію (ARI), яка об'єднує країни в регіоні та сприяє ініціативам співпраці одночасно у декількох сферах економіки. Дане утворення окреслює декілька контурів подвійних процесів регіональної інтеграції та розвитку туризму в регіоні. Це породжує співпрацю країн-членів з питань, що стосуються туризму та загальних питань розвитку [70].

Міжнародне туристичне партнерство (ІТП) є ще однією міжнародною структурою, яка налагоджує співпрацю між країнами з питань, що стосуються туризму. У рамках Міжнародного туристичного партнерства авіакомпанії, готелі, туроператори та неурядові організації спільно працюють над просуванням стійкої ділової діяльності в галузі туризму.

Зважаючи на те, що туризм вважається рушієм економіки більшості країн, важливим є двостороннє та багатостороннє співробітництво між сусідніми, а також територіально віддаленими країнами, які займаються туристичною діяльністю. Тому більшість країн вступили у зовнішньополітичну співпрацю з декількома країнами-партнерами у розробці спільної політики, направленої на сприяння розвитку туристичної діяльності.

Туризм також став основним фактором подолання бідності завдяки сталому викоріненню бідності в межах туристичної ініціативи, яка здійснює підтримку великих територій туристичного призначення в усьому світі. У 2000 році бідність була визначена як найбільший виклик на земній кулі, і тому цілями розвитку тисячоліття було визначено сприяння подоланню бідності до 2015 року. Ті, хто перебували в туристичному секторі, відгукнулися на заклик, і Всесвітня організація туризму ініціювала програму, яка є орієнтованою на довгострокові механізми підтримки туристичної діяльності, що можуть полегшити бідність та забезпечити розвиток менш розвинених країн. Дана ініціатива спрямована на покращення економічного становища вразливих груп населення планети, особливо в менш розвинених країнах, для досягнення мети розвитку тисячоліття номер один щодо ліквідації бідності.

Таким чином, вагомий вплив туристичної індустрії на глобальний економічний розвиток на сьогодні є очевидним і доведеним на практиці. За даними Всесвітньої туристичної організації та Всесвітньої ради з подорожей і туризму, індустрія подорожей і туризму генерує в шість разів вищу зайнятість і створює у п'ять разів більше робочих місць у всьому світі порівняно з хімічною промисловістю. Відповідно, ця сфера є інвестиційно привабливою для таких важливих міжнародних фінансових організацій, як Світовий Банк, Міжнародний банк реконструкції та розвитку та Міжнародний валютний фонд. Зусилля цих та інших світових організацій зазвичай націлені на створення та удосконалення інфраструктури країн, що розвиваються та країн «третього світу» і реалізуються через будівництво шляхів, налагодження зв'язку та комунікацій, надання медичних та санітарних послуг, забезпечення безпеки відпочинку. Також велика увага приділяється захисту та збереженню навколишнього середовища, шляхом впровадження відповідних програм. Потенційно високий рівень прибутковості туристичної сфери, невичерпність туристичних послуг, їх здатність до постійного оновлення і удосконалення, а також стійкий попит на них обумовлюють особливу зацікавленість багатьох суб'єктів міжнародної економічної діяльності у міжнародному економічному співробітництві у сфері туризму.

### **2.3. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму як форми інтеграційних комунікацій**

Туризм – одна з небагатьох галузей, яка змогла пережити світову економічну кризу і досягти стійкого зростання в останні роки. Серед дослідників туристичної галузі існує єдина точка зору щодо оптимістичних перспектив на найближчі роки. Значення туризму для економічного розвитку виражається у розробці нових в'їзних напрямків, внеску у ВВП, експорті, створенні робочих місць та нових підприємств.

Попит на подорожі та туризм збільшився протягом останньої половини ХХ століття як результат збільшення вільного часу, доходів, розвитку авіаперевезень та інклюзивних турів. Останні заохочують більше подорожувати, пропонуючи туристичний пакет, який асоціюється з меншими витратами та ризиками, особливо під час подорожі за кордон.

Сьогодні Всесвітня туристична організація нараховує 157 держав-членів. За рішенням ООН Генеральна Асамблея СОТ набула статусу Спеціалізованого агентства ООН, щотаєвить туризм нарівні з іншими важливими видами людської діяльності, такими як промисловість, сільське господарство, освіта, культура, охорони здоров'я та праці, сектори яких вже мають спеціалізоване агентство в межах Організації Об'єднаних Націй. Це збільшить визнання туризму як потужної сили для досягнення економічного процвітання.

У наступні 50 років центр тяжіння світової економіки переміститься на Схід і на Південь. До 2030 року очікується, що країни, які розвиваються, прийматимуть участь у двох третинах світового зростання, здійснюватимуть половину світового виробництва, і формуватимуть основні напрямки світової торгівлі. Китай та Індія стають все більш важливими ринками для компаній у різноманітних галузях. Формується новий середній клас, що призведе до зростання споживання основних споживчих товарів та інших категорій товарів. Ці фактори попиту означають, що країни, які розвиваються, швидше за все, залишатимуться прихильними для виробничої діяльності [66]. Значні зрушення в напрямку надання послуг призведуть

до зростання Китаю та інших країн, що розвиваються і збільшення частки в торгівлі послугами в довгостроковій перспективі.

Глобальний туризм за останні десятиліття значно зріс, виграючи від підйому глобалізації та технологічного прогресу, що привели до здешевлення авіаперевезень, а також спростили людям планування та бронювання власних подорожей. Технологічні інновації та демографічні зміни можуть суттєво змінити обличчя туризму до 2040 року.

В цілому, на розвиток туризму в останні десятиліття сильно впливає розвиток суспільства загалом. Піднесення індустріального суспільства перетворило туризм на масову дозвільну активність, тоді як глобалізація та постмодернізація створили все більш фрагментарну, індивідуалізовану та різноманітну сферу туристичного попиту та пропозиції. Поточне зростання туризму значною мірою є результатом посилення глобалізації, яка збільшила чисельність основних рушіїв у міжнародному туризмі через зростання доходів, появу нових та здешевлення існуючих транспортних засобів, розвиток комунікацій та Інтернет-зв'язку [36, с. 9].

Туристичний сектор та суміжні галузі є частиною світової економіки, на які в наступні десятиліття діятимуть певні так звані «мегатренди». Зокрема, Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA) прогнозує, що на попит пасажирів протягом наступних 20 років буде формуватися на основі таких факторів, як: зародження середнього класу в країнах, що розвиваються, лібералізація авіаційних ринків та зміни клімату [58].

На основі відгуків від країн-членів Всесвітньої туристичної організації, країн-партнерів та міжнародних організацій, подальший розвиток туристичної галузі буде пов'язаний з такими тенденціями, як:

- зростанням попиту відвідувачів;
- сталим ростом туризму;
- удосконаленням технологій;
- мобільністю подорожей.

Основні мегатренди, що визначатимуть розвиток міжнародного туризму у наступні десятиліття наведені у таблиці 2.4.

## Огляд основних трендів розвитку міжнародного туризму

Мегатренд	Особливості
Населення	Даний тренд передбачає демографічні зміни, а також про тенденції, пов'язані зі здоров'ям, працею та соціальною згуртованістю. У контексті туризму ця тенденція найбільш тісно взаємодіє зі змінним попитом відвідувачів, що пов'язано зі старінням населення та зростанням середнього класу населення у світі.
Планета	В контексті цього тренду йдеться про стан навколишнього середовища та вплив кліматичних змін, а також доступ до таких ресурсів, як їжа, енергія та вода. У контексті туризму ця тенденція найбільше пов'язана зі стійким зростанням туризму.
Продуктивність	Тренд стосується джерел зростання, таких як технології, інновації та підприємництво. У контексті туризму зростання сприятливих технологій вплинуло на способи подорожей людей по всьому світу, наприклад, через платформи спільної економії. Прогрес в галузі автоматизації також може перетворити цей сектор на ключовий у економічному розвитку.
Політика	Тренд пов'язаний з ситуацією у сфері управління, довіри та підзвітності у публічній сфері. У контексті туризму рішення громадськості матимуть певний вплив у ряді сфер, зокрема зачіпатимуть мобільності подорожей. На мобільність суттєво впливає ступінь підтримки та підвищення комфорту подорожей з боку національних урядів.

Примітка. Складено автором за даними: OECD (2018), OECD Tourism Trends and Policies 2018, OECD Publishing, Paris [Electronic resource]. – Access mode: <http://dx.doi.org/10.1787/tour-2018-en>.

Світовий туризм вже протягом шести десятиліть зазнає стійкого зростання, що досягає своєї кульмінації: за підрахунками 1,2 млрд. прибуттів було здійснено у 2018 році і прогнозами, ця цифра до 2030 року зросте до 1,8 мільярда. Глобальні витрати на подорожі більше ніж удвічі збільшилися між 2000 та 2018 роками, а саме, зросли з 495 млрд. дол. США до 1,7 трлн. дол. США, що становить 7% світового експорту товарів та послуг [75].

Розглядаючи ймовірну еволюцію на майбутню перспективу, стає зрозумілим, що туризм буде трансформуватися разом з масштабними соціальними, економічними, політичними, екологічними та технологічними змінами. Мегатренди приносять нові і часто небачені виклики, загрози та можливості, вплив яких може

відрізнитися між економікою загалом та окремими галузями. Структура туристичної індустрії буде стрімко розвиватися між 2020 і 2040 роками, у розрізі того, що:

- дохід і рівень освіти в країнах, що розвиваються, збільшуються, а населення продовжує старіти, відповідно, виникають нові групи споживачів;
- глобальна економіка продовжує рухатися до менш ресурсозатратної, ресурсоефективної;
- очікуваним є зростання кількості відвідувачів, посилення питань безпеки, зміни в політиці полегшення подорожей;
- виникають транспортні інновації, інфраструктура доступу та авіаційні правила впливають на мобільність подорожей.

Для урядів надзвичайно важливим є вивчення та осмислення багатовимірності наслідків усіх мегатрендів розвитку туризму, щоб інформувати про політику та майбутнє туристичні індустрії. Поглиблене обговорення усіх тенденцій сприятиме внесенню виникаючих непередбачуваних проблем до стратегічного порядку денного, розробці потенційних сценаріїв та відповідей на політику, програм ефективної допомоги державним та приватним суб'єктам з метою використання можливостей та викликів в міру їх виникнення.

Протягом наступних десятиліть структура візний туризм буде розвиватися відповідно до рівня доходів та рівня освіти в країнах, що розвиваються, а також в процесі усунення гендерних дисбалансів. Хоча очікується, що зростання буде більш повільнішим, ніж у минулому, населення світу прогнозовано зростатиме з 7,4 млрд. у 2018 р. до 9,7 млрд. у 2050 р. [59]. Такі тенденції, як постійне зростання світового середнього класу та старіння націй будуть впливати на те, що у наступні десятиліття потенційні туристи, як правило, будуть більш платоспроможними і будуть відноситись до категорії осіб похилого віку. В результаті зміниться не тільки спосіб подорожей людей, але і їх потреби та вимоги, ймовірно, будуть зовсім іншими, якщо порівняти з туризмом сьогодні.

Важливо зазначити, що тенденції зростання обсягів туристичних потоків різняться в різних частинах світу. Швидкозростаючий середній клас переважно виходить з країн, що розвиваються. У міру зростання середнього класу в країнах, що

розвиваються, ці частини світу будуть відігравати все більш важливу роль в якості вихідних ринків глобального туризму. Інша демографічна група, що розширюється завдяки поєднанню збільшення тривалості життя разом із зменшенням рівня народжуваності, – це група людей похилого віку. Через старіння населення, частка людей старше 60 років у загальній чисельності населення світу має збільшитись майже вдвічі за наступні 35 років, у деяких регіонах спостерігається більш значне зростання, ніж у інших. Організація Об'єднаних Націй (ООН) прогнозує, що до 2050 року майже чверть населення країн світу становитимуть люди у віці 60 років і старше. Ця демографічна група в даний час зростає зі швидкістю близько 3% на рік, і очікується, що вона досягне 1,4 мільярда людей у 2030 р. та 2,1 млрд. до 2050 р.

Загалом, наприкінці 2018 року у світі нараховувалося приблизно 3,2 мільярда людей середнього класу. Щорічно до нього приєднується приблизно 150 мільйонів людей, більшість з яких (приблизно 88%) проживають в Азії [41]. Станом на 2018 рік, світовий середній клас витрачав 35 трильйонів доларів США щорічно. Цей показник утворює приблизно третину загальної світової економіки і до 2030 року прогнозується його зростання майже вдвічі.

Усі ці демографічні фактори створюють значні можливості зростання для туристичної галузі. По мірі того, як населення старіє і все більше людей виходять на пенсію, вони частіше витрачають доходи та заощадження на дозвілля, наприклад, подорожі. Так само загальне зростання середнього класу означатиме, що більше людей ймовірно, витратиме свої кошти на такі види діяльності, як туризм [41].

Туризм визнанається у всьому світі людською діяльністю, яка залежить від природних ресурсів, і, одночасно, призводить до їх виснаження. Як і для багатьох секторів економіки, для туризму важливим фактором є споживання енергії, а отже, і створення викидів парникових газів. Ця галузь також пов'язана із використанням прісної води та землекористуванням, деградацією екології та нестійким споживанням їжі. Цей сектор впливає і на глобальне біорізноманіття. Взаємозв'язок туризму з цими ресурсами може бути прямим або непрямим, і незважаючи на те, що вся туристична діяльність в кінцевому рахунку є місцевою, вони доповнюють явища глобального значення. Транспорт відповідає за приблизно три чверті загальної

кількості перевезень туристів (авіація становить 40%, а автомобілі – близько 32%, розміщення – понад 20%. Міжнародна авіація збільшила викиди на 83% з 1990 року, що становило приблизно 781 мільйон тонн вуглецю в 2018 році [62].

Туристична діяльність залежить також від прісних водних ресурсів, адже туристи споживають воду під час відпочинку в отелях, а також при використанні курортів, саун, оздоровчих зон або басейнів. Прісна вода також необхідна для підтримки садів готелів та полів для гольфу і втілюється в розвитку інфраструктури туризму та у виробництві продуктів харчування та палива. Зміни в доступності або якості водних ресурсів можуть мати негативний вплив на туризм.

Наслідки змін клімату будуть відчуватися в секторі подорожей та туризму протягом наступних десятиліть. Наприклад, значна частина міжнародного туризму зосереджується в прибережних регіонах, які знаходяться в межах загрози штормів, повеней та припливів. Зимові активності на свіжому повітрі обмежуватимуться більш короткими періодами снігопаду, що призведе до потенційно більшої кількості сезонних змін для багатьох країн. Для урядів країн це є підставою серйозного переосмислення того, як розвиватиметься туристична діяльність в регіонах у довгостроковому періоді. У той же час, туризм також може підвищити обізнаність про культурні та екологічні цінності, допомагати фінансуванню охорони та управління визначеними територіями, підвищити їх економічну цінність та значення.

Транспорт є важливою складовою туристичної системи і відіграє важливу роль у процесі переміщення туристів з місця проживання до кінцевого пункту призначення. Однак, приплив туристів може чинити значний тиск на транспортну інфраструктуру та супутні послуги, такі як дороги, автобуси, залізниці, морський транспорт і авіацію. З точки зору міжнародного туризму, домінуючу роль в доставці туристів до пунктів призначення відіграє повітряний транспорт. Очікується, що повітряний пасажирський рух збільшиться до 2035 р., розширившись з 3,8 млрд. до 7,2 млрд. пасажирів. Міжнародний транспортний форум (ITF) прогнозує кількість пасажирських кілометрів до 2030 року вдвічі збільшиться до 9 трлн., що підштовхне велике зростання в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, який становитиме 40%



світового пасажиропотоку. ITF також прогнозує значне зростання глобальних дорожніх і залізничних пасажирських поїздок до 2050 року. [66]

Нові технології продовжують змінювати ринки та сектори у всьому світі очинаючи з платформ спільного використання, автономних транспортних засобів, штучного інтелекту та технології блокчейн до аналітики великих даних, перспективного ряду нових інновацій, що надають більше можливостей для людей у всьому світі.

Разом ці тенденції можуть зробити подорожі більш доступними, ефективними та простими для більшої кількості людей. Реконцептуалізація посередників означає, що туристичні агенції надалі будуть радикально переформатовані. Більша кількість мандрівників будуть з'єднуватися безпосередньо технологічно з постачальником послуг, а не мати справу з готелем, бронюючим агентом або професійним туристичним агентом [66]. В останні десятиліття технологічний прогрес зробив подорожі більш доступними і в майбутньому технології мають потенціал повністю змінити туричну сферу (зокрема, за допомогою інтегрованих квитків, мобільних платіжних систем). Оскільки технологія віртуальної реальності продовжує вдосконалюватися, віртуальний туризм може або доповнювати, або витіснити фізичні подорожі для деяких мандрівників. Як саме зміниться поведінка людей у світлі нових технологій поки не зрозуміло, але технології створюють як широкі можливості, так і проблеми для урядів, яким потрібно теж йти в ногу з часом і перебудовувати економіку своїх держав з урахуванням технологічного прогресу. У грудні 2015 року Генеральний секретар Асамблеї ООН оголосила 2017 рік Міжнародним роком сталого розвитку туризму. З одного боку, ця подія надала унікальну можливість для формування та просування національних туристичних продуктів, але з іншого боку, туристичні напрямки навіть більше, ніж раніше, зустрічаються з сучасними викликами, що впливають на туристичну галузь.

Зростання прибутків та надходжень міжнародних туристів продовжує випереджати світову економіку, і економіки, що розвиваються та країни з передовою економікою отримують переваги від зростання доходів від туризму. Уже сьомий рік поспіль експорт туризму зростає швидше, ніж експорт товарів,

зменшуючи дефіцити торгівлі у багатьох країнах. З таким зростанням виникає більша відповідальність за забезпечення ефективного управління дестинаціями, що мінімізує будь-який несприятливий вплив туризму.

Таким чином, подальший розвиток туристичної галузі відбуватиметься під дією таких тенденцій, як: зростання частки населення середнього класу, старіння націй, технологічний прогрес, екологізація туристичної діяльності та впровадження нових моделей розвитку туристичної індустрії. Глобальні цивілізаційні процеси привели до зміни моделей суспільно-економічного розвитку держав. Удосконалення інформаційних технологій, науковий прогрес, попит на безпеку, охорону здоров'я та довголіття викликають потребу у трансформації туристичних послуг з урахуванням нових сучасних тенденцій в туристичній галузі. Очікується, що цифровізація та інновації продовжуватимуть формувати туристичний сектор. І дестинаціям, і туристичним компаніям потрібно буде адаптуватися, щоб залишатися конкурентоспроможними, одночасно сприймаючи туризм як засіб досягнення цілей сталого розвитку та побудови кращого майбутнього для суспільства. Проблема полягає в тому, що певна частина суб'єктів туристичної сфери, можуть бути не готові до нових тенденцій ринку послуг та формування нових моделей, що може призвести до скорочення власних туристичних продуктів і зниження конкурентоспроможності. В зв'язку з цим, з метою підтримки і підвищення конкурентоспроможності суб'єктів туристичної галузі важливо здійснювати постійний моніторинг тенденцій розвитку міжнародного туризму та сучасного світового ринку послуг.

## **Висновки до розділу 2**

Отже, міжнародний туризм, беззаперечно, є важливою складовою зовнішньоекономічної діяльності багатьох держав, адже він є однією з найбільших за масштабами та обсягами прибутку галузей економік країн світу. Структура туристичного ринку є доволі складною та розгалуженою. Туризм поступається лише таким найбільшим експортним галузям, як нафтодобувна промисловість та

автомобілебудування. На сучасному етапі ринок туристичних послуг постійно зростає, при цьому виникають нові цікаві маршрути, вдосконалюється інфраструктура та транспорт, застосовуються новітні технології та забезпечується робочими місцями значна частина населення. Найважливішим чинником, що має вплив на весь ринок туристичних послуг, є невідпинне зростання кількості населення на планеті. Це сприятиме тому, що попит на туристичні та готельно-ресторанні послуги збережеться у довгостроковій перспективі і забезпечить зростання галузі на 3% щороку. Також важливо відмітити, що до туристичної сфери залучено приблизно 17% населення світу, тож у найближчому часі спостерігатиметься збільшення цього показника і залучення нових сегментів туристів. Передовим регіоном міжнародного туризму поступово стає Азіатсько-Тихоокеанський регіон, що охоплює близько 30% світових туристичних потоків, очікується що ця тенденція зберігатиметься і у подальше десятиліття. Також зростає попит на відвідування країн Західної Африки, що сприяє їх сталому розвитку. При цьому частка держав Європейського Союзу у загальносвітовому ВВП до 2050 року відчутно зменшиться.

Таким чином, вагомий вплив туристичної індустрії на глобальний економічний розвиток на сьогодні є очевидним і доведеним на практиці. Потенційно високий рівень прибутковості туристичної сфери, невичерпність туристичних послуг, їх здатність до постійного оновлення і удосконалення, а також стійкий попит на них обумовлюють особливу зацікавленість багатьох суб'єктів міжнародної економічної діяльності у міжнародному економічному співробітництві у сфері туризму.

Таким чином, подальший розвиток туристичної галузі відбуватиметься під дією таких тенденцій, як: зростання частки населення середнього класу, старіння націй, технологічний прогрес, екологізація туристичної діяльності та впровадження нових моделей розвитку туристичної індустрії. Очікується, що цифровізація та інновації продовжуватимуть формувати туристичний сектор. І DESTINATIONAM, і туристичним компаніям потрібно буде адаптуватися, щоб залишатися конкурентоспроможними, одночасно сприймаючи туризм як засіб досягнення цілей сталого розвитку та побудови кращого майбутнього для суспільства.

## РОЗДІЛ 3

# ВЕКТОРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

### 3.1. Особливості формування туристичної індустрії України з урахуванням світового досвіду

Загальновідомо, що туристичний бізнес є однією з тих галузей, які дозволяють уряду швидко вирішувати основні економічні потреби – створювати робочі місця за рахунок розвитку малого та середнього бізнесу, оновлювати інфраструктуру та залучати інвестиції. У сучасному суспільстві туризм перетворюється на взаємодоповнюючий фактор, який сприяє збільшенню потенціалу національних економік, є незалежним джерелом економічного зростання, економічної диверсифікації, залучення значної кількості грошових коштів та формування додаткових робочих місць.

Сьогодні у вітчизняній туристичній галузі склалась надзвичайно несприятлива ситуація, яка виникла не лише внаслідок проведення АТО, тимчасової окупації Криму та територій Донецької та Луганської областей, але й також через непослідовну політику органів державної влади та неефективну діяльність органів виконавчої влади. У країнах світу накопичений значний досвід у сфері державного регулювання туристичної галузі, але цей досвід мало використовується в Україні. З цієї причини розглядаються питання щодо підвищення ефективності державного регулювання. Існує потреба в побудові системи, яка базувалася б, з одного боку, на сучасних досягненнях розвинених країн, а з іншого – на реальних потребах та можливостях нашого суспільства.

Активна та динамічна політика у сфері туризму ґрунтується на ефективному та постійному впливі держави на усіх етапах надання туристичних послуг. Загалом,

державне регулювання повинно відображати багатовимірність цих потреб та інтересів, максимізувати існування та значно покращити туризм у країні [6, с. 71].

Дослідження світових тенденцій розвитку туризму є надзвичайно актуальним для України. Кількість іноземців, що відвідали Україну для туристичних цілей наведена на рисунку 3.1.:

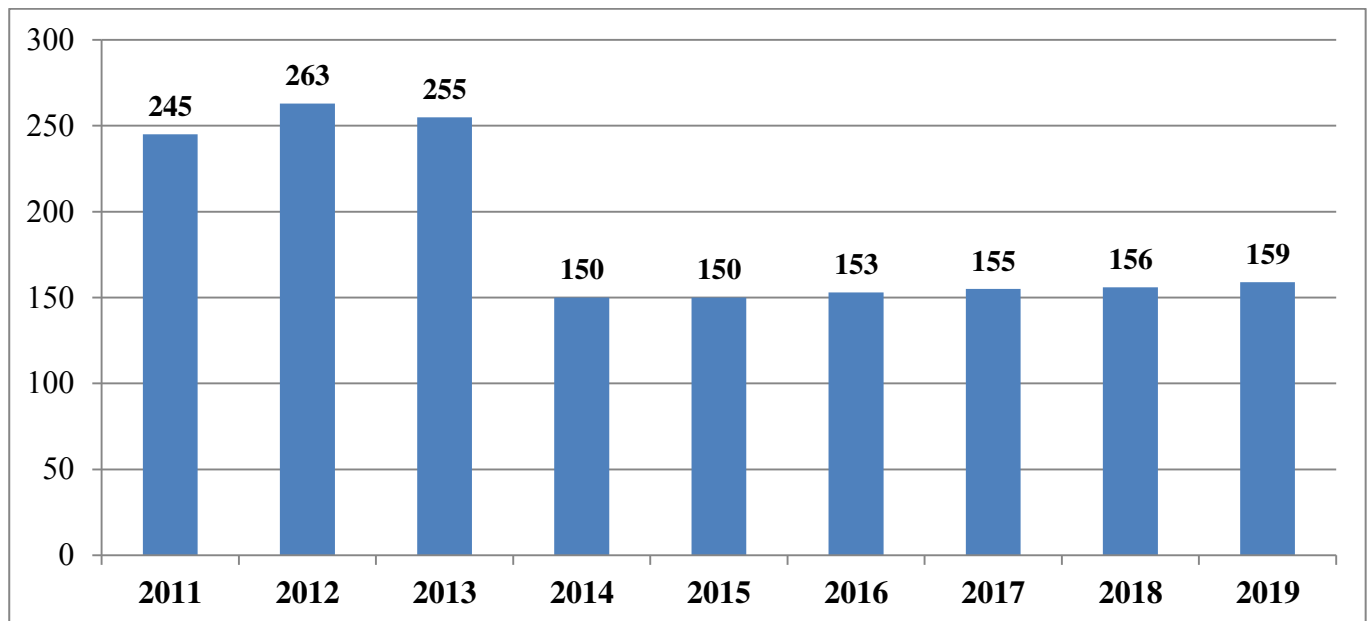


Рис. 3.1. Динаміка кількості іноземних туристів, що відвідали Україну з туристичною метою у 2011-2019 рр., (тис. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації.

Для порівняльного аналізу доцільно представити динаміку туристичних потоків в Україні з визначенням в'їздів та виїздів з країни (див. Рис. 3.2.) На рисунку 3.2. показано, що число туристів, які виїжджають за кордон з України, перевищує кількість в'їздів туристів до України. Тому потрібно розглянути можливість підвищення ефективності громадського управління в галузі туризму з метою підвищення обсягів туристичних потоків.

Відповідно до Закону України «Про туризм», держава проголошує туризм одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури та створює умови для туристичної діяльності» [1].

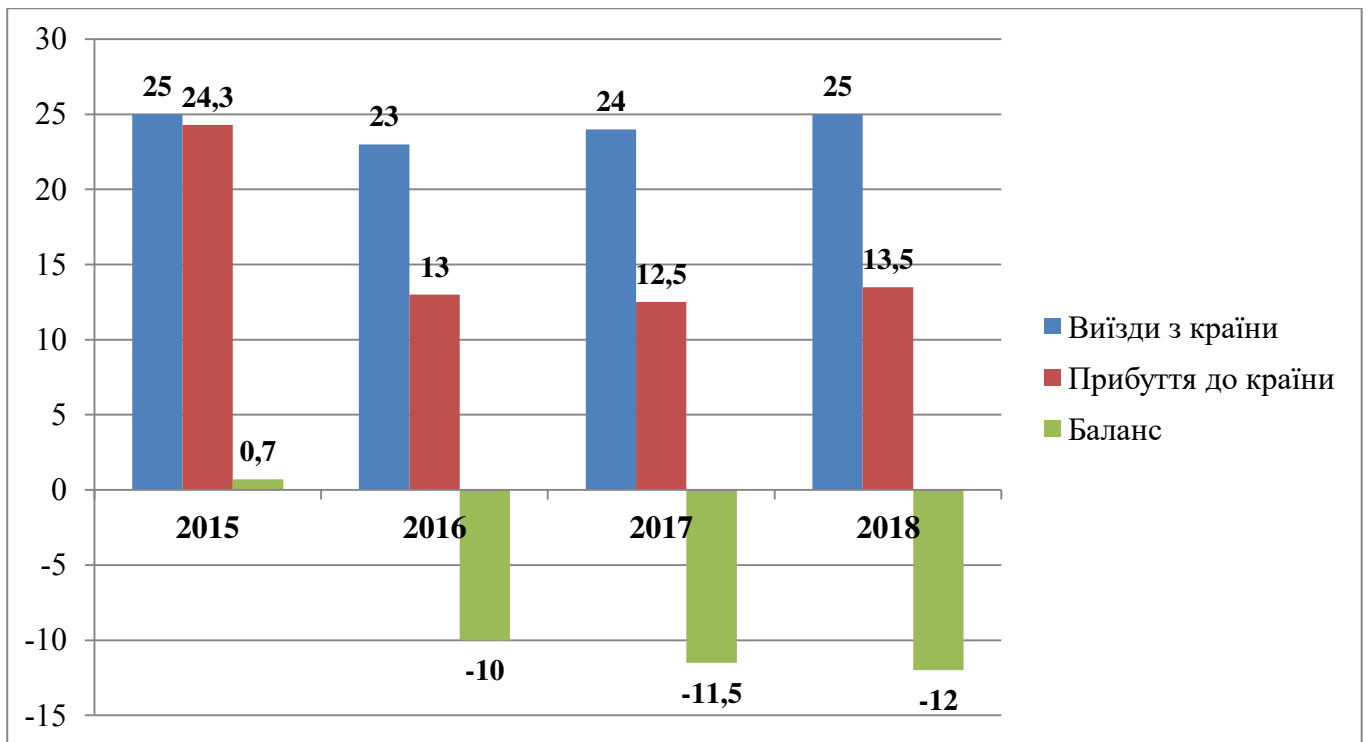


Рис. 3.2. Динаміка в'їзних та виїзних туристичних потоків України у 2015-2018 рр., (тис. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації.

Слід зазначити, що Закон України «Про туризм» не пропонує визначення поняття «державне регулювання у сфері туризму». Даного терміну в існуючих нормативно-правових актах, що регулюють відносини у сфері туризму немає. Відповідно до норм міжнародної практики та основних принципів СОТ, державне регулювання сфери туризму визначається як організація роботи органів державної влади, спрямована на вивчення, координацію та регулювання розвитку туризму в країні та на міжнародному рівні, планування роботи громадськості, влади та з урахуванням усіх можливих аспектів – соціальних, економічних, освітніх, рекреаційних, інформаційних та екологічних.

У світі виділяють чотири основні моделі державного регулювання туризму відповідно до рівня втручання держави в організацію діяльності туристичної галузі. Така диференціація пояснюється особливостями політичних та соціально-економічних умов розвитку сфери туризму, розвитком ринкової економіки та значенням туризму для національних економік (див. Табл. 3.1).

## Моделі розвитку туристичної галузі

Перша модель	Друга модель	Третя модель	Четверта модель
Державне регулювання, макроекономічний + мезоекономічний + мікроекономічний рівень			Оперативне регулювання, мезоекономічний рівень + мікроекономічний рівень
Країни, що розвиваються, країни з перехідною економікою, країни з розвинутою індустрією туризму	Країни, що розвиваються, країни з перехідною економікою, країни з рецептивними ринками	Розвинені європейські держави	Країни з розвинутою ринковою економікою, країни зі складною економічною та політичною ситуацією
Спеціальні органи державної влади. Центральний орган – Міністерство.	Комбіноване міністерство (туризм + суміжні з ним напрями) Туризм – пріоритетний напрям розвитку економіки. Чіткий розподіл повноважень між центральною та регіональними туристичними адміністраціями	Спеціалізований галузевий підрозділ (централізована структура, державний орган) багатопрофільного багатогалузевого органу (міністерства) або підпорядкований уряду країни	Відсутність державної адміністрації, що займається питаннями розвитку туристичної галузі. Вирішення питань розвитку туризму на місцях. Принципи ринкової економіки
Ізраїль, Єгипет, Індія, Куба, Мальта, Марокко, Мексика, Нова Зеландія, Малайзія, Кенія, Оман, Камбоджа, ПАР, Хорватія	Туреччина, Греція, Польща, Туніс, Індонезія, Болгарія, Йорданія, Російська Федерація	Швейцарія, Німеччина, Франція, Великобританія, Італія, Іспанія, Швеція, Сінгапур, Чехія, Угорщина, Грузія, Китай	США, Бельгія, Корея, Сомалі, Кувейт, Конго

Джерело: Галасюк С.С. Модели государственного регулирования в сфере туризма / С.С. Галасюк // Научные исследования в сфере туризма: труды Международной туристской Академии. – 2015. – Вып.6. – С. 189-204.

Перша модель є загальною для країн, що розвиваються, і передбачає існування спеціалізованого міністерства, яке має значний контроль над туризмом. До цієї групи входить близько 21% країн світу.

Друга модель передбачає створення окремого міністерства, яке крім туризму також контролює діяльність усього матеріального сектору (енергетики, торгівлі, транспорту, зв'язку) або нематеріального сектору (культури, спорту, охорони навколишнього середовища). Такий підхід характерний як для країн, що розвиваються, так і для країн з перехідною економікою. Критерій, який об'єднує ці країни можна визначити як сприйнятливі ринки туризму. Ця модель є найпоширенішою і охоплює близько 41% країн.

Третя модель характеризується створенням незалежного спеціалізованого органу – національної адміністрації туризму в межах проекту багатофункціонального міністерства або з прямим підпорядкуванням уряду. Ця тенденція є поширеною в Європейському макрорегіоні і охоплює 31% країн.

Четверта модель передбачає відсутність будь-якого центрального органу виконавчої влади у сфері туризму і зараз використовується лише у 14 країнах (7%). Різні питання туризму вирішуються або на регіональному рівні, або самостійно суб'єктами господарювання на території регіону на основі ринкових відносин. Важливо відзначити, що ця модель включає країни, які мають розвинену туристичну інфраструктуру і не потребують додаткової реклами, або країни, які не приділяють належної уваги розвитку туризму та мають складну політичну та економічну ситуацію [17, с. 189].

Такий розподіл країн за моделями розвитку туризму є умовним, оскільки кожна держава постійно шукає найбільш оптимальний варіант управління високоприбутковою, але мінливою сферою туризму. Наприклад, досить тривалий час США не мали центрального уряду, який би регулював туризм, і це дозволило виділити так звану «американську» модель. Але останнім часом ця країна перейшла до четвертої моделі.

Аналіз сучасних моделей державного регулювання туризму дозволяє зробити висновок, що ефективність розвитку туристичної індустрії залежить від ставлення



уряду до сфери туризму, від ступеня підтримки державою даної галузі, від всебічного і комплексного бачення мсця даної галузі в країні, загальної маркетингової стратегії.

Слід зазначити, що жодна з вищезгаданих моделей не використовується в Україні в чистому вигляді. Постійні перетворення в органах центральної та виконавчої влади в Україні призводять до ще більшої неузгодженості та відсутності контролю в галузі туризму. Так, Державне агентство України з туризму та курортів, яке було створене у 2011 році та брало участь у підготовці проектів законодавчих та інших нормативно-правових актів, було ліквідовано постановою Кабінету Міністрів України «Про оптимізацію роботи Центральних органів виконавчої влади» від 10 вересня 2014 р. № 442, та його повноваження передано Міністерству економічного розвитку і торгівлі України, у складі якого є відділ з питань туризму. Цей відділ не є центральним органом виконавчої влади і завдяки своєму кількісному складу не може охопити всі питання туризму [15, с. 58].

Потягом останніх років такі структури, як міністерства та інші державні центральні та виконавчі органи, зокрема, Міністерство екології та природних ресурсів, Міністерство регіонального розвитку, будівництва, житлового господарства та комунальних послуг, Міністерство інфраструктури, Міністерство культури, Міністерство молоді та спорту, Агентство лісових ресурсів, Державне агентство земельних ресурсів України та інші в межах своєї компетенції займалися підготовкою та поданням пропозицій щодо проекту реалізації існуючої державної політики в галузі туризму, сприянням створенню організаційних, правових та економічних механізмів реалізації державної політики в туристичній галузі. Але їх пропозиції не мали систематичного характеру, відповідали конкретним потребам спеціалізованого міністерства і рідко збігались із загальною стратегією розвитку туризму.

В той же час, положенням Кабінету Міністрів № 338 «Про координацію» була створена рада з питань туризму, яка є тимчасовим консультативним органом Кабінету Міністрів, головним завданням якої є сприяння координації дій органів виконавчої влади щодо формування та реалізації державної політики у сфері

туризму та курортів. Але Координаційна рада не провела жодної зустрічі та не обговорила жодних питань, пов'язаних із утворенням та реалізацією державної політики у сфері туризму з моменту її організації. І це відбувається, незважаючи на той факт, що в країні немає міжвідомчої співпраці з питань туризму; а також формування та просування іміджу бренду «Україна як приваблива країна для туризму» (відповідно до Стратегії сталого розвитку «Україна-2020») та виконання Плану дій Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом у сфері туризму не узгоджені [4]. Іншими словами, в країні діє нерегульована система управління туристичною галуззю, що не сприяє ефективному розвитку туристичної індустрії.

Сьогодні існує необхідність внесення поправок до національного законодавства у сфері туризму, які б мали більш прикладний характер, а також такі, які б визначали не лише загальну стратегію туризму, а особливості розвитку галузі, правові та встановлювали б правові та нормативні межі, відповідали європейському курсу держави, регулювали питання міжнародної діяльності та створювали умови для просування України на зовнішні ринки. Цей аспект є надзвичайно важливим, проте, на жаль, він досі не виконується.

Незважаючи на необхідність державного регулювання туризму, слід враховувати наступні моменти. Оскільки, з одного боку, туризм – це багатовекторна діяльність, яка потребує суттєвої координації більше, ніж будь-яка інша сфера. З іншого боку, надмірна наявність урядового регулювання перешкоджає підприємницькій ініціативі, яка є основою розвитку туризму. Світовий досвід доводить, що не існує оптимальної формули, яка б створила досконалу систему управління в галузі туризму, але послідовна, продумана та орієнтована на цілі державна політика у обраному напрямку у тісній співпраці з саморегулюючими організаціями в туризмі приводять до значних успіхів.

За історію своєї незалежності Україна намагалася застосувати майже всі моделі державного регулювання у сфері туризму. Постійна зміна векторів і форм управління туризмом призвела до того, що в країні з'явилася потужна система саморегуляції (Асоціація туризму України, Асоціація ділового туризму, Асоціація

екскурсоводів), яка в умовах невторчання і стабільної економічної та політичної ситуації може вивести туризм на новий рівень розвитку. Однак, приватний сектор не може забезпечити великих інвестицій в туристичну інфраструктуру, створити сучасну високу якість пам'яток, розважальні центри та курортні споруди.

Загалом, не існує певного єдиного алгоритму розвитку туризму в державі. Успіхів досягають при проведенні чіткої цілеспрямованої політики та при налагодженні тісних зв'язків із туристичними організаціями.

У сучасних умовах, розвиток туристичної галузі України відбувається на основі двох моделей. [7, с. 32]. Перша і основна – так звана «європейська», що поширена у Єврозоні. Завдяки Євроінтеграції Україна здійснила вагомі кроки на шляху до європеїзації сфери туризму. Відповідно до цієї моделі, Департамент туризму та курортів, що підпорядкований Міністерству розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, має бути розширений і наділений повноваженнями формувати і впроваджувати стратегію розвитку туристичної сфери. Виділяють два напрями роботи такого органу – «адміністративний» і «маркетинговий». Перший напрям передбачає вирішення питань глобального державного управління, збір та аналіз статистичної інформації, здійснення наукових досліджень, контроль діяльності за регіонами і налагодження зв'язків на міжнародному рівні. Другий напрям більше спрямований на розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, побудову привабливого іміджу країни, розробку конкурентоспроможного туристичного продукту та розповсюдження реклами на різних рівнях.

Інша модель є більш жорсткою, хоча і дієвою водночас. Вона передбачає створення Міністерства туризму, яке здійснюватиме централізоване керування. Цим інструментом користувалися у свій час такі країни як Туреччина, Єгипет, Хорватія, Мальта, Туніс і ряд інших.

Існують певні особливості кожної країни, зокрема, природні умови, розвиток інфраструктури (у тому числі транспортної), зовнішньоекономічні відносини, правові, економічні та соціальні фактори, які впливають на туристичну сферу.

Проте, без такого вагомого фактору як державні інвестиції розвиток туристичної галузі у більшості держав не є можливим.

На основі польського досвіду в Україні розвиваються висококатегорійні готелі в складі готельних мереж і малі готелі сімейного типу. Це суттєво впливає на структуру галузі. Підвищення продуктивності праці та вдосконалення організації визначає завантаженість готелів. Відповідно покращення цих двох показників дозволить досягти рівня провідних готелів світу [32, с. 297].

Також набувають популярності нові типи музеїв. Вони успішно виникають та функціонують у світі. Їх характерною особливістю є поєднання творів мистецтва, книг, театру, кіно, екскурсій, лекцій та аудіовізуальних програм для здійснення культурно-просвітницької діяльності. Такий формат є надзвичайно популярним серед різних вікових груп і дозволяє знайти відповіді на різні цікаві питання. Також до цього типу музеїв відносять інтерактивні дитячі зали та екомuzeї, де відвідувачі є активними дослідниками. На сучасному етапі в Україні існує небагато закладів з елементами такого формату, проте відчувається значний вплив зарубіжних тенденцій.

В рамках розвитку вітчизняної туристичної галузі відповідно до «європейської» моделі, нагальними питаннями є зміцнення конкурентоспроможності ринку туристичних послуг та вирішення питання зайнятості населення. Відповідно до цього, можна виділити наступні пріоритетні напрямки розвитку туризму в Україні:

- удосконалення правозахисних механізмів туристів та забезпечення потреб осіб з обмеженими фізичними можливостями;
- забезпечення професійного навчання працівників сфери туризму;
- підтримка малого та середнього бізнесу у сфері туризму;
- покращення інформаційного забезпечення, залучення новітніх технологій;
- створення туристичної інфраструктури для молоді.

Враховуючи загальносвітовий досвід, можна також виділити декілька напрямків, в яких Україна застосовує дієві механізми країн Європи та світу:

- створення санаторіїв, пансіонатів для сімейного відпочинку, розробка турів вихідного дня та екскурсій;
- залучення таких верств населення, як малозабезпечені та багатодітні громадяни, військовослужбовці, пенсіонери, інваліди до споживання туристичних послуг;
- впровадження дисконтних програм для студентів та молоді, формування системи пільг (знижки на проживання, харчування, транспортні послуги, страхування для студентів);
- популяризація програм культурного обміну шляхом створення літніх таборів, волонтерських таборів, мовних шкіл, проведення міжнародних конкурсів, змагань та олімпіад;
- розробка системи профспілкових туристичних та оздоровчих путівок для працівників бюджетних установ;
- розбудова бюджетних готелів – хостелів у туристичних центрах України;
- включення органів місцевого самоврядування до розвитку соціального туризму та стимулювання до цього підприємців.
- здійснення удосконалень на законодавчому рівні шляхом створення комплексних програм розвитку соціального туризму в Україні на десятки років;
- сезонне працевлаштування молоді в туристичній галузі, що передбачає створення сезонних бірж праці, оплату сезонних робіт, а також надання пільгового кредитування молоді [25, с. 47].

Дослідження та аналіз досвіду зарубіжних країн щодо підвищення ефективності управління міжнародною туристичною діяльністю сприяє визначенню певних пріоритетних напрямів керуючого та регулятивного впливу відповідних державних органів для здійснення підтримки розвитку міжнародного туризму, його законодавчого та фінансового забезпечення (надання податкових пільг, дотацій та субсидій), а також надання адміністративної, інфраструктурної, інформаційної, кадрової підтримки та здійснення контролю безпечного розвитку туризму (збереження історико- культурної спадщини та сприятливого екологічного стану).

Отже, туристична галузь України в певній мірі формується під впливом досвіду зарубіжних країн. Зокрема, на даний час активно впроваджуються механізми розвитку туристичної галузі країн Євросони, як наслідок євроінтеграційних процесів, які відбуваються в Україні. Україна вже зробила крок до європеїзації туристичного сектора, і на даний момент він повинен зосереджуватись у обраному напрямку. Питання підвищення ефективності державного управління у сфері туризму є сьогодні надзвичайно актуальним, оскільки може забезпечити стратегічний соціально-економічний розвиток, адже туризм є галузевим мультиплікатором з мінімальним бар'єром для входу, тому ця сфера є надзвичайно привабливою для інвесторів.

### **3.2. Механізми залучення інвестицій для реалізації стратегічних засад туристичної політики в Україні**

Стале зростання потребує інвестицій, тобто накопичення основного та людського капіталу. В умовах ринкової економіки приватний бізнес акумулює основний капітал для створення потенціалу для майбутнього виробництва. Інвестиції в інфраструктуру, тобто в транспортування та мережеві поставки, такі як передача та розподіл енергії, телекомунікації, водовідведення та санітарія, часто здійснюються за рахунок державних бюджетів, але за участю приватних підприємств. Крім того, довгострокове зростання вимагає, щоб технічний прогрес втілювався у нові сфери, а капіталізація підтримувалась відповідними навичками в робочій силі, тобто людським капіталом. Ці навички, у свою чергу, залежать від освіти та здоров'я робочої сили.

Оскільки ринки часто мають тенденцію до недостатнього інвестування людського капіталу, основним способом його накопичення є державні витрати на охорону здоров'я та освіту. Емпіричні дослідження свідчать про значні зв'язки між довгостроковим економічним зростанням та запасами основного капіталу, інфраструктури та людських ресурсів на душу населення [34, с. 35].

В широкому розумінні інвестиції є основою сучасної економіки: вони об'єднують економічні інтереси та ресурси приватних, юридичних осіб та держав для здійснення реального соціально-економічного розвитку. Світовий досвід показує, що країни з перехідною економікою не здатні правильно розвивати свою економіку без залучення та ефективного використання інвестицій, включаючи іноземні інвестиції. Завдяки накопиченню ділового, державного та змішаного капіталу та забезпечення доступу до сучасних технологій та управління, інвестиції не тільки допомагають формувати національні інвестиційні ринки, але також дають нове життя ринкам товарів і послуг. Крім того, інвестиції, як правило, підтримують процес макроекономічної стабілізації та допомагають зменшити соціальний тиск в період трансформацій.

Інвестиційний потенціал будь-якої країни характеризується поєднанням макроекономічних показників, таких як: економічне зростання, співвідношення між споживанням та заощадженнями, кредитні ставки, ставки прибутку, рівень інфляції та динаміка споживчого попиту, наявність та частка виробничих факторів, розвиток інфраструктури тощо.

Україна потенційно може стати однією з провідних країн з точки зору прямих та портфельних іноземних інвестицій. Це підтримується великим внутрішнім ринком України, що характеризується порівняно кваліфікованою, але недорогою робочою силою, великим науково-технічним потенціалом, значною кількістю природних ресурсів та наявною інфраструктурою. Деякі трансформації на основі реформ та позитивні практичні удосконалення можна сьогодні спостерігати в економіці України. Ці позитивні результати включають зростання ВВП у останні роки, зростання середньої заробітної плати та пенсій, диверсифікований експорт, відносно стабільна національна валюта та стабільно зростаючі щорічні інвестиції [8, с. 19].

Ефективна інвестиційна діяльність будь-яких суб'єктів господарювання сприяє зростанню економіки країни, оскільки, незважаючи ні на що, вона створює матеріальні ресурси для суспільства та дає можливість покращити загальний рівень життя населення.

Інвестиції у туристичну галузь передбачають створення капіталу або товарів, здатних створювати інші товари і послуги в туристичній галузі для отримання більшого прибутку в приватному секторі або регіональну активізацію та економічне зростання для державних цілей. Навіть мінімальні початкові інвестиції в туризм з часом породжують більші вкладення і в туризм, і в інші допоміжні галузі. До них належать інвестиції у транспортні засоби, ресторани, готелі, аеропорти, морські та річкові порти, торгові центри. Сплачуючи за готельні, транспортні та інші послуги, туроператори і туристичні агенти мають володіти значним обсягом оборотних засобів. Зазвичай у таких випадках капітал затримується на доволі невеликий проміжок часу і нерідко надалі використовується у валютних спекуляціях. Оскільки у процесі створення туристичного продукту відбувається взаємодія різних секторів, часто компанії з одного сектору зацікавлені фінансувати діяльність інших структур. Зокрема, авіакомпанії надають гарантії фінансової безпеки тим туроператорам, що використовують їхні послуги. А самі туроператори нерідко фінансують готельні комплекси на тих локаціях, куди клієнти купують тури.

Туризм суттєво впливає на інфраструктуру регіонів, тому інвестиції мають важливе значення і для місцевого населення. Завдяки тому, що значна кількість малих і середніх підприємств підтримують туризм, економічну користь відчуває на собі все населення [10, с. 14].

Слід зазначити, що Україна об'єктивно має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та закордонного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, цінність природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу.

Індустрія туризму України внесла до державного бюджету на 2018 рік 4,2 млрд. грн., що демонструє річне зростання приблизно на 250% [30, с. 78]. Водночас, за 2018 рік у цьому секторі відбулося п'ятикратне збільшення кількості робочих місць. Ці показники дозволять створити подальший імпульс для розвитку невикористаного туристичного потенціалу країни.

Уряд України визначає туризм одним із ключових напрямів економічного зростання на найближчі п'ять років. Сьогодні туристична галузь генерує близько



1,5% ВВП України, тоді як показник у багатьох провідних країнах туристичного призначення ближче до 10%.

Сьогодні туризм є високоприбутковою галуззю. За даними Державної фіскальної служби України, сума доходу від сплати туристичного податку у 2019 році склала 90,7 млн. грн., що на 29,2% більше, ніж у 2018 році. Водночас, у 2017 році порівняно з 2016 роком приріст туристичних гонорарів становив 30% [68].

Динаміка туристичних потоків України за 2009-2018 рр. наведена в таблиці 3.2. Дані таблиці (див. Табл. 3.2.) не включають тимчасово окуповану територію Автономної Республіки Крим, Севастополь та тимчасово окуповані території в Донецькій та Луганській областях. З таблиці видно, що в 2011 році кількість туристів зросла на 2,9% порівняно з 2009.

Таблиця 3.2.

Динаміка туристичних потоків України за 2009-2018 роки

Рік	Загальна кількість громадян України, що подорожували за кордон	Загальна кількість іноземних туристів, що відвідували Україну	Загальна кількість туристів, яких обслуговували туристичні агенти або туристичні компанії	З них		
				іноземних туристів	громадян Ураїни, що подорожували за кордон	внутрішніх туристів
2009	15333949	20798342	2290097	282287	913640	1094170
2010	17180034	21203327	2280757	335835	1295623	649299
2011	19773143	21415296	2199977	234271	1250068	715638
2012	21432836	23012823	3000696	270064	1956662	773970
2013	23761287	24671227	3454316	232311	2519390	702615
2014	22437671	12711507	2425089	17070	2085273	322746
2015	23141646	12428286	2019576	15159	1647390	357027
2016	24668233	13333096	2549606	35071	2060974	453561
2017	26437413	14229642	2806426	39605	2289854	476967
2018	27815678	14207134	3219849	34768	2767859	489543

Примітка. Складено автором за даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі, та сільського господарства України.

Іноземних туристів в Україні приваблює національна кухня, історична та архітектурна спадщина, всесвітньо відомі монастирі, храми, театри та музеї. Так,

протягом 2011 року Україна відвідало 21,4 млн. в'їзних (іноземних) туристів [69]. Перш за все, іноземні громадяни відвідують Україну в приватних цілях. Цей сегмент займає 89,6% загального притоку туристичного трафіку. Друге місце – організований туризм. І на третьому місці – поїздки у службових цілях. У 2012 році під час Євро-2012 в'їзд в Україну іноземних туристів збільшився до 23012823 осіб.

Більш детальний розгляд періоду з 2015 по 2018 рік дозволяє відмітити тенденцію до зростання, хоча до 2018 року показник в'їзного туризму залишився на рівні 2017 року (рис. 3.3.):

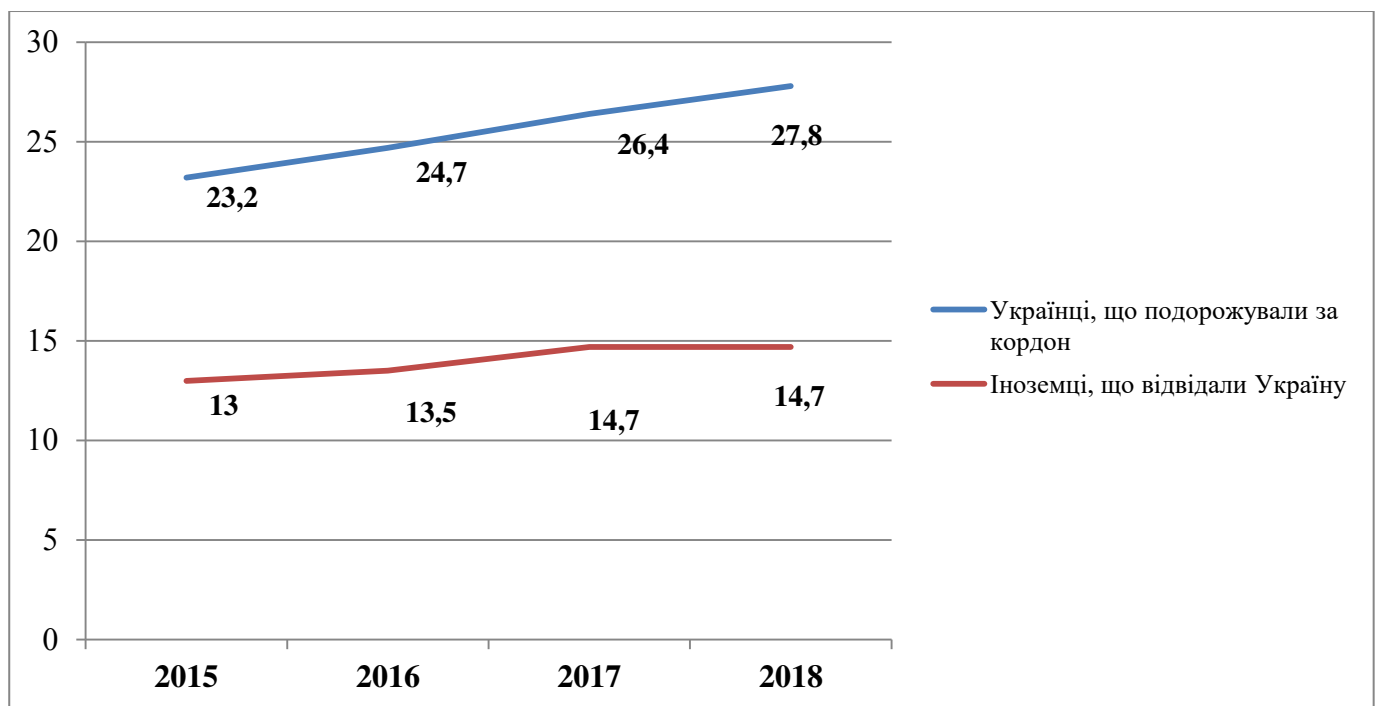


Рис. 3.3. Динаміка в'їзного та виїзного туризму України у 2015-2018 рр., (млн. чол.). Примітка. Побудовано автором за даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі, та сільського господарства України.

В Україні є широкі можливості для розвитку різних видів міжнародного туризму. Важливим завданням на сьогодні є створення центрів тяжіння, які приваблюють туристів і формують перспективний туристичний сектор в Україні, що сприяє створенню інвестиційного клімату і стимулюванню припливу державних, приватних та іноземних інвестицій у оновлення та будівництво об'єктів туристичної інфраструктури з метою отримання прибутку. Зокрема, науковий та промисловий

потенціал України є основою для розвитку подорожей з науковою та діловою метою [19, с. 81].

16 березня 2017 року Кабінетом Міністрів України було видано розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [5]. Метою реалізації Стратегії є 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 [5].

Основними стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року є:

- створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності;
- забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів;
- системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;
- удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів;

– забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму;

За результатами реалізації Стратегії планується досягти наступних контрольних показників розвитку сфери туризму (див. Табл. 3.3.). Зокрема, до 2026 року планується досягти збільшення кількості іноземних туристів, які в'їжджають до України у 2,5 рази, кількості суб'єктів туристичної діяльності – у 5 разів, обсягів надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору та обсягів надходжень до зведеного бюджету від діяльності суб'єктів туристичної діяльності – у 10 разів, кількості робочих місць у сфері туризму – у 5 разів.

Таблиця 3.3

Контрольні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні

Показники розвитку туризму та курортів	За роками			
	2015	2019	2022	2026
Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 рази
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. од.	6,8	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. грн.	37,1	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. грн.	1,71	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 рази
Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	збільшення у 2 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів

Джерело: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів до 2026 року»

Реалізація цілей Стратегії також залежить від інвестиційної діяльності у сфері туризму. Обсяги інвестицій в туристичну галузь України наведено на рис. 3.4.

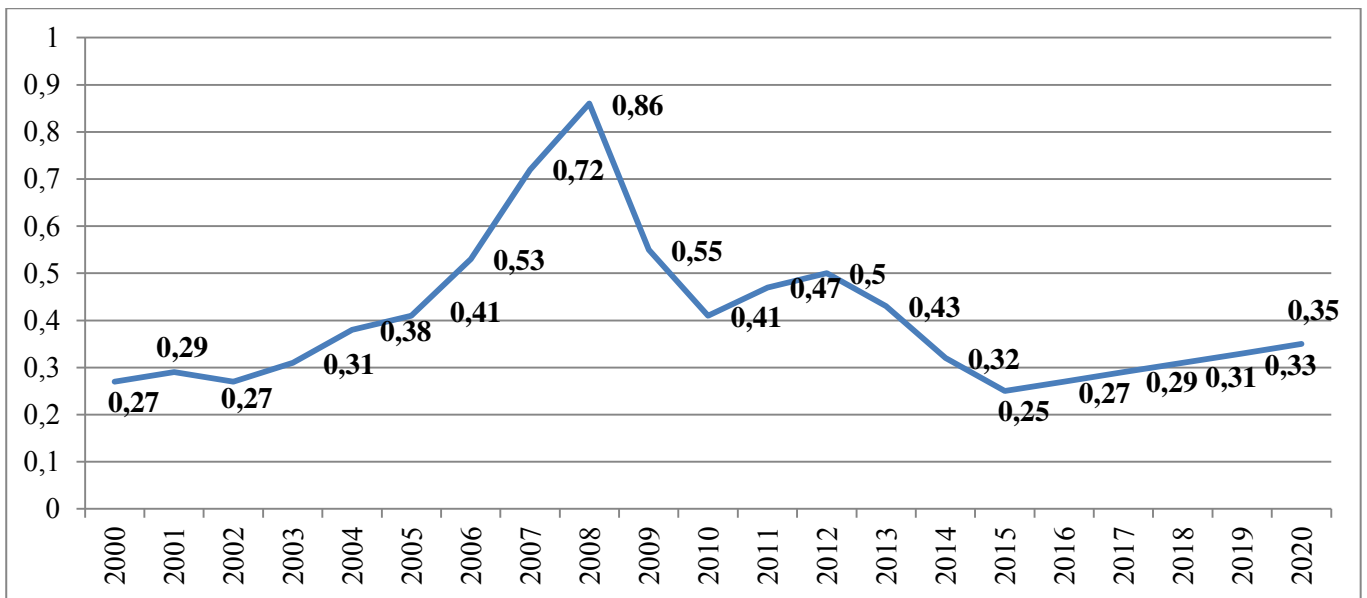


Рис. 3.4. Обсяги капітальних інвестицій у сферу подорожей та туризму в Україні у 2002-2019 рр., 2020 р. – прогноз, (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Світового Банку.

Вкладення іноземного капіталу у туристичну галузь України здійснюється шляхом:

- створення компаній із частковою участю іноземного капіталу (спільних підприємств);
- створення компаній, які повністю належать іноземним інвесторам та їх філій;
- придбання прав на користування землею та іншими природними ресурсами, а також інших майнових прав;
- придбання прав власності на підприємства, кластери власності, будівлі, споруди,
- купівля акцій, облігацій та інших цінних паперів;
- надання позик, кредитів, майна, прав на майно тощо.

Іноземні інвестори можуть залучати наукові та технологічні ноу-хау, а також передові технології практики управління. Наразі приплив іноземного капіталу вже є життєво важливим для досягнення середньострокових цілей, таких як вихід із поточної кризи та поживлення економічного зростання. Водночас, національні

інтереси України не завжди збігаються з інтересами іноземних інвесторів. Це робить важливим залучення іноземного капіталу таким чином, щоб інвестори могли задовольнити власні потреби, одночасно допомагаючи країні у реалізації її цілей [33, с. 11].

Для стимулювання інвестицій, включаючи іноземні капіталовкладення, впроваджується ряд певних заходів на національному рівні, серед яких можна виділити наступні:

- зниження рівня державного регулювання комерційної діяльності та забезпечення стабільності відповідного законодавства;
- усунення неточностей у законодавстві й нормативно-правових актах та завершення судової реформи;
- удосконалення норм щодо реалізації майнових прав;
- завершення адміністративної реформи, усунення корупції;
- удосконалення діяльності інституту корпоративного управління;
- сприяння розвитку ринків капіталу, насамперед банківського сектору, акцій та страхових ринків;
- зменшення податкового тиску;
- забезпечення стабільного політичного середовища;
- створення позитивного іміджу для України.

Для того, щоб ефективно залучати в інфраструктуру туризму інвестиції, потрібно враховувати специфічні особливості даної сфери та активізувати організаційно-економічні механізми, за допомогою яких можливим є стимулювання інвестиційної діяльності.

Щоб створити максимально ефективну систему управління інвестиційними процесами, необхідно враховувати виконання певних умов, які спрямовують втілення інвестиційних процесів на досягнення необхідного рівня ефективності та запланованих результатів. До них відносять забезпечення ефективної взаємодії принципів, методів та функцій управління, що є основними елементами системи

управління, а також підвищення наукової обґрунтованості управлінських рішень у сфері інвестування.

Таким чином, виникає необхідність створення механізму керування процесами вкладення фінансових активів у туристичний бізнес, який міг би забезпечити реалізацію заданих цілей інвестиційного проектування в стратегічних планах і найближчим часом.

Варто додати, що існують спеціальні державні інвестиційні інструменти для підтримки і стимулювання розвитку туристичних програм, які у значній мірі підвищують результативність діяльності системи управління інвестуванням у туристичну сферу. Також важливу роль у цьому відіграють пільгове кредитування фізичних та юридичних осіб, покращення рівня інвестиційної привабливості як для іноземних, так і для вітчизняних інвесторів, регулювання кредитних ставок для накопичення фінансових активів невеликих вкладників кредитними установами та інституційними інвесторами [26, с. 97].

У сучасній практиці інвестування існують спеціальні механізми залучення коштів у сферу туризму. До найбільш дієвих з них можуть бути віднесені:

1. Формування спеціальних зон пріоритетного розвитку туризму і рекреації з режимом найбільшого економічного сприяння для бізнесу та інвестицій.

2. Формування на території міста (регіону) спеціалізованих компаній або агентств з розвитку, що займалися б реалізацією інвестиційних проектів у сфері туристичної інфраструктури.

Механізм стимулювання інвестиційної діяльності в індустрії туризму наведений на рис. 3.5.

Створення стратегій інвестиційного розвитку туризму повинно базуватися на таких напрямках:

- професійний підхід до проведення маркетингових досліджень та впровадження рекламних кампаній;
- формування концепції проектів, що гарантують швидку окупність;
- чіткий розподіл функцій і ролей між сторонами, що беруть участь у роботі з розвитку туристичної інфраструктур.

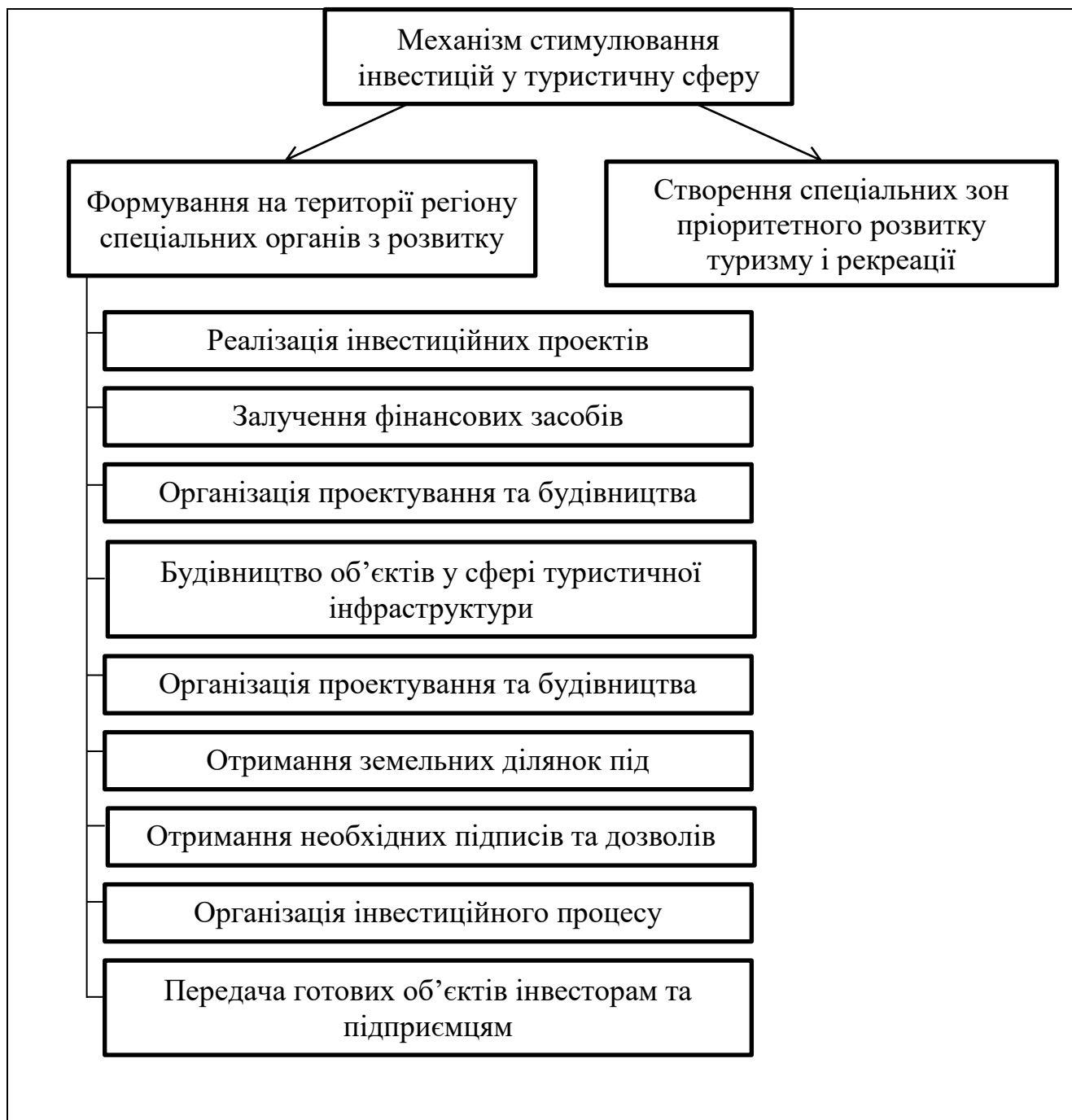


Рис. 3.5. Механізм стимулювання інвестиційної діяльності в індустрії туризму

Джерело: Загорин Н.Д. Инвестиционное развитие сферы туризма региона // Российское предпринимательство. – 2013. – Том 7. – № 2. – С. 101-106.

Отже, реалізація стратегічних засад туристичної політики в Україні та стабільне зростання доходів від туристичної галузі неможливе без залучення у неї інвестицій. Хоча Україна має значний потенціал та всі умови для розвитку економіки за рахунок туризму, країна суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. Цю



проблему висвітлено у Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, ухваленої урядом у 2017 році, і запропоновано ряд дій, спрямованих на її подолання. Сучасне економічне середовище в Україні вимагає активної політики щодо залучення прямих іноземних та державних інвестицій. Законодавство, що регулює інвестиційну діяльність в Україні, перебуває в процесі оновлення та вдосконалення, що дозволить залучити більший приплив інвестицій та підвищити їх ефективність.

### **3.3. Проблеми та пріоритетні напрямки розвитку туристичної галузі України**

Туризм є глобальним економічним і соціальним явищем, що відіграє значну роль у забезпеченні сталого розвитку в багатьох країнах світу. Україна, яка має вигідну геополітичну позицію і значні туристичні ресурси поки що не стала повноправним суб'єктом на світовому ринку туристичних послуг.

Індустрія туризму є важливим стимулом для поліпшення як економічної, так і соціальної ситуації в країні, оскільки економічні та соціальні процеси в країні, з одного боку, впливають на індустрію туризму, а з іншого – залежать від її розвитку. Таким чином, можна говорити про соціально-економічний розвиток туристичної індустрії, яка де-факто є взаємозалежна з соціально-економічним розвитком країни в цілому. Економічна і соціальна складові туристичної індустрії на даний час мають ряд проблем.

Розвиток туризму здійснює вплив на більшість секторів економіки, зокрема, на транспорт, торгівлю, зв'язок, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку, будівництво тощо і є фактором, що чинить значний вплив на структурну перебудову економіки.

Загалом, можна виділити найбільш стимулюючі та найбільш стримуючі чинники розвитку туристичної галузі в Україні (табл. 3.4.). SWOT-аналіз розвитку туризму у регіонах України наведено у Додатку Б.

Таблиця 3.4

## Основні стримуючі та стимулюючі чинники розвитку туристичної галузі України

№	Основні стримуючі чинники	%	Основні стимулюючі чинники	%
1	Нестабільна політична ситуація та небезпека тероризму	14,5	Наявність культурно-історичних пам'яток	19,3
2	Низька купівельна спроможність населення України	13,6	Рівень освіти та культури населення країни	18,2
3	Слабко розвинена інфраструктура в'їзного туризму	12,6	Розвиток креативних галузей (сувенірна продукція, мистецтво, книги)	16,5
4	Якість доріг та інфраструктура повітряного транспорту	12,3	Наявність природно-ресурсного потенціалу	13,2
5	Захист прав власності та суб'єктів туристичного ринку	11,8	Впровадження новітніх систем взаємодії зі споживачами	9,8
6	Рівень кваліфікації спеціалістів туристичного ринку	10,2	Зручне розташування України в центрі Європи	9,1
7	Недобросовісна поведінка суб'єктів туристичної діяльності	7,6	Широкий спектр туристичних маршрутів (індивідуальні, одноденні)	7,5
8	Правова база, що регулює ринок туристичних послуг	6,8	Оптимальна цінова політика в наданні туристичних послуг	6,4
9	Ефективність маркетингу для залучення туристів	5,7		
10	Впровадження і розвиток інформаційних порталів	4,9		
Всього		100		100

Джерело: Лотиш О.Я., «Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні». Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/25-1-2017/30.pdf>.

Туристичний бізнес, за підрахунками експертів, може приносити до державного бюджету до 4 млрд. дол. США щорічно лише за рахунок податків [53]. На даний час основними туристичними напрямками України є Чорне та Азовське моря, Карпати, міста Київ, Львів та Одеса [51]. Також в Україні є багато пляжних курортів. Незважаючи на втрату Кримського півострову, Україна має популярні пляжі курортів на узбережжі Чорного моря – Коблево та Затоку. Затока в Одеській області має репутацію активного та молодіжного курорту. Повна протилежність Затоки – тихий курорт в Сергіївці, де є бальнеологічні санаторії. Також морські курорти є і в інших населених пунктах Одеської області – в Приморську, Лебедівці, Кароліно Бугазі, Грибівці та навіть у промисловому місті Южне.

Основні туристичні напрямки для зимового відпочинку в Україні – курорти Івано-Франківської, Львівської та Закарпатської областей. Туристів приваблюють мальовничі види Карпатських гір, кришталево чисте повітря та гірськолижні схили. Надзвичайно популярним є гірськолижний курорт Буковель, відомий своєю сучасною інфраструктурою та чудовими гірськолижними схилами. У Яремче знаходиться велика кількість санаторіїв, а також є доволі розвинена туристична інфраструктура. Гірськолижний курорт Славське у Львівській області теж є досить популярним, оскільки там знаходяться гірськолижні схили різної висоти, довжини та рельєфу. Славське вважається найбільш відвідуваним зимовим курортом в Україні, куди їдуть кататися на лижах з усієї країни. В останні роки в Україні відкрилися гірськолижні курорти із штучними гірськолижними трасами в районах, де немає гір. Для лікування та відпочинку в санаторіях туристи їдуть до Трускавця, Моршина, Східниці та курортів Карпат [50].

Тенденціями відпочинку в Україні у останні роки є зелений туризм та аграрний туризм. Мешканці великих міст вирушають у сільську місцевість, де вони можуть не тільки дихати свіжим повітрям, а й жити сільським життям, знайомитися з традиціями та культурою, народними промислами та ремеслами регіонів. Очевидно, що одна з ключових переваг, яку має Україна порівняно з її найближчими сусідами, полягає в тому, що традиційний спосіб життя людини продовжує зберігатися в різних регіонах. По селах Карпатського національного парку традиційні одяг і методи ведення сільського господарства продовжують активно підтримуватися. Місцеві вироби з дерева і тканини все ще залишаються надзвичайно популярними серед туристів і представників української діаспори.

Крім того, в Україні існує велика кількість різновидів туризму: культурний і освітній (в найвідоміших історичних місцях); оздоровчий і спортивний (в прибережних районах, лісах і мальовничих гірських районах), екологічний і зелений (на ландшафтних територіях), сільський і агротуризм (у сільських районах).

Україна має достатньо великий потенціал для розвитку туризму, а всесезонна особливість цієї галузі відкриває великі можливості для отримання прибутку. В той же час, існує ряд проблем, які стримують розвиток туристичного бізнесу в Україні.

Недостатньо розвинена туристична інфраструктура – одна з таких проблем. Сьогодні в Україні існує понад 4,5 тис. закладів розміщення туристів та відпочинку на 620 тис. місць, але вони вимагають кардинальних змін, оскільки взагалі не відповідають міжнародним стандартам. Забезпечення належних умов також потребують зони відпочинку, культурні та архітектурні пам'ятки України. Крім того, низький рівень обслуговування туристів, недосконалість законодавчої бази і правового регулювання, складна політична ситуація, військові дії на території східних регіонів держави, а також високий рівень злочинності, особливо в туристичних регіонах країни негативно впливають на туристичну привабливість України.

Ціни на найбільш популярних курортах та туристичних центрах по всій країні, як правило, набагато вищі, ніж якість пропонованих послуг. Це важлива причина, чому внутрішні туристи все частіше обирають поїздки за кордон, насолоджуючись відпочинком кращої якості. Але сьогодні можна спостерігати зростання інтересів міжнародного співтовариства до України, як країни з середнім рівнем доходу, багатством природних ресурсів і досить розвинутою промисловою базою [56].

В останні роки розвиток туристичної індустрії в Україні характеризується територіальною нерівномірністю, викликаною широким спектром природних, культурних та об'єктивних соціальних чинників, які включають в себе:

- історичну та культурну спадщину;
- привабливі кліматичні умови;
- рівень доходів жителів регіону і їх можливість витратити гроші на відпочинок.

Досить невизначене і динамічне ринкове середовище, сезонна волатильність попиту на туристичні послуги, а також відсутність фінансових ресурсів і низька якість туристичного продукту є основними джерелами підвищеної нормативної складності ведення туристичного бізнесу. У зв'язку з цим, протягом останнього десятиліття Уряд України зосередив увагу на розвитку туристичного іміджу країни за кордоном, особливо за допомогою рекламних кампаній туризму. Проте, фактично кожна спроба, здійснена протягом останніх 10 років, була пов'язана з ігноруванням

реальних проблем, таких як відсутність координації та узгодженості політики просування туризму та відсутність розвиненої туристичної інфраструктури.

Україна надзвичайно багата природними курортними ресурсами, тому в останні роки європейські туроператори зацікавилися нашою санаторно-курортною базою, проте доступності природних ресурсів недостатньо, щоб привернути увагу іноземних та вітчизняних туристів. Необхідно залучати інвестиції для реконструкції існуючої і будівництва нової інфраструктури: медичних центрів, санаторіїв, реабілітаційних диспансерів. Поряд з цим, необхідним є підвищення рівня кваліфікації персоналу і оснащення сучасним обладнанням [11, с. 304].

Незважаючи на поточні труднощі, ситуація в українському туризмі змінюється в кращу сторону. Стратегія розвитку туризму і курортів України на період до 2026 року спрямована на вирішення проблем комплексного розвитку туризму, готельного господарства, курортів, санаторіїв, підтримку створення та модернізації туристичної інфраструктури, надання туристичних і курортних послуг належної якості, ефективне використання видимого туристичного потенціалу.

Щоб реалізувати стратегію розвитку туристичних регіонів, необхідно зосередитися на впровадженні наступних заходів:

- збереження туристичних ресурсів;
- удосконалення нормативно-правової бази;
- створення економічних умов для сприяння розвитку туризму;
- надання пільг щодо організації туристичної роботи;
- залучення інвестицій у розвиток туристичної індустрії;
- розвиток конкуренції;
- забезпечення безпеки туристів;
- участь у міжнародних програмах розвитку туризму.

З метою заохочення іноземних інвесторів до прискорення вкладення капіталу в економіку України необхідно за допомогою активної маркетингової діяльності інформувати зарубіжних туристів про наявність привабливих місць для відпочинку. Пріоритетними цільовими ринками для залучення іноземних туристів можуть стати

Китай, Катар, ОАЕ, Саудівська Аравія, Кувейт та інші. Для того, щоб зробити ведення туристичного бізнесу в Україні більш простим, необхідно надавати податкові пільги для власників об'єктів туристичної інфраструктури. Так, у багатьох розвинених європейських країнах знижені ставки ПДВ існують тільки для цього бізнесу.

Інвестиційна привабливість українських об'єктів значно зросте, якщо ставка ПДВ буде на рівні 5-10%. Така зміна податкового законодавства приведе не до збитків, а до наповнення бюджету за рахунок залучення коштів від інвесторів [22, с. 70]. Крім того, щоб отримати інформацію про найбільш популярні напрямки серед туристів країни, регіону, області, необхідно проводити постійний моніторинг туристичних потоків.

Таким чином, незважаючи на значну кількість проблемних аспектів, Україна має значний природно-ресурсний, історичний та культурний потенціал для розвитку міжнародного туризму і, відповідно, володіє усіма можливостями отримання валютних надходжень від реалізації туристичних продуктів і послуг, а також інвестицій у розвиток туристичної сфери. Підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі та збільшення попиту на вітчизняні туристичні продукти потребують розвитку перспективних туристичних маршрутів, удосконалення об'єктів туристичної інфраструктури, впровадження новітніх систем взаємодії зі споживачами туристичних послуг та оптимізації цінової політики в галузі туризму.

### **Висновки до розділу 3**

Сьогодні туристичний бізнес є одним з найбільш значущих секторів світової економіки. Туристичний бізнес рухається вперед і від того, наскільки ця галузь розвиватиметься сьогодні, разом із економічним зростанням туристичних об'єктів і туристичних регіонів, залежить і розвиток галузей, які співіснують разом або залежать від туристичного бізнесу. Туристична галузь України сьогодні формується під впливом досвіду зарубіжних країн. Зокрема, на даний час активно

впроваджуються механізми розвитку туристичної галузі країн Євразії, як наслідок євроінтеграційних процесів, які відбуваються в Україні.

Незважаючи на значну кількість проблемних аспектів, Україна має значний природно-ресурсний, історичний та культурний потенціал для розвитку міжнародного туризму і, відповідно, володіє усіма можливостями отримання валютних надходжень від реалізації туристичних продуктів і послуг, а також інвестицій у розвиток туристичної сфери. Основними питаннями, які заважають повноцінному використанню туристичних ресурсів і які необхідно вирішити найближчим часом, є: удосконалення законодавства, оновлення інфраструктури, підвищення кваліфікації персоналу і підготовка нових кадрів, вирішення транспортних проблем і подолання політичної кризи, що дозволить українському туристичному ринку перейти на новий рівень. Питання підвищення ефективності державного управління у сфері туризму також є сьогодні надзвичайно актуальним, оскільки може забезпечити стратегічний соціально-економічний розвиток, адже туризм є галузевим мультиплікатором з мінімальним бар'єром для входу, тому ця сфера є надзвичайно привабливою для інвесторів.

Підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі та збільшення попиту на вітчизняні туристичні продукти потребують розвитку перспективних туристичних маршрутів, удосконалення об'єктів туристичної інфраструктури, впровадження новітніх систем взаємодії зі споживачами туристичних послуг та оптимізації цінової політики в галузі туризму.

## ВИСНОВКИ

У ХХІ столітті індустрія туризму завдяки своїй глобальності та широкому охопленню різних галузей господарства набула виняткового значення у розвитку міжнародних економічних відносин. Дана індустрія приносить значні прибутки країнам, які активно її розвивають, а також бере участь у формуванні висококонкурентного середовища, у якому кожна країна бажає здобути першість у просуванні власних туристичних продуктів.

Допомагаючи формувати цінність, імідж та ідентичність країни, індустрія туризму виходить за межі економічно привабливих напрямків, і є важливим фактором економічного зростання. Внутрішні подорожі допомагають вирішити проблему сезонної зайнятості у регіонах, а також направляють туристів у менш відвідувані райони, які, як правило, залишаються поза увагою іноземних відвідувачів. Натомість, закордонні подорожжі забезпечують грошові надходження до країни у іноземній валюті. Уряди країн використовують туризм як інструмент для усунення бідності на місцях, підвищення рівня зайнятості та економічного зростання, оновлення інфраструктури та зменшення тиску від переповнення, наприклад, дискреційною ціновою політикою.

Важливість туризму впливає з численних переваг, які він приносить будь-якій країні. Туризм сприяє економічному зростанню та розвитку країни, забезпечує доходи та надає численні економічні переваги. Туристична індустрія тісно пов'язана з економічними відносинами між різними країнами світу, оскільки вона сприяє розвитку економічної інфраструктури та налагодженню мирної співпраці між державами світу. Туризм на сьогоднішній день є одним із найбільш популярних способів проведення вільного часу. Він достаньо розвинений майже у всіх країнах, головним чином, через прибуток, який він приносить.

Існує широкий спектр сучасних форм та видів туризму, кожен з яких, беззаперечно, слугує фундаментальною базою для розширення туристичної інфраструктури країн світу та розвитку світової туристичної індустрії в цілому.



Завдяки існуючим формам і видам туризму, як однієї з провідних галузей світової економіки, постійно з'являються нові туристичні напрямки і маршрути, а туристичні агенства пропонують дедалі більш екзотичні розваги та види відпочинку.

На розвиток міжнародного туризму впливають різноманітні фактори, що у своїй сукупності можуть здійснювати стимулюючий або стримуючий вплив на туристичну індустрію. Такі фактори поділяються на зовнішні, що впливають на туризм опосередковано, через фінансово-економічні, політичні відносини між країнами, кон'юнктуру світового ринку, а також внутрішні чинники розвитку туризму, до яких відносяться географічне положення, природно-ресурсний потенціал, стан туристичної інфраструктури рівень технологічного розвитку країн тощо. Розвиток міжнародного туризму є елементом економічного зростання, який у разі позитивного впливу усієї сукупності факторів впливу сприяє збільшенню вигоди від туристичної галузі через створення робочих місць, зростання доходів населення та подолання бідності.

Міжнародний туризм, беззаперечно, є важливою складовою зовнішньоекономічної діяльності багатьох держав, адже він є однією з найбільших за масштабами та обсягами прибутку галузей економік країн світу. Структура туристичного ринку є доволі складною та розгалуженою. Туризм поступається лише таким найбільшим експортним галузям, як нафтодобувна промисловість та автомобілебудування. На сучасному етапі ринок туристичних послуг постійно зростає, при цьому виникають нові цікаві маршрути, вдосконалюється інфраструктура та транспорт, застосовуються новітні технології та забезпечується робочими місцями значна частина населення. Найважливішим чинником, що має вплив на весь ринок туристичних послуг, є невинне зростання кількості населення на планеті. Це сприятиме тому, що попит на туристичні та готельно-ресторанні послуги збережеться у довгостроковій перспективі і забезпечить зростання галузі на 3% щороку. Також важливо відмітити, що до туристичної сфери залучено приблизно 17% населення світу, тож у найближчому часі спостерігатиметься збільшення цього показника і залучення нових сегментів туристів. Передовим регіоном міжнародного туризму поступово стає Азіатсько-Тихоокеанський регіон,

що охоплює близько 30% світових туристичних потоків, очікується що ця тенденція збегіратиметься і у подальше десятиліття. Також зростає попит на відвідування країн Західної Африки, що сприяє їх сталому розвитку. При цьому частка держав Європейського Союзу у загальносвітовому ВВП до 2050 року відчутно зменшиться.

Вагомий вплив туристичної індустрії на глобальний економічний розвиток на сьогодні є очевидним і доведеним на практиці. Потенційно високий рівень прибутковості туристичної сфери, невичерпність туристичних послуг, їх здатність до постійного оновлення і удосконалення, а також стійкий попит на них обумовлюють особливу зацікавленість багатьох суб'єктів міжнародної економічної діяльності у міжнародному економічному співробітництві у сфері туризму.

Подальший розвиток туристичної галузі відбуватиметься під дією таких тенденцій, як: зростання частки населення середнього класу, старіння націй, технологічний прогрес, екологізація туристичної діяльності та впровадження нових моделей розвитку туристичної індустрії. Очікується, що цифровізація та інновації продовжуватимуть формувати туристичний сектор. І DESTINATIONAM, І туристичним компаніям потрібно буде адаптуватися, щоб залишатися конкурентоспроможними, одночасно сприймаючи туризм як засіб досягнення цілей сталого розвитку та побудови кращого майбутнього для суспільства.

Туристична галузь України сьогодні формується під впливом досвіду зарубіжних країн. Зокрема, на даний час активно впроваджуються механізми розвитку туристичної галузі країн Єврозони, як наслідок євроінтеграційних процесів, які відбуваються в Україні. Україна зробила крок до європеїзації туристичного сектора, і на даний момент він розвивається у цьому напрямку.

Незважаючи на значну кількість проблемних аспектів, Україна має значний природно-ресурсний, історичний та культурний потенціал для розвитку міжнародного туризму і, відповідно, володіє усіма можливостями отримання валютних надходжень від реалізації туристичних продуктів і послуг, а також інвестицій у розвиток туристичної сфери. Основними питаннями, які заважають повноцінному використанню туристичних ресурсів і які необхідно вирішити найближчим часом, є: удосконалення законодавства, оновлення інфраструктури,

підвищення кваліфікації персоналу і підготовка нових кадрів, вирішення транспортних проблем і подолання політичної кризи, що дозволить українському туристичному ринку перейти на новий рівень.

Питання підвищення ефективності державного управління у сфері туризму також є сьогодні надзвичайно актуальним, оскільки може забезпечити стратегічний соціально-економічний розвиток, адже туризм є галузевим мультиплікатором з мінімальним бар'єром для входу, тому ця сфера є надзвичайно привабливою для інвесторів.

Підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі та збільшення попиту на вітчизняні туристичні продукти потребують розвитку перспективних туристичних маршрутів, удосконалення об'єктів туристичної інфраструктури, впровадження новітніх систем взаємодії зі споживачами туристичних послуг та оптимізації цінової політики в галузі туризму.

Сьогодні туристична індустрія посідає визначальне місце в системі міжнародних економічних відносин і є однією з найбільш значущих секторів світової економіки. Туристичний бізнес рухається вперед і від того, наскільки ця галузь розвиватиметься сьогодні, разом із економічним зростанням туристичних об'єктів і туристичних регіонів, залежить і розвиток галузей, які співіснують разом або залежать від туристичного бізнесу.

## СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» у редакції від 02.10.18 // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – Ст. 24.
2. Методика розрахунку обсягів туристичної діяльності, затверджена Наказом Державної туристичної адміністрації України та Державної служби статистики України // Офіційний Вісник України. – 2003. – № 50. – С. 189.
3. Положення про Міністерство розвитку економіки, торігівлі та сільського господарства України в редакції від 18 вересня 2019 р. // Офіційний Вісник України. – 2014. – № 77. – С. 116.
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про утворення Координаційної ради з питань туристичної діяльності» в редакції від 05.10.2016 р. // Офіційний Вісник України. – 2015. – № 48. – С. 16.
5. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 р., схвалена Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. // Офіційний Вісник України. – 2017. – № 26. – С. 86.
6. Ангелко І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні / І. Ангелко // Український соціум. – 2014. – № 2 (49). – С. 71-79.
7. Ахмедова О.О. Можливості використання світового досвіду державного регулювання у сфері туризму в Україні / О.О. Ахмедова // Вісник Національного університету цивільного захисту України. – 2016. – № 1. – С. 32-37.
8. Борисова О.В. Ефективність інноваційної політики підприємств у сфері туризму / О.В. Борисова // Вісник Одеського національного університету. – 2013. – Т. 18. – Вип. 2. – С. 18–26.
9. Бойко Н.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства / Н.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. – К.: Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 448 с.
10. Бриль К.Г. Місце стратегічних пріоритетів розвитку у підвищенні інвестиційної привабливості туристичної галузі / К.Г. Бриль // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 10. – С. 14-18.

11. Буданова О. С. Міжнародний туризм як засіб формування іміджу України / О.С. Буданова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2013. – Вип. 1. – С. 304-312.
12. Буценко И.Н., Кулакова Д.С. Международный туристический рынок: динамика развития и основные участники / И.Н. Буценко, Д.С. Кулакова // Экономические исследования и разработки. – 2017. – № 1. – С. 98-105.
13. Бушуев В. В. О дефиниции «индустрия туризма» / В.В. Бушуев // Культура Народів Причорномор'я. – 2001. – № 25. – С. 179-182.
14. Ващенко Н.П. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму / Н.П. Ващенко // Громадське харчування і туристична індустрія у ринкових умовах: зб. наук. праць. – Київ: КНЕУ, 2010. – 240 с. – С. 134-136.
15. Ващишин М. Правове регулювання туристичної діяльності / М. Ващишин. – Л.: ПП Сорока Т.Б., 2014. – 168 с.
16. Гаврилюк С.П. Соціально-економічна природа та особливості ринку туристичних послуг / С.П. Гаврилюк // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: зб. наук. праць / ред. кол. М.І. Пересічний, О.Ю. Завадинська, В.М. Кравченко. – К.: КНТЕУ, 2014. – С. 199-203.
17. Галасюк С.С. Модели государственного регулирования в сфере туризма / С.С. Галасюк // Научные исследования в сфере туризма: труды Международной туристской Академии. – 2015. – Вып.6. – С. 189-204.
18. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
19. Економічна оцінка природного багатства України: монографія / за заг. ред. С. Пирожкова, М. Хвесика. – Київ: ДУ ІЕПСР НАН України, 2015. – 396 с.
20. Закорин Н.Д. Инвестиционное развитие сферы туризма региона / Н.Д. Закорин // Российское предпринимательство. – 2013. – Том 7. – № 2. – С. 101-106
21. Ільчишин С.М. Торгівля послугами в індустрії туризму / С. М. Ільчишин // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – Випуск 2(02). – 2016. – С. 89-95.
22. Кравцова А.В. Модель державно-приватного партнерства в сфері українського туризму. / А.В. Кравцова // Науковий вісник Полтавського

університету економіки і торгівлі (серія «Економічні науки»). – 2016. – № 1 (72). – С. 70-76.

23. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2005. – 436 с.

24. Мальська М.П., Грищук А.М. Впровадження зарубіжного досвіду управління стратегічним розвитком туризму: можливості та перспективи / М.П. Мальська, А.М. Грищук // Економічний журнал: Наук. журнал. Інститут соціальної трансформації. – 2015. № 155 (11-12). – С. 78-81.

25. Масюк Ю.О. Стратегічне управління розвитком туризму в Україні: дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.03 / Юлія Олегівна Масюк; Львівський національний університет імені Івана Франка. – Львів, 2017. – 318 с.

26. Матвійчук Л., Тищук І. Сільський зелений туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ. – 2017. – 260 с.

27. Мельниченко О.А., Величко Л.Ю. Індустрія туризму: сутність, складові, кластери, необхідність державного регулювання / О.А. Мельниченко, Л.Ю. Величко // Теорія та практика державного управління: зб. наук. пр. Харків: Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр». – 2015. – № 4. – С. 3-9.

28. Назарова О.Ю. Статистичне дослідження ринку туристичних послуг / О.Ю. Назарова // Молодий вчений. – 2016. – № 7 (34). – С. 105-108.

29. Солодовник А.В. Фактори розвитку туристичної галузі / А.В. Солодовник // Інновації інфраструктури. – 2016 – № 5. – С.168-170.

30. Сталій розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 31 жовт. - 1 лист. 2018 р. / [відповід. за вип.: М. Ю. Барна] – Львів : ЛТЕУ, 2018. – 342 с. – с.78-80.

31. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реальна історія: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 463 с.

32. Фролова Е.В. Направления и механизмы развития туристической привлекательности территории / Е.В. Фролова // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5. – С. 297-305.

33. Царенко О.В., Шпак Л.О. Розробка механізму залучення фінансових інвестицій в туристично-рекреаційний комплекс регіону / О.В. Царенко, Л.О. Шпак // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 6. – С. 11-14.
34. Цибух В. Туризм в Україні / В. Цибух // Економіст. – 2014. – № 6. – С. 35-37.
35. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії / Н.В. Чорненька. – К.: Атіка, 2006. – 264 с.
36. Шалаев В.П. Туризм как новый социальный институт в глобальном обществе потребления / В. П. Шалаев // Туризм как фактор модернизации экономики и развития регионов: материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 19-21 ноября 2015 г. / под общ. ред. проф. А.Н. Полухиной. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2015. – С. 9-27.
37. Independent Group of Scientists appointed by the Secretary-General, Global Sustainable Development Report 2019: The Future is Now // Science for Achieving Sustainable Development, New York, 2019.
38. Classification\_Of\_Various\_Forms\_Of\_Tourism // Annalysis of Faculty of Economics. – University of Oradea, Faculty of Economics. – 2016. – vol. 1(2). – PP. 313-319.
39. Richards G. WYSE Work Abroad Member / Volunteer Programmes, Publisher WYSE Travel Confederation. – 2008.
40. Ronald K.S. Wakyereza. Foreign Direct Investment as a Tool for Poverty Reduction in Developing Countries: A Study on Uganda / Cambridge Scholars Publishing, 2019 – 389 p.
41. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division World Urbanization Prospects. The 2018 Revision (ST/ESA/SER.A/420). – New York, 2019.
42. Youth travel matters. Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel / World Tourism Organisation . – Madrid, 2008.
43. Annual Report on Tourism Trends – 2016 // World Tourism Organization and Global Tourism Economy Research Centre. – UNWTO/GTERC-2016 Edition, Executive Summary, UNWTO. – Madrid. – 2016.

44. <http://tourism.gov.ua> – офіційний сайт Державного агентства України з туризму і курортів.
45. <http://www.wttc.org/research/economic-research> – офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації.
46. <http://www.ukrstat.gov.ua> – офіційний сайт Державної служби статистики України.
47. Бедрик Н.М. Державне регулювання туристичної галузі в умовах подолання кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ttpdu\\_2015\\_2\\_8](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ttpdu_2015_2_8).
48. Буценко И.Н., Тимченко В.А. Международный туризм в системе мирового хозяйства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edrj.ru/article/10-09-17>.
49. Бондаренко М.П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2012/3-4/20129.html>.
50. Жулавський А., Гордієнко В. Природноресурсний потенціал регіону в системі економічних відносин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2238>.
51. Ищенко Я. Туризм в Украине: пациент скорее мертв, чем жив [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vnews.agency/exclusive/33041-turizm-v-ukraine-pacient-skoree-mertv-chem-zhiv.html>.
52. Комліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvkhdu\\_en\\_2014\\_8\(3\)\\_18.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvkhdu_en_2014_8(3)_18.pdf).
53. Криворучко П. Современные проблемы туризма в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/krivoruchko.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/krivoruchko.htm)
54. Лотиш О.Я., Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/25-1-2017/30.pdf>
55. Звіт Світової Ради з туризму та подорожей / World Travel & Tourism Council [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wttc.org/>



/media/files/reports/economic-impactresearch/2017-documents/global-economic-impact-and-issues-2017.pd.

56. 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).

57. Щетинина К.И. Тенденции развития европейского рынка гостиничных услуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://mgimo.ru/science/memo/Schetinina\\_otzyv\\_nauch\\_ruk.pdf](http://mgimo.ru/science/memo/Schetinina_otzyv_nauch_ruk.pdf).

58. Aviation benefits beyond borders. Report [Electronic resource]. – Access mode: [https://aviationbenefits.org/media/166344/abbb18\\_full-report\\_web.pdf](https://aviationbenefits.org/media/166344/abbb18_full-report_web.pdf).

59. Development Goals in an Era of Demographic Change [Electronic resource]. – Access mode: <http://pubdocs.worldbank.org/en/503001444058224597/Global-Monitoring-Report-2015.pdf>.

60. European Union Tourism Trends [Electronic resource]. – Access mode: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/29101/attachments/1/translations/en/renditions/native>.

61. Global foodservice disposables market 2016-2020 Ukraine [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.technavio.com/report/global-packaging-foodservice-disposables-market>.

62. Passenger Forecast. Global Report 2016 / International Air Transport Association [Electronic resource]. – Access mode: [www.researchandmarkets.com/reports/3973478/iata-passenger-forecast-global-report](http://www.researchandmarkets.com/reports/3973478/iata-passenger-forecast-global-report).

63. Global Report on City Tourism / World Tourism Organization [Electronic resource]. – Access mode: [https://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am6\\_city\\_platma.pdf](https://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am6_city_platma.pdf).

64. Globalization of tourism: Drivers and outcomes, Tourism Recreation Research-2015 [Electronic resource]. – Access mode: <http://dx.doi.org/10.1080/02508281.2015.1075723>.

65. Occupancy rate of the hotel industry worldwide from 2008 to 2018, by region [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.statista.com/statistics/266741/occupancy-rate-of-hotels-worldwide-by-region>.

66. OECD Tourism Trends and Policies 2018 [Electronic resource]. – Access mode: <http://dx.doi.org/10.1787/tour-2018-en>.
67. Pinson N.L, Yatsynin A.I. L'organisation et le rôle des structures institutionnelles touristiques dans le développement du tourisme dans la France [Electronic resource]. – Access mode: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32280710>.
68. Tax Guide for Ukraine 2019 [Electronic resource]. – Access mode: <https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2019/04/Tax.-Nexia-DK-April-2019.pdf>.
69. The World Tourism Organization (UNWTO) Why tourism? [Electronic resource]. – Access mode: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>.
70. Tourism And International Cooperation Tourism Essay [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.ukessays.com/essays/tourism/tourism-and-international-cooperation-tourism-essay.php?vref=1>.
71. World Employment and Social Outlook 2018 [Electronic resource]. – Access mode: [https://www.ilo.org/wesogreening/documents/WESO\\_Greening\\_EN\\_web2.pdf](https://www.ilo.org/wesogreening/documents/WESO_Greening_EN_web2.pdf).
72. World Tourism Barometer [Electronic resource]. – Access mode: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom16\\_03\\_may\\_excerpt\\_.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_03_may_excerpt_.pdf).
73. World Travel & Tourism Council [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/league-table-summaries>.
74. World tourism cities generation. Report of World Tourism Economy Trends [Electronic resource]. – Access mode: <https://en.wtcf.org.cn/rearticle/2018031515201.html>.
75. International Tourism Highlights-2019 / World Tourism Organization [Electronic resource]. – Access mode: <https://doi.org/10.18111/9789284421152>.
76. Zouheir El-Sahli. The Role of Inbound Tourist Flows in Promoting Exports. [Electronic resource]. – Access mode: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01524530/document>.

# ДОДАТКИ

## Додаток А

Таблиця А.1

### Фактори розвитку туристичної індустрії

Ознака класифікації	Група факторів	Фактори впливу
Способи впливу	Статичні (незмінні з часом)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– природно-кліматичні;</li> <li>– географічні;</li> <li>– культурно-історичні.</li> </ul>
	Динамічні (змінні)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– політичні;</li> <li>– соціально-демографічні;</li> <li>– фінансово-економічні;</li> <li>– матеріально-технічні</li> </ul>
За характером впливу	Екстенсивні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– чисельність населення;</li> <li>– матеріально-технічне забезпечення;</li> </ul>
	Інтенсивні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– підвищення кваліфікації персоналу;</li> <li>– інноваційно-інвестиційна діяльність;</li> <li>– розвиток професійно-кваліфікаційної структури;</li> </ul>
	Гальмуючі	<ul style="list-style-type: none"> <li>– кризи;</li> <li>– мілітаризація економіки;</li> <li>– політична нестабільність;</li> <li>– зростання цін, інфляція;</li> <li>– погіршення екології.</li> </ul>
За механізмом впливу	Об'єктивні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– природно-кліматичні;</li> <li>– соціально-демографічні та географічні;</li> <li>– культурно-історичні.</li> </ul>
	Регулюючі	<ul style="list-style-type: none"> <li>– державна політика у галузі туризму;</li> <li>– туристична освіта;</li> <li>– наявність і зміст туристичного законодавства</li> </ul>
За напрямом впливу	Зовнішні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– політичні;</li> <li>– соціально-демографічні;</li> <li>– фінансово-економічні;</li> <li>– науково-технічні.</li> </ul>
	Внутрішні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– фінансово-ресурсний потенціал;</li> <li>– організаційна структура;</li> <li>– координація і управління діяльністю в туризмі.</li> </ul>

Ознака класифікації	Група факторів	Фактори впливу
За інтересами	Фактори залучення (спонукають до подорожі)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– природно-кліматичні та географічні;</li> <li>– культурно-історичні;</li> <li>– соціальні.</li> </ul>
	Фактори розподілу або диференціації попиту (впливають на вибір місця подорожі)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– туристичні ресурси;</li> <li>– розвиток інфраструктури;</li> <li>– рівень соціально-економічного розвитку країни.</li> </ul>
За змістом	Соціально – економічні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– реальні доходи населення;</li> <li>– бюджет вільного часу;</li> <li>– рівень освіти, професія, соціальний статус.</li> </ul>
	Демографічні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– відтворення населення;</li> <li>– вікова, статева структура населення ;</li> <li>– сімейний стан.</li> </ul>
	Соціально – психологічні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– стереотип поведінки у вільний час, спосіб життя;</li> <li>– традиції населення;</li> <li>– ментальність нації.</li> </ul>
	Природно - географічні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– стан навколишнього середовища;</li> <li>– місце проживання туриста.</li> </ul>
За географічною ознакою	Фізико-географічні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ландшафтні і кліматичні умови;</li> <li>– гідромережі.</li> </ul>
	Суспільно-географічні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– географічне розташування регіону;</li> <li>– населення та трудові ресурси;</li> <li>– інфраструктура.</li> </ul>
	Геополітичні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– політична стабільність і політична культура;</li> <li>– відсутність конфліктів.</li> </ul>
	Історико-культурні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– наявність історичних пам'яток;</li> <li>– наявність культурної спадщини.</li> </ul>
За територіальною ознакою	Загальнодержавні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– політичні – соціально-демографічні;</li> <li>– фінансово-економічні;</li> <li>– науково-технічні.</li> </ul>

Продовження додатку А  
Продовження таблиці А.1

Ознака класифікації	Група факторів	Фактори впливу
За територіальною ознакою	Регіональні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– туристично-рекреаційні ресурси;</li> <li>– розвиток інфраструктури;</li> <li>– рівень соціально-економічного розвитку регіону.</li> </ul>
За дієвістю впливу	Ті, що генерують	<ul style="list-style-type: none"> <li>– розвиток суспільного виробництва;</li> <li>– розвиток трудових ресурсів;</li> <li>– потреба у відновленні працездатності та здоров'я.</li> </ul>
	Ті, що реалізують	<ul style="list-style-type: none"> <li>– зростання матеріального і культурно-освітнього рівня життя;</li> <li>– зростання фонду вільного часу;</li> <li>– розвиток транспорту і комунікацій;</li> <li>– розширення сфери послуг.</li> </ul>
За результатами впливу	Позитивні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– політична стабільність ;</li> <li>– зростання ВВП та реальних доходів;</li> <li>– розвиток інфраструктури;</li> <li>– впровадження інновацій;</li> <li>– зростання інвестицій.</li> </ul>
	Негативні	<ul style="list-style-type: none"> <li>– економічна криза, зростання цін, інфляція;</li> <li>– мілітаризація економіки;</li> <li>– політична нестабільність;</li> <li>– погіршення екологічної ситуації.</li> </ul>

Джерело: Комліченко О.О. Фактори розвитку туристичної галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvkhdu\\_en\\_2014\\_8\(3\)\\_18.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvkhdu_en_2014_8(3)_18.pdf).

## Додаток Б

Таблиця Б.1

### SWOT-аналіз розвитку туризму в регіонах України

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1) Значна кількість рекреаційних та природних лікувальних ресурсів;</p> <p>2) розвинута мережа заповідних територій;</p> <p>3) вигідне економіко-географічне розташування;</p> <p>4) розвиненість транскордонної інфраструктури, наявність єврорегіонів;</p> <p>5) достатня кількість туристичних об'єктів та ресурсів в регіонах;</p> <p>6) розвиток готельної інфраструктури;</p> <p>7) розвиток івентивного та подієвого туризму в регіонах;</p> <p>8) підготовка якісних професійних кадрів в галузі туризму;</p> <p>9) функціонування системи навчальних закладів, які здійснюють підготовку фахівців туристичної галузі;</p> <p>10) наявність міжнародних зв'язків;</p> <p>11) збільшення кількості міжнародних туристичних проектів розвитку туризму;</p> <p>12) популяризація національної кухні;</p> <p>13) розвинута мережа закладів швидкого харчування;</p> <p>14) значна частка безробітного населення (потенційних працівників) у загальній структурі населення.</p>	<p>1) Зменшення обсягів фінансування туристичної галузі</p> <p>2) незадовільний стан автомобільних доріг;</p> <p>3) відсутність чіткої стратегії розвитку туризму в регіонах;</p> <p>4) ускладнення дозвільно-погоджувальних процедур туристичної діяльності;</p> <p>5) низький рівень якості туристичного та рекреаційного обслуговування;</p> <p>6) посилення природних катаклізмів за рахунок зменшення лісистості, деградації ґрунтів, забруднення водних об'єктів;</p> <p>7) невідповідність високого рівня ціни низькому рівню якості послуг;</p> <p>8) зuboжіння населення, потенційних туристів;</p> <p>9) недостатність кваліфікованих кадрів туристичної галузі;</p> <p>10) низький рівень взаємодії туристичного бізнесу, влади та науки;</p> <p>11) посилення неврегульованості нормативно-правових питань надання послуг;</p> <p>12) відсутність досвіду щодо діяльності у сфері туризму в регіонах;</p> <p>13) недостатня конкурентоспроможність туристичних підприємств.</p>

Продовження додатку Б  
Продовження таблиці Б.1

Можливості	Загрози
<p>1) Використання інтернет-ресурсів для рекламування діяльності об'єктів туризму, бронювання та інформування про послуги;</p> <p>2) організація тренінгів та семінарів туристичного спрямування;</p> <p>3) підтримка безробітних шляхом формування інформаційних туристичних центрів щодо започаткування туристичного бізнесу;</p> <p>4) створення нових маршрутів;</p> <p>5) створення віртуальних 3D-турів;</p> <p>6) підвищення рівня раціональності використання туристичних ресурсів шляхом їх паспортизації;</p> <p>7) розроблення програми оптимізації транспортних потоків з метою підвищення доступності до віддалених регіонів;</p> <p>8) підвищення рівня інвестиційної привабливості туристичних регіонів шляхом створення програми формування туристичної репутації (бренду) регіону;</p> <p>9) підвищення якості туристичних послуг шляхом сертифікації та категоризації;</p> <p>10) популяризація туристичної продукції шляхом використання інновацій;</p> <p>11) започаткування криптуруризму;</p> <p>12) ефективне організаційне, методичне та інформаційно-правове забезпечення розвитку туризму.</p>	<p>1) Складна політична та економічна ситуація в країні</p> <p>2) незначна кількість розроблених туристичних маршрутів в регіонах;</p> <p>3) незначний асортимент продукції туризму в регіонах;</p> <p>4) незадовільний рівень інформаційно-рекламного забезпечення туризму в регіонах;</p> <p>5) швидкий розвиток конкуруючих країн-сусідів (Польща, Білорусь);</p> <p>6) погіршення стану комунікаційних мереж туристично-рекреаційних територій регіонів;</p> <p>7) відсутність професійного досвіду власників та персоналу туристичних фірм;</p> <p>8) поширення явища банкрутства туристичних організацій регіонів;</p> <p>9) значна частка неорганізованого туризму у загальній структурі туристичних послуг;</p> <p>10) погане знання (незнання) іноземних мов власниками та персоналом туристичних організацій;</p> <p>11) незацікавленість населення у навчанні та отриманні нового досвіду та знань;</p> <p>12) зубожіння туристичних територій, зменшення чисельності населення;</p> <p>13) поширення тіньового бізнесу в галузі туризму</p>

Джерело: Лепкий М.І. Фактори розвитку туристичного господарства в регіонах України. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Випуск 25. – 2018. – С. 549-555.