

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

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач випускової кафедри  
\_\_\_\_\_ О. П. Степанов  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

## (ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

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

Тема: «Зовнішньоекономічна діяльність на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в сучасних умовах»

Виконавець: Копил Владислав Олександрович, група  
МЕВ-401

\_\_\_\_\_  
(підпис виконавця)

Керівник: професор, д.н.д.у.,  
професор кафедри міжнародних економічних  
відносин і бізнесу ФМВ НАУ  
Біла Світлана Олексіївна

\_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

Нормоконтролер: Балабанова Галина Петрівна

\_\_\_\_\_  
(підпис нормоконтролера)

Київ – 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет міжнародних відносин  
Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу  
спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»  
освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ Степанов О.П.  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**ЗАВДАННЯ**  
**на виконання кваліфікаційної роботи**  
**Копил Владислава Олександровича**

1. Тема роботи «Зовнішньоекономічна діяльність на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в сучасних умовах» затверджена наказом ректора «05» квітня 2021 р. №557/ст.
2. Термін виконання роботи: з 03 травня 2021 року по 20 червня 2021 року.
3. Вихідні дані до роботи: наукові, аналітичні та статистичні документи українських та міжнародних організацій, що аналізують зовнішньоекономічну діяльність у сфері туристичних та рекреаційних послуг, у т.ч.: Міністерство культури та інформаційної політики України, Державна служба статистики України, WTTC, UNWTO, ООН, Eurostat, COT, PwC, S&P, OECD, UNRIC.
4. Зміст пояснювальної записки: види ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг: теоретико-методологічний аспект; динаміка розвитку ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг: світовий досвід; системні проблеми та перспективи розвитку ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг за участі України.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 7 таблиць, 4 рисунків, 7 додатків.
6. Презентація основних результатів кваліфікаційної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 25 слайдів.

## 7. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчити літературні джерела з предмету дослідження та написати заяву про затвердження теми кваліфікаційної роботи	29.03.2021	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання кваліфікаційної роботи	29.04.2021	Виконано
3.	Охарактеризувати види зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг: теоретико-методологічний аспект	03.05.2021 – 10.05.2021	Виконано
4.	Дослідити динаміку розвитку ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг: світовий досвід	11.05.2021 – 17.05.2021	Виконано
5.	Визначити системні проблеми та перспективи розвитку ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг за участі України	18.05.2021 – 24.05.2021	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	25.05.2021 – 27.05.2021	Виконано
7.	Оформити кваліфікаційну роботу та пройти перевірку на плагіат	28.05.2021	Виконано
8.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	07.06.2021	Виконано
9.	Передати кваліфікаційну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	04.06.2021	Виконано
10.	Передати кваліфікаційну роботу науковому керівникові для написання відгуку (за 7 днів до захисту)	07.06.2021	Виконано

8. Дата видачі завдання: « 20 » квітня 2021р.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_

Біла С.О.

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_

Копил В.О.

## РЕФЕРАТ

**Пояснювальна записка** до кваліфікаційної роботи «Зовнішньоекономічна діяльність на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в сучасних умовах»: 104 сторінки, 7 таблиць, 4 рисунків, 66 літературних джерел, 7 додатків.

**Перелік ключових слів (словосполучень):** ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ (ЗЕД), МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ (МЕВ), ТУРИЗМ, РЕКРЕАЦІЙНІ ПОСЛУГИ, КРАЇНИ ЄС, УКРАЇНА, ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ.

**Об'єкт дослідження:** процес розвитку ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в системі МЕВ в сучасних умовах.

**Предмет дослідження:** теоретико-методологічні та практичні аспекти розвитку ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг, їх сучасна модифікація в системі міжнародних економічних відносин.

**Мета кваліфікаційної роботи:** дослідити сутність та роль ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в сучасних умовах.

**Методи дослідження:** теоретичні методи: аналізу та синтезу, індукції та дедукції, історичного та логічного, каузальний; емпіричні методи: статистичний, графічний; метод експертних оцінок; класифікації; синергетичний підхід тощо.

**Отримані результати та їх новизна:** полягає у визначенні базових пріоритетів розвитку зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг, обґрунтуванні системних проблем у цій сфері та шляхів їх вирішення в сучасних умовах за участі України.

**Значущість виконаної роботи та висновки:** використання потенціалу ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг відкриває для країн світу та світового господарства нові можливості економічного зростання та виходу з кризи.

**Рекомендації щодо використання результатів:** матеріали кваліфікаційної роботи рекомендується використовувати під час розробки стратегій розвитку туристичного та рекреаційного сектору української економіки.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ВИДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ТА РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ.....	11
1.1. Сутність зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) у системі міжнародних економічних відносин.....	11
1.2. Динаміка зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг.....	19
1.3. Пріоритети національного та міжнародного регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг.....	26
Висновки до 1 розділу.....	36
РОЗДІЛ 2 ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ЗЕД НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ТА РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ: СВІТОВИЙ ДОСВІД.....	38
2.1. Пріоритети зовнішньоторговельної діяльності на ринку туристичних та рекреаційних послуг країн ЄС.....	38
2.2. Зовнішньоекономічна діяльність у сфері «зеленого» туризму та рекреації в країнах ЄС.....	48
2.3. Інноваційні технології у розвитку ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг.....	53
Висновки до розділу 2.....	57
РОЗДІЛ 3 СИСТЕМНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕД НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ТА РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ ЗА УЧАСТІ УКРАЇНИ.....	60
3.1. Системні проблеми та вплив COVID-19 на розвиток ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг.....	60
3.2. Пріоритети міжнародного співробітництва та ЗЕД України на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг.....	66
3.3. Стратегічні пріоритети розвитку ЗЕД країн на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг на період до 2030 р.....	70
Висновки до розділу 3.....	76
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК БІБЛОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	86
ДОДАТКИ.....	92

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Випереджаючий розвиток сфери послуг порівняно зі сферою промислового виробництва наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. став характерною ознакою та базовим трендом функціонування світового господарства. Важливе місце у цьому процесі належить ринку туристичних та рекреаційних послуг, що тісно пов'язаний з низкою інших суміжних видів економічної діяльності, у т.ч. зі сферою транспортних послуг, «економікою здоров'я», галуззю громадського харчування та готельно-ресторанного бізнесу. Поряд з цим, розвиток туризму та рекреації формує попит і на послуги «креативної індустрії», шоу-бізнесу та сфери розваг, активізує сферу грошово-кредитних відносин, що в цілому, позитивно позначається на збереженні старих та створенні нових робочих місць, на формуванні мультиплікативного ефекту економічного зростання на рівні національної економіки, а за рахунок зовнішньоекономічної діяльності – і на всіх рівнях світової економіки. Навіть та країна, яка не має потужного виробничого потенціалу може залучати ззовні великі потоки валютних надходжень та іноземних інвестицій за рахунок розвитку туристично-рекреаційної сфери, в основі чого – використання наявних на її території історичних та культурних об'єктів, сприятливих кліматичних умов, налагодження якісного сервісу з обслуговування туристів та рекреантів. Саме тому тема кваліфікаційної роботи «Зовнішньоекономічна діяльність на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в сучасних умовах» є актуальною. Адже за рахунок детального дослідження всіх її складових можна зробити не тільки теоретичні узагальнення, але й надати країнам світу обґрунтовані конкретні практичні пропозиції щодо вирішення таких нагальних економічних проблем як – створення нових робочих місць, збільшення доходів та валютних надходжень, покращення стану платіжного балансу та забезпечення високої конкурентоспроможності країни на світовому ринку послуг. Особливої актуальності та вагомого практичного значення тема зовнішньоекономічної діяльності на

світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в сучасних умовах набуває для України, що має потужний туристичний та рекреаційний потенціал, розгалужену мережу участі у зовнішньоекономічній діяльності на світовому ринку послуг.

**Метою кваліфікаційної роботи** є дослідження сутності та ролі зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в сучасних умовах.

До вагомого внеску у дослідження проблем теорії і практики вдосконалення організації розвитку зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в сучасних умовах віднесено **праці таких дослідників** як: Амеліна І. В., Антонюк К. В., Бартощук О. В., Гаркуша Г. Г., Гонтаржевська Л. І., Дудченко М. А., Зікеєва С. Г., Єріна І. В., Ковальчук С. В., Пестушко В. М., Ціхановська В. М. та Шандор Ф. Ф.

Відповідно до поставленої мети у кваліфікаційній роботі поставлено та вирішуються **наступні завдання**:

- визначити сутність зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) у системі міжнародних економічних відносин;
- дослідити динаміку зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг;
- обґрунтувати пріоритети національного та міжнародного регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг;
- визначити пріоритети зовнішньоторговельної діяльності на ринку туристичних та рекреаційних послуг країн ЄС;
- дослідити закономірності розвитку зовнішньоекономічної діяльності у сфері «зеленого» туризму та рекреації в країнах ЄС;
- обґрунтувати переваги застосування інноваційних технологій у розвитку ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг;

- визначити системні проблеми та наслідки впливу COVID-19 на розвиток ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг;

- обґрунтувати пріоритети міжнародного співробітництва та ЗЕД України на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг;

- обґрунтувати стратегічні пріоритети розвитку ЗЕД країн на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг на період до 2030 р.

**Об'єктом дослідження** є процес розвитку зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в системі міжнародних економічних відносин в сучасних умовах.

**Предметом дослідження** є теоретико-методологічні та практичні аспекти розвитку зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг та їх сучасна модифікація в системі міжнародних економічних відносин.

**Методологія дослідження.** Методологічну основу кваліфікаційної роботи становлять як загальнонаукові так і специфічні методи наукових досліджень. В основі кваліфікаційної роботи – використання принципу єдності теорії та практики, дослідження причинно-наслідкових зв'язків, застосування методу наукової абстракції та конкретизації явищ і процесів, методів історичного та логічного, індукції та дедукції, що дозволяє системно висвітлити стан та закономірності розвитку зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в сучасних умовах.

У першому розділі, в процесі теоретико-методологічного обґрунтування видів зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг широко застосовується каузальний метод (причинно-наслідкових зв'язків), методи історичного та логічного, аналізу та синтезу, метод класифікацій та узагальнень.

У другому розділі, в процесі дослідження динаміки розвитку та узагальнення досвіду різних країн світу у сфері ЗЕД на світовому ринку туристичних та



рекреаційних послуг використовуються методи індукції та дедукції, класифікацій, графічний метод, метод історичного та логічного, аналізу та синтезу, метод статистичного аналізу та метод узагальнень, синергетичний підхід.

У третьому розділі, в процесі висвітлення системних проблем та визначення перспектив розвитку ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг за участі України на основі методів аналізу та синтезу, узагальнення експертних оцінок та статистичної інформації зроблено висновки щодо закономірностей формування пріоритетів міжнародного співробітництва та ЗЕД України з іншими країнами світу на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в сучасних умовах.

**Теоретичну основу кваліфікаційної роботи** становлять теоретичні та аналітичні дослідження українських та іноземних вчених за спеціальністю міжнародні економічні відносини; аналітичні доповіді, монографії та наукові статті, матеріали наукових доповідей конференцій та аналітичні матеріали офіційних державних та корпоративних сайтів за тематикою дослідження; експертні оцінки, присвячені проблематиці висвітлення сутності та закономірностей розвитку зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг в сучасних умовах.

**Інформаційна база кваліфікаційної роботи.** При підготовці кваліфікаційної роботи були використані фахові економічні матеріали, а також законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг, у т.ч. статистичні матеріали Державної служби статистики України, Законодавчі акти України та аналітичні звіти міжнародних організацій COT, PwC, S&P, OECD and UNRIC. Міністерство культури та інформаційної політики України, Державна служба статистики України, а також – статистичні та аналітичні матеріали офіційних сайтів провідних туристичних компаній та агентств світу – World Travel and Tourism Council (WTTC), UNWTO, OECD, UNRIC, ООН та Eurostat.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у визначенні базових пріоритетів розвитку зовнішньоекономічної діяльності на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг, обґрунтуванні системних проблем у цій сфері та шляхів їх вирішення в сучасних умовах за участі України.

**Матеріали кваліфікаційної роботи** пройшли апробацію на міжнародній студентській науковій конференції НАУ «Політ». Надруковані тези: Копил В.О. (Kopyl V.O. Development of tourist services in the “Smart City”: world experience). Також на конференції ФМВ «Вплив пандемії Covid-19 на міжнародну трудову міграцію».

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи становить 104 сторінки (з Додатками). У тому числі: обсяг основного тексту – 80 сторінок. Список бібліографічних посилань використаних джерел представлено на 86-91 сторінках, що містить 66 найменувань (у тому числі 9 іноземних джерел). Кваліфікаційна робота містить ілюстративний матеріал: 7 таблиць та 4 рисунки (у т.ч. у додатках на 92-104 сторінках розміщено 5 таблиць та 2 рисунки).

## РОЗДІЛ 1

# ВИДИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ТА РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ: ТЕОРЕТИКО- МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

### 1. Сутність зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) у системі міжнародних економічних відносин

Економічний стан будь-якої країни світу багато в чому визначається обсягом та структурою її зовнішньоекономічної діяльності. Для України цей фактор взагалі має домінантне значення, оскільки в умовах сталого скорочення внутрішнього попиту на промислову продукцію зовнішня торгівля практично залишається єдиним вагомим чинником оздоровлення національної економіки та джерелом надходження валютних ресурсів, вкрай необхідних для придбання товарів критичного імпорту та модернізації й структурної перебудови виробництва.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – це діяльність суб'єктів господарської діяльності країни та іноземних суб'єктів господарської діяльності, основана на взаємовідносинах як на території країни, так і за її межами [49, с. 37].

В свою чергу, враховуючи актуальність проблематики зовнішньоекономічної діяльності, багато вітчизняних та закордонних науковців сучасності досліджують процес теоретичного обґрунтування першооснов ефективності прикладного аспекту в результаті визначення похибок та прогалин з точок зору історичного, географічного та економічного досвіду. Проте в основі розгляду визначеної категорії покладено саме правильне розуміння її сутності, тож наукові напрацювання спровокували наявність системи визначень, які в своїй більшості є однотипними і не мають суттєвих розбіжностей.

Трактування сутності зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) присутнє у працях багатьох вчених, у т.ч., у своїх працях М. А. Дудченко та А. С. Філіпенко [25,

с. 143] дають визначення зовнішньоекономічної діяльності як комплексної системи різнобічних форм міжнародного співробітництва держав та їх суб'єктів у різних галузях економіки. В свою чергу, Н. Г. Георгіаді [18, с. 67] зазначає, що зовнішньоекономічна діяльність – це міжнародні господарські та торгівельно-політичні відносини, які передбачають обмін товарами, спеціалізацію та кооперацію виробництва, науково-технічне співробітництво, економічне та технічне сприяння, створення спільних підприємств та інші форми економічного співробітництва. Тож автор у визначенні розкриває суть поняття шляхом приведення набору лише форм, які реалізують сам процес діяльності. Отже, дане твердження є суперечливим оскільки зовнішньоекономічна діяльність представлена не лише набором форм економічного співробітництва, а й передбачає одночасну зміну соціальної, політичної та інших складових.

Автори А. Г. Загородній та Г. Л. Вознюк [29, с. 53] розглядають сферу зовнішньоекономічної діяльності як економічну підсистему країни, розвиток якої зумовлений «по-перше, факторами, що визначають загальний розвиток системи, по-друге, факторами, які безпосередньо обумовлюють її розвиток. Зовнішньоекономічна сфера формується і функціонує на рівнях: загальнодержавному, регіональному та на рівні підприємств, об'єднань, організацій, фізичних осіб. В таких умовах темпи розвитку галузей, пропозиції та характер економічного зростання будуть частково формуватися під впливом зовнішніх факторів. У зв'язку з цим важливо концентрувати зовнішньоекономічну діяльність на пріоритетних напрямках, одним з яких є розвиток АПК» [29, с. 54].

Таким чином, аналізуючи твердження авторів, слід відзначити, що з беззаперечністю факторної залежності економічного зростання від здійснюваної зовнішньоекономічної діяльності. Виправданим є факт ув'язки зовнішніх та внутрішніх факторів та неможливості існування набору окремо взятих факторів впливу в умовах інтеграційних процесів і глобалізації. За сутністю пропонованого визначення домінантою є виділення саме пріоритетних напрямів здійснення

зовнішньоекономічних операцій, що позитивно впливатиме на стан загального економічного розвитку країни та матиме корисний ефект.

Дослідник К. Яценко [38, с. 69] в результаті проведення власних досліджень трактує зовнішньоекономічну діяльність як сукупність напрямів, форм, методів, засобів, та способів торгово-економічного, науково-технічного співробітництва, а також валютно-фінансових та кредитних відносин між країнами з ціллю раціонального використання переваг міжнародного розподілу праці, можливостей міжнародних економічних відносин для підвищення економічної ефективності господарської та підприємницької діяльності. Вона в своїх працях зазначає, що в зовнішньоекономічних зв'язках переплітаються воедино економіка та політика, комерція та дипломатія, торгівля та промислове виробництво, наукові дослідження та кредитно-фінансові операції [38, с. 70]. Науковець наголошує на тому, що здійснювані дії в практичній реальності, яка ґрунтується на наукових здобутках, обов'язково регулюються міжнародним економічним правом.

На основі опрацювання матеріалів її досліджень, структура зовнішньоекономічної діяльності має наступні форми, які представлено на рис. 1.1.

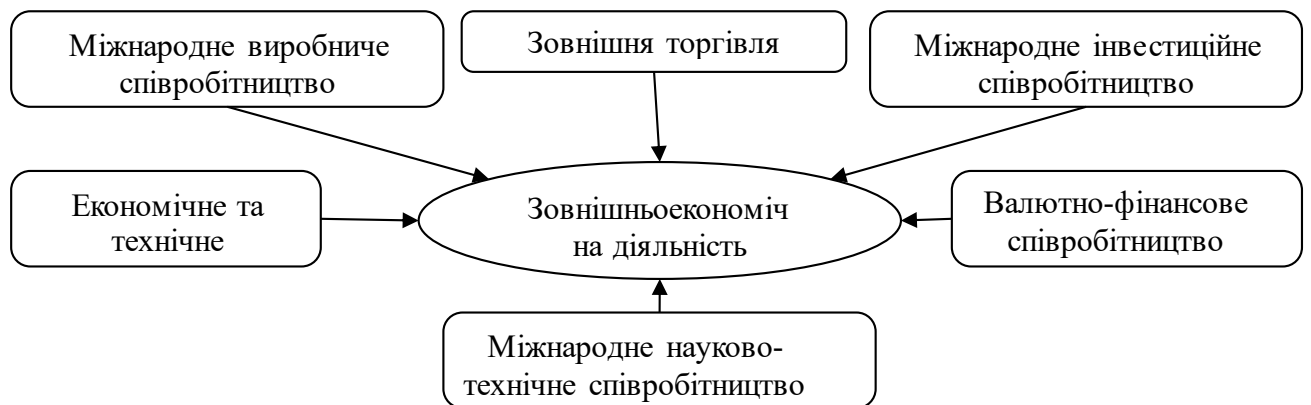


Рис. 1.1. Форми зовнішньоекономічної діяльності

Примітка. Побудовано автором за даними Башнянин Г. І. Економічні системи: проблеми структуризації і типологізації. Львів: Коопосвіта. 2019., - с.93.

У Додатку А представлена характеристика форм зовнішньоекономічної діяльності. Формування даної класифікації є необхідною не лише для суб'єктів господарювання, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, а і для тих, що мають на меті вихід на міжнародні ринки, адже правильна та ефективна оцінка стану наявності ресурсів сприятиме прийняттю ефективних управлінських рішень та формуванню цілісної стратегії й тактики розвитку підприємств шляхом вибору правильних форм та видів діяльності [23, с. 215].

Серед найбільш системних дефініцій поняття ЗЕД слід вважати визначення Н. І. Гражевська [21, с. 93], який в своїх працях трактує зовнішньоекономічну діяльність як комплексну систему різноманітних форм міжнародного співробітництва держав і їх суб'єктів в усіх галузях економіки. До того ж він зазначає, що зовнішньоекономічна діяльність являється історичною та економічною категорією.

ЗЕД належать до рівня макроекономічного (міждержавного) регулювання та являють собою проекцію на національну економіку міжнародних економічних відносин. ЗЕД, як правило, здійснюється на мікрорівні – рівні підприємницьких структур (фірм, організацій, підприємств, об'єднань і т. д.) з повною самостійністю у виборі зовнішнього ринку та іноземного партнера, форм і методів роботи з урахуванням вибраної зовнішньоекономічної стратегії.

За рівнями економічної діяльності всі суб'єкти ЗЕД країни можна поділити на 3 рівні:

I. Суб'єкти ЗЕД мікроекономічного рівня:

- фізичні особи – громадяни країни, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність і дієздатність згідно з законами країни і постійно проживають на території України;
- юридичні особи, що зареєстровані та мають постійне місцезнаходження на території країни (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, торговельні доми, посередницькі та консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні

об'єднання та ін.), в т. ч. юридичні особи, майно та / або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності;

– об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами згідно з законами країни, але які мають постійне місцезнаходження на території країни і яким цивільно-правовими законами країни не заборонено здійснювати господарську діяльність;

– структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами згідно з законами країни (філії, відділення, тощо), але мають постійне місцезнаходження на території країни;

– спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності країни та іноземних суб'єктів господарської діяльності, що зареєстровані та мають постійне місцезнаходження на території країни;

– інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами країни [11, с. 109].

## II. Суб'єкти ЗЕД макроекономічного рівня:

1) країна, як держава в особі її повноважних органів виконавчої влади центрального та місцевого рівня у межах їх компетенції;

2) недержавні органи управління [15, с. 237].

## III. Суб'єкти ЗЕД міждержавного рівня:

1) загальноекономічні міждержавні організації;

2) міжнародні неурядові економічні організації;

3) міжнародні організації з регулювання світової торгівлі;

4) міжнародні валютно-кредитні організації [21, с. 67].

Суб'єктів ЗЕД можна класифікувати і за іншими критеріями:

1) за характером власності – приватні, державні, кооперативні тощо;

2) за обсягом операцій – великі, середні, малі;

3) за належністю капіталу – національні, змішані, іноземні;

4) за правовим статусом – повні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, акціонерні товариства відкритого і закритого типу, командитні товариства тощо;

5) за сферою господарської діяльності – промислові, сільськогосподарські, торговельні, транспортні, страхові, посередницькі, туристичні та ін. [28].

Об'єктами ЗЕД можуть бути тільки такі об'єкти, що не виключені з торговельного обороту рішеннями міжнародних організацій (наприклад, заборона работоргівлі) або національного цивільного (торговельного) обороту (для конкретних суб'єктів певної держави). Усі об'єкти зовнішньоекономічної діяльності є товаром. Також використовується термін майно. Види об'єктів ЗЕД: товар, гроші, цінні папери, результати інтелектуальної діяльності, роботи, послуги [16, с. 75].

Види зовнішньоекономічної діяльності згідно Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» представлені в Додатку Б. Вид ЗЕД – це сукупність зв'язків, яка об'єднана однією загальною ознакою. Види ЗЕД:

- 1) за напрямом товарного потоку – експортні та імпорتنі;
- 2) за структурною ознакою – зовнішньоторговельні, фінансові, виробничі, інвестиційні;
- 3) за функціональною ознакою – зовнішня торгівля, науково-технічне співробітництво, економічне співробітництво, кооперування;
- 4) за змістом, характером, предметами обміну – політичні, економічні (зовнішньоторговельні, науково-технічні, інвестиційні, кредитно-фінансові, туристичні тощо), наукові, культурні, інформаційні, військові, екологічні, релігійні, гуманітарні та ін.;
- 5) за часовою ознакою – тимчасові і стабільні, коротко-, середньо- та довгострокові;
- 6) за територіальною ознакою – з країнами Європи, з країнами Азії, з країнами Америки і т. д.;



7) за організаційною ознакою – з країнами ЄС, з країнами СНД, з країнами-нафто-експортерами ОПЕК та ін.;

8) за рівнем розвитку країн – з розвиненими країнами, з країнами, що розвиваються;

9) за методами реалізації – виконання спільних програм, створення спільних підприємств, виконання спеціального договору;

10) за структурою зв'язків – міжфірмові зв'язки, міжгалузеві зв'язки, горизонтальні зв'язки (між однорідними підприємствами), вертикальні зв'язки, змішані зв'язки, міждержавні зв'язки;

11) за просторовим охопленням – між двома та більше організаціями, в рамках регіону, міжрегіональні, світові.

12) за кількістю суб'єктів – двосторонні та багатосторонні;

13) за кількістю об'єктів – однопредметні та багатопредметні [40, с. 45].

Форма ЗЕД – це спосіб існування даного виду зв'язку, зовнішній прояв сутності будь-якого конкретного зв'язку. Варто відзначити, що між між суб'єктами ЗЕД та іноземними суб'єктами господарської діяльності в країні є:

- експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили;
- надання послуг (виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та ін.);
- наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація, навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі;
- міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами;
- кредитні та розрахункові операції, створення банківських, кредитних та страхових установ;
- підприємницька діяльність, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності;

- спільна підприємницька діяльність, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території країни, так і за її межами;
- організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів та ін;
- товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі;
- орендні, в т. ч. лізингові, операції;
- операції по придбанню, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку;
- роботи на контрактній основі фізичних осіб країни та іноземних фізичних осіб як на території країни, так і за її межами. [35, с. 71].

Міжнародні економічні відносини здійснюються, перш за все, шляхом участі різних суб'єктів в міжнародному поділі праці. Основними формами системи сучасних міжнародних економічних відносин вважаються:

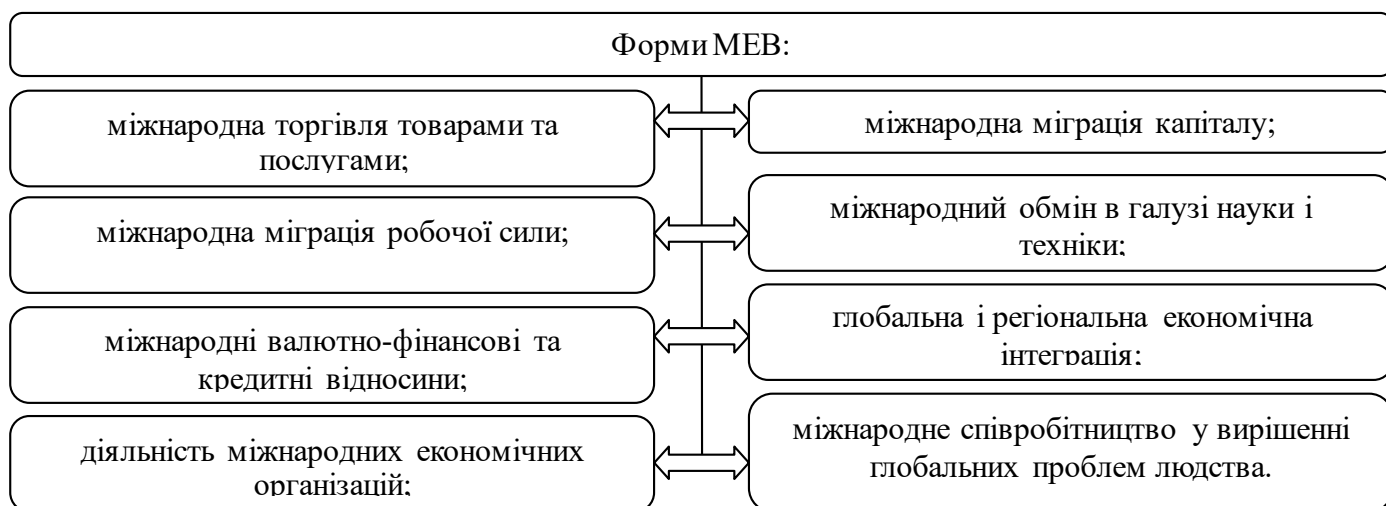


Рис. 1.2. Форми міжнародних економічних відносин

Примітка. Побудовано автором за даними Козак Ю. Г., Лук'яненко Д. Г., Макогон Ю. В. Міжнародна економіка: навч. посібник. К.: Центр учб. літ., 2018. с. 512.

Всі форми міжнародних економічних відносин взаємозв'язані та знаходяться в постійному розвитку. Так, наприклад, торгівля товарами супроводжується забезпеченням транспортних, фінансових, страхових послуг. Торгівля товарами та послугами складає найбільшу частину (близько 80%) загальних розрахунків між країнами (якщо не вважати спекулятивне переміщення валютних коштів). Проте найдинамічніше розвивається сьогодні міжнародний рух капіталу [23, с. 215].

Отже, зовнішньоекономічна діяльність відноситься до категорій міжнародної економіки. Сучасні міжнародні економічні відносини є системою економічних зв'язків, які характеризуються: виходом за межі національних господарств; взаємодією фізичних і юридичних осіб, держав і міжнародних організацій; визначеністю форм; різними рівнями глибини існування, функціонування, здійснення.

## **1.2. Динаміка зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг**

Ринок послуг займає у світовому господарстві важливу роль. Послуга, як і будь-який інший продукт може бути об'єктом купівлі-продажу, купується на основі вільного вибору, має споживчу вартість, що підтверджує її товарну сутність, невіддільність від категорії товару. Тому наше завдання полягає в ідентифікації послуги як специфічного виду товару на основі виділених відмітних її властивостей. Таким чином, відмітні властивості послуги, які згадувалися у табл. 1.1 підтверджують її специфічність як виду товару [49, с. 44]. Варто відзначити, що при наданні послуг продається не сам результат, а діяльність, яка до нього привела. Також слід зосередити увагу на тому, що послуги створюють умови для нормального або більш ефективного функціонування всіх учасників ринку, забезпечуючи повсякденний комфорт, підвищуючи якість життя в суспільстві, сприяючи збільшенню вільного

часу та звільненню основних видів діяльності від виконання функцій обслуговування виробництва та забезпечуючи його нормальне функціонування. Тобто, можна стверджувати, що послуги мають інфраструктурний характер.

Таблиця 1.1

Порівняльна характеристика продукту і послуги

Продукт	Послуга
1. Річ	1. Діяльність, процес
2. Відчутний	2. Невідчутна
3. Виробництво і споживання, як правило, не збігаються в часі і просторі	3. Виробництво і споживання збігаються в часі і просторі (невіддільна від джерела)
4. Якісно визначений (перед споживанням)	4. Невизначеність якості (перед споживанням)
5. Після покупки споживання може бути відстрочено	5. Споживання не може бути відкладено на майбутнє (за умови вже розпочатого виробництва послуги)
6. Покупці, як правило, не беруть участь у виробництві	6. Покупець бере участь у процесі виробництва (інтерактивний процес)
7. Можливий перепродаж	7. Неможливий перепродаж
8. Більш взаємозамінні	8. Менш взаємозамінні
9. Передається право власності	9. Не передається право власності
10. Велика можливість стандартизації	10. Менша можливість стандартизації
11. Вичерпність	11. Невичерпність

Джерело: Хрупович С. Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль, 2017., с. 45.

У світовому господарстві існує декілька підходів до аналізу ринку послуг, що проявляється через різну методику класифікації послуг (див. додаток В). Водночас, за будь якого підходу до класифікацій ринку послуг, ринок туристичних та рекреаційних послуг займає вагомe місце в системі послуг. Всі види ЗЕД присутні та супроводжують розвиток ринок послуг. На ринку туристичних та рекреаційних послуг особливого значення у світовій господарській практиці відіграють наступні види ЗЕД: експорт та імпорт. Моментом здійснення процедури експорту-імпорту послуг вважається дата їх фактичного надання або одержання на основі принципу нарахування (за виписаними рахунками), найчастіше дата реєстрації таких операцій збігається з часом виробництва послуг [10, с. 119]. Проте, бувають виключення коли перерахування платежів відбувається по результатах кожного року, тоді час реєстрації послуги записується по строках платежів за наданими актами. Час відображення в обліку може бути пов'язаний з такими факторами, як термін підписання контракту, термін платежу, термін зобов'язання по сплаті за послуги. Ці дати не завжди співпадають з датою відображення в бухгалтерському обліку. Реєстрація послуг в даних випадках відбувається, коли змінюється право власності, а в платіжних документах відбувається проводка у експортера та імпортера, коли вартість за послугу створюється, обмінюється, передається.

Експорт (імпорт) послуг реєструється на момент підписання зовнішньоекономічного контракту (договору). Це матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності. Моментом здійснення контракту є момент, на який покладено всі обов'язки за зазначеним контрактом, включаючи оформлення векселів або укладання кредитних угод [13, с. 49].

Роль ЗЕД у розвитку світового господарства та ринку послуг є вирішальною. Важливе значення в процесі удосконалення системи ЗЕД відіграє державне регулювання. Так, державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності – це

система господарсько-політичних заходів, що здійснюються державними органами по поглибленню та розширенню участі країни в міжнародному поділі праці з метою підвищення ефективності громадського виробництва та оптимізації структури споживання. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності є складовою частиною механізму відтворення національного економічного потенціалу і являє собою один з основних об'єктів державного регулювання національної економіки поряд з відтворювальною, технологічною, галузевою і територіальною її структурою, науково-технічним прогресом, соціальними відносинами, навколишнім середовищем та ін. Глобальні цілі державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності конкретизуються в залежності від гостроти конкретних проблем, що виникають в господарських і соціальній сферах. Це, наприклад, подолання кризи економіки, необхідність структурної перебудови виробничого потенціалу, захист вітчизняного виробника, збільшення зайнятості, оздоровлення платіжного балансу, боротьба з інфляцією тощо. Досягнення поставлених цілей і визначає конкретні напрямки, форми, масштаби державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Істотний вплив при цьому надають зовнішньоекономічні установки держави та інтегральний вектор інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, у т.ч. на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг [38, с. 321].

Світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг – це тимчасове цільове переміщення особи чи людей із відсутністю зміни місця постійного проживання протягом періоду, що не перевищує одного року без здійснення оплачуваної діяльності чи існування можливості на таку діяльність у місці перебування. При виявленні теоретико-методичних основ наукових досліджень в галузі світового ринку туристичних та рекреаційних послуг, перш за все, вкрай важливо з'ясувати, які саме сутнісні ознаки надають нам можливість віднести той чи інший вид людської діяльності саме до туристичній сфері. Інакше кажучи, що сам по собі представляє світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг, а також світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг. Різноманітні міжнародні організації відносять

цю сферу діяльності до різних елементів системи сфери послуг, зокрема, до різних компонентів системи міжнародної торгівлі послугами. У наукових дослідженнях туристичного напрямку важливо з'ясувати, що собою являє безпосередньо міжнародний ринок послуг у розгалуженій системі вузькоспеціалізованих ринків, а також яке місце в ній відведено тим видам діяльності, що тісно пов'язані з відпочинком і змістовним проведенням дозвілля в подорожі (що, за визначенням Всесвітньої організації світового ринку туристичних та рекреаційних послуг ООН (УНВТО), і являє собою міжнародний ринок туристичних послуг або міжнародний ринок світового ринку туристичних та рекреаційних послуг) [24, с. 18].

Доцільно привести підходи різних міжнародних організацій щодо висвітлення сутності надання світових туристичних та рекреаційних послуг. Так, за класифікацією Світового банку, світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг та туристичні послуги підпадають під категорію нефакторних послуг (сюди ж відносяться транспортні та нефінансові послуги). На відміну від цієї категорії, до факторингу послуг, на думку все тих же фахівців з Світового банку, відносяться доходи від інвестицій, роялті та ліцензійні платежі, а також заробітну плату, сплачену нерезидентом. Той факт, що транспортні послуги представлені окремим рядком в класифікації, дещо ускладнює сукупне уявлення про сутність надання світових туристичних та рекреаційних послуг. Адже останній неможливо уявити без якісного і повноцінного транспортного обслуговування туристів. Виходить так, що туристичне обслуговування здійснюється в декількох класифікаційних групах, що значно ускладнює наукові підходи до узагальнення, систематизації і оцінці сутнісних характеристик розвитку світових туристичних та рекреаційних послуг в певних умовах [47, с. 122].

Світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг – діяльність, спрямована на реалізацію подорожей і проживання мешканців з туристськими цілями з однієї країни на територію іншої. Однак існує відмінність між внутрішнім світовим ринком туристичних та рекреаційних послуг і міжнародним, відмінність полягає в тому, що

для другого характерно перетин державного кордону туристами. Перетин кордонів туристами реалізується за допомогою дотримання туристських формальностей (візових, паспортних, митних, валютних, санітарно-епідеміологічних). Світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг в залежності від впливу світового ринку туристичних та рекреаційних послуг на бюджет країни та її регіонів можна поділити на такі форми за економічними ознаками, як: активний; пасивний [57]. Аналіз наукової літератури показав, що види надання світових туристичних та рекреаційних послуг класифікуються в залежності від мети поїздки, термінів, засобів пересування і розміщення, вартості поїздки, вікового складу, сезону та інших ознак. Зокрема, за метою поїздки світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг поділяється на: рекреаційний; пізнавальний; науковий; діловий [57].

Одне з основних місць у світовій економіці займає світовий ринок туристичних послуг. Згідно зі світовими даними щорічні потоки збільшуються, і в період із 1991 до 2020 р. зросли втричі до 1322 млн (табл. 1.2). Як свідчать дані ВТО, загальний сукупний прямий дохід світового ринку туристичних послуг у світовій економіці становить 1,5% [57].

Таблиця 1.2

Динаміка розвитку світового ринку туристичних та рекреаційних послуг  
(1991–2020 рр.)

Регіон	Кількість міжнародних туристів (прибуття), млн осіб											
	1991	1995	2000	2005	2011	2012	2013	2016	2017	2018	2019	2020
Світ, загалом	436	529	677	807	949	995	1035	1087	1133	1184	1265	1124



## Продовження таблиці 1.2.

у тому числі за регіонами:												
Європа	262,7	305,9	388,0	448,9	484,9	516,1	533,9	562,8	580,2	608,6	649,1	670,6
у т. ч. Україна	-	-	6,4	17,6	21,2	21,4	23,0	24,7	12,7	12,4	13,3	13,7
Азія й Тихоокеанський												
Регіон	55,8	82,0	110,1	153,6	205,1	218,6	233,6	247,7	264,3	277,6	302,8	323,8
Америка	92,8	109,0	128,2	133,3	150,6	156,0	163,0	168,9	181,7	190,7	200,3	206,9
Африка	14,8	18,8	26,2	34,8	49,9	49,7	53,1	56,1	54,9	53,3	58,7	61,6
Близький Схід	9,6	13,7	24,1	36,3	58,2	54,7	51,8	51,9	52,4	53,9	56,2	57,7

Примітка: Складено автором за даними міжнародної організації UNWTO - World Tourism Organization.

Аналізуючи дані табл. 1.2, можна зробити певні висновки, що загальна чисельність туристів упродовж 1991-2020 рр. зменшилася, що пов'язано із пандемією, екологічними проблемами у світі, спалахами захворювань і епідемії у різних куточках світу та загрозою терористичних актів.

Підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити, що світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг – це вид міжнародного та національного бізнесу, спрямований на надання туристичних послуг, а також спосіб використання вільного часу туристів на території, що знаходиться за межами їх постійного місця проживання з різними туристичними цілями протягом періоду, що не перевищує одного року. Світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг – особливий вид міжнародної торгівлі послугами, характерна форма світового ринку туристичних та рекреаційних послуг, пов'язана з перетинанням туристів державних кордонів і дотриманням різних туристських формальностей (візових, паспортних, митних, санітарно-епідеміологічних). На сьогоднішній день світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг представлений як один з основних видів міжнародної торгівлі послугами. Натомість – міжнародна торгівля послугами – це вид ЗЕД.

### **1.3. Пріоритети національного та міжнародного регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг**

На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин глобалізаційні процеси охопили всі сфери світового господарства, у тому числі й світовий ринок туристичних послуг. Як наслідок, відбувається зростання рівнів інтегрованості туристичних галузей та окремих підприємств різних країн, з одного боку, та загострення конкурентної боротьби між країнами за розподіл туристичних потоків – з іншого. Водночас сучасною тенденцією в економіці розвинених країн є зростання частки туристичних послуг як у структурі валового внутрішнього продукту, так і в структурі споживання. Також характерним є інтенсивний розвиток нових інформаційних технологій, електронної торгівлі у сфері туризму. Такі процеси створюють загрози туристичним галузям країн із більш низькою конкурентоспроможністю національних підприємств, несформованістю ринкових механізмів та недосконалою державною туристичною політикою [12, с. 203]. Це стосується країн із трансформаційною економікою, до яких належить й Україна. Подорожі та туристична активність населення виступають невід’ємним елементом життєдіяльності сучасного світового співтовариства. Сьогодні світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг трансформує колись закриті товариства на відкриті універсальні суспільства, де контакти між людьми з різних країн стають повсякденною реальністю. Що, безумовно, задовольняє потреби людей у зустрічах і обмінах з іншими культурами. Більш того, світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг розглядається як соціально-економічний явище, яке має як пряме, так і опосередкований вплив на розвиток всієї пов’язаної з ним інфраструктури. Важливими умовами розвитку зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств є фактори позитивного та негативного впливу. Серед позитивних можна виділити такі:

- стабільність і відкритість політики та економіки;
- зростання суспільного багатства і доходів населення;
- скорочення робочого і збільшення вільного часу;
- розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій;
- посилення урбанізації;

UNWTO – побудова інтелектуального суспільства;

– заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму;

– спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання;

– стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених сімей шляхом надання пільг;

– сприяння розвитку індустрії пріоритетної туристичної діяльності [14, с. 159].

До негативних факторів розвитку зовнішньоекономічної діяльності туристичних послуг належать:

- напруженість у міжнародних відносинах;
- нестабільність політики та закритість економіки;
- стагнація економіки та падіння добробуту населення;
- невпорядкованість туристичних ресурсів;
- нерозвиненість індустрії туризму;
- нераціональне використання культурно-історичної та культової спадщини і довкілля;

– низький рівень доходів населення та нестача вільного часу;

– забруднення навколишнього середовища й екологічна небезпека для суспільства;

– відсутність привабливого інвестиційного клімату для розвитку індустрії туризму на рівні світових стандартів;

– недооцінка ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету [18, с. 207].

Огляд концептуальних засад та підходів до розвитку світових туристичних та рекреаційних послуг доцільно провести із урахуванням основних факторів розвитку світових туристичних та рекреаційних послуг (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Фактори, що впливають на інтенсивність розвитку світового ринку туристичних та рекреаційних послуг

№	Фактори розвитку	Характеристика
1	Політика і право	Зацікавлення держави у розвитку туристичної галузі виявляється в розробці загальної концепції пріоритетного розвитку світового ринку туристичних та рекреаційних послуг та у законодавчо-нормативних актах, які стимулюють та регулюють розвиток світового ринку туристичних та рекреаційних послуг.
2	Безпека подорожі	Питання безпеки набуває дедалі більшої актуальності в результаті зростання обсягів світового ринку туристичних та рекреаційних послуг.
3	Економіка та фінанси	Макроекономічна нестабільність, зростання безробіття та інфляції негативно впливають на розвиток світового ринку туристичних та рекреаційних послуг. Прямі іноземні інвестиції та зростання національного доходу стимулюють розвиток надання світових туристичних та рекреаційних послуг.
4	Культура	Вплив культурної спадщини та культурного середовища стимулює туристичні потоки.
5	Стан транспорту та інфраструктури	Наявність прямої залежності між станом пасажирського транспорту та світовим ринком туристичних та рекреаційних послуг: обсяги туристичного обміну зростають із удосконаленням транспортних засобів.
6	Новітні технології	Активне використання досягнень НТП у індустрії гостинності та світового ринку туристичних та рекреаційних послуг.
7	Розвиток торгівлі	Активізація торгівлі товарами туристичного попиту у світових туристичних центрах: сувеніри, подарунки.

Джерело: Білорус О. Г. Глобальні стратегії Євросоюзу : монографія. К.: КНЕУ, 2019., с. 402.

Проаналізувавши вищезазначені концептуальні засади та підходи у туристичній сфері, можна зробити наступний висновок: дослідження надання світових туристичних та рекреаційних послуг можливе лише у результаті ретроспективного огляду історії світового ринку туристичних та рекреаційних послуг та теоретичних аспектів, зокрема, із урахуванням понять, які прямо та опосередковано пов'язані із світовим ринком туристичних та рекреаційних послуг.

Варто відзначити, що всі наведені фактори мають велике значення для формування пріоритетних напрямів розвитку зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств. Важливо відзначити і регіональні закони і нормативні акти. Зокрема, в Австрійській Республіці туристична діяльність відноситься до компетенції Федерального міністерства науки, досліджень і економіки. Серед особливостей державного регулювання в даній сфері можна виділити: розгляд туристичної галузі як інтегрованої частини економіки країни і її розвиток в якості інструменту для вирішення загальноекономічних проблем федерального масштабу (вирівнювання рівнів економічного розвитку регіонів, розвиток малого і середнього підприємництва, зниження рівня безробіття і т. д.); підпорядкованість туристичної галузі загальному регіональному та федеральному законодавству, а також загальноєвропейським нормам, високий ступінь їх гармонізації; наявність ефективного інституту фінансових гарантій на випадок банкрутства компанії; широкий спектр послуг, що федеральними та регіональними органами влади податкових знижок і пільг, починаючи від загальних, що стосуються в цілому малого і середнього підприємництва, і закінчуючи конкретними заходами для окремих підприємств конкретного регіону; фінансова підтримка державою підприємств туристичної галузі в рамках різних програм і спеціально розроблених планів; підтримка кадрового забезпечення світового ринку туристичних та рекреаційних послуг через створення і фінансування різних курсів і програм з підвищення кваліфікації; фінансування діяльності ряду науково-дослідних інститутів, займаються проблемами світового ринку туристичних та рекреаційних послуг [18, с. 210].

Держава надає допомогу туристичному сектору за допомогою: субсидування туристичних проєктів; видачі пільгових позик туристичним фірмам; державного поручительства щодо позик і субсидій, наданих комерційними банками на розвиток світового ринку туристичних та рекреаційних послуг.

Питання світового ринку туристичних та рекреаційних послуг в Болгарії регламентуються Законом про світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг. До актів стратегічного характеру, що зачіпають внутрішній світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг в Болгарії, відносяться Національна стратегія сталого розвитку світового ринку туристичних та рекреаційних послуг на 2016-2030 роки, річна програма національної туристичної реклами. Акти стратегічного характеру, що зачіпають внутрішній світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг в Болгарії, констатують недостатній ступінь його розвитку. З метою вироблення належних заходів, максимально орієнтованих на досягнення поставлених цілей в області розвитку внутрішнього світового ринку туристичних та рекреаційних послуг, Національна стратегія сталого розвитку світового ринку туристичних та рекреаційних послуг на 2016-2030 роки та Річна програма національної туристичної реклами на 2017 рік передбачають опис болгарського туриста як споживача туристичного продукту, характерні риси його туристичних поїздок і ін. Це опис допомагає виробити точкові заходи стимулювання розвитку внутрішнього світового ринку туристичних та рекреаційних послуг в Болгарії, що відповідають потребам і особливостям внутрішнього попиту [48, с. 53].

Основними нормативними актами Великобританії, що регулюють правовідносини у сфері світового ринку туристичних та рекреаційних послуг, є: Закон про розвиток світового ринку туристичних та рекреаційних послуг 1969 року. Основна мета даного закону полягає в координації діяльності державних органів і організацій, що здійснюють діяльність в області зовнішнього і внутрішнього світового ринку туристичних та рекреаційних послуг, забезпеченні державного фінансування для будівництва, розширення, зміни і вдосконалення існуючих готелів,

наданні сприяння реєстрації готелів та інших готельних закладів, інформування споживачів про ціни на готельні номери [46, с. 77].

Відповідно до цього закону була створена Британська туристична адміністрація (British Tourist Authority), а також туристичні поради Англії, Шотландії та Уельсу, покликані сприяти розвитку світового ринку туристичних та рекреаційних послуг в Великобританії. Згодом на їх основі були створені організації під назвою «Відвідайте Британію» (VisitBritain), що займаються питаннями, зв'язковими з в'їзним світовим ринком туристичних та рекреаційних послуг, а також «Відвідайте Англію» (VisitEngland), що відповідають, в тому числі, за розвиток внутрішнього світового ринку туристичних та рекреаційних послуг, планування національної стратегії світового ринку туристичних та рекреаційних послуг, забезпечення зростання внутрішнього світового ринку туристичних та рекреаційних послуг, захист прав споживачів [54, с. 26].

Відповідно до нової Концепції розвитку світового ринку туристичних та рекреаційних послуг в Угорщині, розрахованої на 2016-2024 рр., йде робота з підготовки галузевого закону «Про ринок послуг та кейтерінг». Передбачається, що він визначить функції і завдання як державних, так і муніципальних органів влади, а також режим роботи з організаціями даної сфери. Закон стане основним в області світового ринку туристичних та рекреаційних послуг та громадського харчування, сформує структуру підтримки і розвитку індустрії світового ринку туристичних та рекреаційних послуг на державному і муніципальному рівнях. У свою чергу сама Концепція сфокусована в більшій мірі на оздоровчому світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг. В рамках попередньої програми, про яку йдеться вище і розрахованої на 2007-2013 рр., кошти в більшій мірі виділялися на проекти, спрямовані на реконструкцію і розширення існуючих курортних зон. В даний час в Угорщині діє вже друга Програма, спрямована на розвиток виключно внутрішнього світового ринку туристичних та рекреаційних послуг і розрахована на період з 2016 по 2020 рр. [47, с. 122].

Серед основних особливостей державного регулювання у Німеччині слід зазначити відсутність окремого законодавства для туристської і санаторно-курортної галузі і, як наслідок, розгляд галузі як інтегрованої і невід'ємної частини економіки країни; розгляд розвитку туристичної та санаторно-курортної галузі в якості інструменту для вирішення загальноекономічних проблем федерального масштабу (вирівнювання рівнів економічного розвитку регіонів, розвиток малого і середнього підприємництва, зниження рівня безробіття, розвиток відсталих сільськогосподарських територій та ін.); підпорядкованість галузі федеральному законодавству, а також загальноєвропейським і світовим нормам, їх високий ступінь гармонізації; широкий спектр послуг, що федеральними та регіональними органами влади податкових знижок і пільг; фінансова підтримка державою підприємств туристської і санаторно-курортної галузі в рамках різних програм і спеціально розроблених планів, пряма участь держави в просуванні національного туристичного продукту всередині країни і за кордоном, планування, прогнозування та аналіз цього процесу; підтримка кадрового забезпечення світового ринку туристичних та рекреаційних послуг через створення і фінансування різних курсів і програм з підвищення кваліфікації; фінансування діяльності ряду науково-дослідних інститутів, що займаються проблемами світового ринку туристичних та рекреаційних послуг. З особливостей розвитку цієї галузі в Німеччині особливо варто виділити те, що в країні розвинений внутрішній світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг, складовою частиною якого є санаторно-курортна сфера [15, с. 331].

Отже, державне регулювання туристичної діяльності у світі здійснюється шляхом: сприяння в просуванні туристичного продукту на внутрішньому та світовому туристичних ринках; ліцензування, стандартизації в туристичній індустрії, сертифікації туристичного продукту; прямих бюджетних асигнувань на розробку і реалізацію федеральних цільових програм розвитку світового ринку туристичних та рекреаційних послуг; створення сприятливих умов для інвестицій в туристичну індустрію; надання пільгових кредитів, встановлення податкових і митних пільг



туроператорам і турагентам, які займаються туристичною діяльністю; податкового і митного регулювання; розвитку наукових досліджень в сфері світового ринку туристичних та рекреаційних послуг та ін.

У міжнародному туризмі процес упровадження зовнішньоекономічної діяльності найкраще простежуються на прикладі сектора розміщення туристів, в якому ТНК набувають форми готельних мереж, або ланцюгів [14, с. 71]. Ініціатива інтернаціоналізації виробництва в туризмі належить країнам, які генерують потужні туристичні потоки, оскільки саме їм вона дає найбільший зиск. У Північній Америці це США та Канада, в Європі – Німеччина, Великобританія і Франція, в Азії – Японія та Китай. Саме тому більшість ТНК, діяльність яких охоплює туристичний бізнес, базуються у США, Західній Європі, Японії, а з недавнього часу – в Гонконзі та Сінгапурі [19, с. 53].

Поряд з національними заходами державного регулювання розвитку сфери туристичних та рекреаційних послуг у світі існують міжнародні організації, що опікуються цими питаннями. Провідну роль у сфері регулювання світового ринку туристичних послуг відіграє World Tourism Organization (UNWTO) [57].

Всесвітня туристична організація (UNWTO) – спеціалізована установа ООН відповідальна за просування відповідального, стійкого та загальнодоступного туризму. Створена 1975 року в Мадриді. Організація стала спадкоємицею Міжнародного союзу офіційних туристських організацій (МСОТО), заснованого ще 1934 року [57]. СРСР був однією з держав-засновниць ВТО. Першим Генеральним секретарем ВТО був Робер С. Лонаті (Франція) [57]. Згідно зі Статутом UNWTO, її основною метою є сприяння розвитку туризму для внесення внеску в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, мир, процвітання, загальну повагу і дотримання прав людини і основних свобод для всіх незалежно від раси, статі, мови і релігії. UNWTO встановлює і підтримує ефективну співпрацю з відповідними органами ООН і її спеціалізованими закладами [23, с. 119].

Зовнішньоекономічна діяльність на ринку туристичних послуг притаманна і Україні. Передумовами розвитку зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств України має стати впорядкування інституційної структури управління туристичною галуззю. Національні туристичні підприємства мають певні конкурентні переваги, а саме: рівень забезпеченості туристичними ресурсами для виходу на пізнавально-розважальний та рекреаційно-оздоровчий сегменти зовнішніх ринків; рівень розвитку підтримуючих та пов'язаних галузей (зокрема, громадського харчування, банківських послуг), туристичну політику уряду.

Слабкими сторонами розвитку зовнішньоекономічної діяльності є рівень забезпеченості фінансовими ресурсами та недостатні умови внутрішнього попиту. Конкурентні переваги українських туристичних підприємств доречно розглядати у межах міжнародного регіону у складі Польщі, Чехії, Словаччини, Угорщини, Румунії, Росії, Білорусі, Молдови, Болгарії та інших країн світу. Позиція туристичних підприємств України на ринку туристичних послуг обраного міжнародного регіону є не найвищою, тому зовнішньоекономічну стратегію розвитку туристичної галузі в Україні на державному рівні рекомендовано спрямувати на створення конкурентних переваг та привабливого інвестиційного клімату для розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг.

Найважливішими проблемами розвитку зовнішньоекономічної діяльності у сфері туризму в Україні, що впливають на обґрунтування напрямів макроекономічної стратегії виходу національних туристичних підприємств на зовнішні ринки туристичних послуг, проявляються у недостатньому рівні фінансування туристичної галузі, невідповідності стану туристичної інфраструктури міжнародним стандартам, слабкому зв'язку пов'язаних та підтримуючих галузей із туристичною, невизначеності зовнішньоекономічних стратегій більшості національних туристичних підприємств, недосконалості туристичної політики уряду та нормативно-правової бази розвитку туризму, у неефективному використанні потенціалу туристичних ресурсів [11, с. 205].

З урахуванням світового досвіду регулювання ЗЕД розвитку ринку туристичних та рекреаційних послуг основними напрямками виходу України на зовнішні ринки туристичних послуг мають стати такі заходи:

- по-перше, вдосконалення правових засад регулювання зовнішньоекономічних зв'язків туристичних підприємств, зокрема уніфікація державних стандартів туристичних послуг відповідно до загальноприйнятих міжнародних норм; надання пільг для вітчизняних туристичних підприємств – експортерів туристичних послуг; надання статусу територій з особливим режимом зовнішньоекономічної діяльності перспективним туристичним центрам України; створення правових засад транскордонного співробітництва в галузі туризму;

- друге, підвищення рівня фінансування привабливих для іноземних туристів туристичних об'єктів та відповідної інфраструктури, передусім у регіонах із достатнім туристичним потенціалом та низьким рівнем його використання;

- по-третє, забезпечення відповідності рівня якості туристичних послуг міжнародним стандартам шляхом проведення повної інвентаризації об'єктів туристичної інфраструктури, активного розвитку міжнародних пасажирських перевезень мережею міжнародних транспортних коридорів, стимулювання міжнародного франчайзингу, системи логістики в туризмі, істотної зміни системи підготовки кадрів тощо. Крім того, потрібно стимулювати всебічне використання національними підприємствами туристичних ресурсів країни, переваг місце розташування для розвитку зеленого та екологічного туризму. Світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг стали складовою частиною спільного процесу інтернаціоналізації соціально-економічних відносин. Сфера розвитку туристичних та рекреаційних послуг сьогодні ускладнюється під впливом ЗЕД, оскільки у цьому процесі перетинаються, протистоять та узгоджуються інтереси різних державних та комерційних туристичних та рекреаційних підприємств і служб.

## **Висновки до 1 розділу**

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) є невід'ємною складовою системи міжнародних економічних відносин. Найбільш розвинутими формами існування ЗЕД є: зовнішня торгівля, фінансові операції, кредитні та орендні операції, операції з валютою, власна, спільна та міжнародна господарської діяльність. Державне та ринкове регулювання зовнішньоекономічної діяльності є складовою частиною механізму відтворення національного економічного потенціалу. Регулюванню також підлягають різні об'єкти національної економіки, у т.ч. і туристична сфера, що поряд з регулюванням відтворювальної, технологічної, галузевої і територіальної структури, науково-технічним прогресом, соціальними відносинами, захистом навколишнього природного середовища є складовою економічних процесів.

Туризм та рекреація є складовою ринку послуг, що розвивається як на національному, так і на міжнародному рівнях. Регулювання ЗЕД у сфері туристичних та рекреаційних послуг зорієнтовано на залучення валютних надходжень до країни, збільшення туристичних та рекреаційних послуг як «невидимого експорту», залучення економіки країни до системи міжнародного поділу праці та до ринкових структур розвинутих постіндустріальних країн.

Світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг до настання пандемії коронавірусу розвивався досить динамічно. Міжнародний туризм – це креативний спосіб використання вільного часу туристів на території, що знаходиться за межами їх постійного місця проживання, з різними туристичними цілями і впродовж періоду, що не перевищує одного року.

Сучасний світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг, це особливий вид ЗЕД – міжнародна торгівля послугами, для якої характерна синергія транспортних, готельних, культурно-розважальних, туристичних та рекреаційних послуг, що у своєму поєднанні приносять гарантовані прибутки, у т.ч. у валюті. ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг пов'язана з перетинанням

туристами та рекреантами державних кордонів, дотриманням стандартних туристичних формальностей (візових, паспортних, митних, санітарно-епідеміологічних тощо).

На світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг діють потужні міжнародні організації, у т. ч.: World Travel and Tourism Council (WTTC), UNWTO, OECD, UNRIC, діяльність яких зосереджена на регулюванні туристичної діяльності, що здійснюється шляхом: сприяння у просуванні туристичного продукту на внутрішньому та світовому туристичному ринках; шляхом ліцензування, стандартизації у туристичній індустрії; сертифікації туристичного продукту; унормування умов та пріоритетності приватних та державно-приватних інвестицій у туристичну сферу; забезпечення безпеки надання туристичних та рекреаційних послуг. Велику увагу міжнародні туристичні організації приділяють інституційній підтримці, а також – розробці стандартів та консультативній підтримці реалізації цільових міжнародних програм щодо розвитку світового ринку туристичних та рекреаційних послуг; створенню сприятливих умов для залучення інвестицій до туристичної індустрії країн світу. Натомість, на національному державному рівні спостерігається надання гарантій щодо пільгових кредитів, встановлення податкових і митних пільг туроператорам і турагентам, які займаються міжнародною туристичною діяльністю; розробляються заходи щодо податкового і митного регулювання; здійснюється підтримка розвитку наукових та аналітичних досліджень у сфері функціонування світового ринку туристичних та рекреаційних послуг.

## РОЗДІЛ 2

# ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ЗЕД НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ТА РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ: СВІТОВИЙ ДОСВІД

### 2.1. Пріоритети зовнішньоторговельної діяльності на ринку туристичних та рекреаційних послуг країн ЄС

Світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг поступово, але впевнено зростає – близько на 10% щороку. У багатьох країнах світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг відіграє важливу роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення, в процесі активізації зовнішньоторговельного балансу. Розвиток туристичного та рекреаційного ринку має великий вплив на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та ін., тобто виступає каталізатором соціально-економічного розвитку, формує так званий синергетичний ефект економічного зростання. У свою чергу, на розвиток світового ринку туристичних та рекреаційних послуг впливає сукупність різновекторних факторів: демографічних, природно-географічних, соціально-економічних, історичних, психологічних, релігійних і політико-правових – врахування яких вкрай важливо для успішного здійснення ЗЕД.

Важливою складовою ЗЕД є експортно-імпортні операції, що стосується і ринку туристичних та рекреаційних послуг. Досить часто, в'їзний туризм до певної країни ще називають «невидимим експортом», оскільки туристи завозять валюту, обмінюють її на національні грошові одиниці, купляють національні послуги, що сприяє надходженню валюти до національного ринку, збільшує ВВП та НД.

Зазначені висновки, отримані на підставі аналізу статистичних даних ЮНКТАД за період 2016-2020 рр., корелюють з рейтингом країн світу за показниками

міжнародних прибуттів і надходжень від надання світових туристичних та рекреаційних послуг. Так, основними центрами з прийому туристів станом на 31.12.2020 р. є такі розвинені країни, як Франція, США, Іспанія, Італія, Німеччина і Великобританія (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Країни-лідери за кількістю міжнародних туристичних прибуттів за період 2016-2020 рр. (млн. осіб)

Ранг	Країна	Роки				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	Франція	81,6	83,0	83,6	83,7	84,5
2	США	62,7	66,7	70,0	75,0	77,5
3	Іспанія	56,2	57,5	60,7	64,9	68,2
4	Китай	57,6	57,7	55,7	55,6	56,9
5	Італія	46,1	46,4	47,7	48,6	50,7
6	Туреччина	34,7	35,7	37,8	39,8	39,5
7	Німеччина	28,4	30,4	31,5	33,0	35,0
8	Великобританія	29,3	29,3	31,1	32,6	34,4
9	Мексика	-	-	24,2	29,3	32,1
10	Україна	22,7	25,7	28,4	29,8	31,3

Примітка. Складено автором за даними міжнародної організації UNWTO. World Tourism Organization.

Серед країн, що розвиваються високі позиції у рейтингу країн світу за показниками міжнародних прибуттів і надходжень від надання світових туристичних та рекреаційних послуг займають Китай (в 2020 р. четверта позиція з часткою у світовому експорті туристичних послуг 56,9%) і Туреччина (6 позиція, 39,5% відповідно) [57]. З ростом обсягу і економічного значення світового ринку туристичних та рекреаційних послуг вдосконалювалися системи обліку та обробки

даних, ставав більш глибоким аналіз туристичної міграції. В даний час статистика світового ринку туристичних та рекреаційних послуг, що охоплює велике коло питань і що базується на основі системи показників, ведеться з метою оцінки внеску надання світових туристичних та рекреаційних послуг в економіку кожної країни, зокрема, його впливу на платіжний баланс; виявлення основних напрямків і тенденцій розвитку світових туристичних та рекреаційних послуг для зміцнення його матеріально-технічної бази, проведення маркетингових досліджень і просування туристичного продукту до потенційних споживачів.

Лідерами за показниками надходжень до країни фінансових трансфертів від надання світових туристичних та рекреаційних послуг є ті ж країни, що і по числу прибуттів туристів. За підсумками 2020 р. до складу лідерів увійшли США (отримано 204,5 млрд. дол. США), Китай (114,1 млрд. дол. США), Іспанія (56,5 млрд. дол. США) і Франція (45,9 млрд. дол. США) і ін. (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Країни-лідери за сумою надходжень фінансових трансфертів від надання світових туристичних та рекреаційних послуг за період 2016-2020 рр. (млрд. дол. США)

Ранг	Країни	Роки				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	США	115,6	126,2	172,9	191,3	204,5
2	Китай	48,5	50,0	51,7	105,4	114,1
3	Іспанія	59,9	56,3	62,6	65,1	56,5
4	Франція	54,5	53,6	56,7	58,1	45,9
5	Великобританія	35,1	36,2	41,0	46,5	45,5
6	Таїланд	-	33,8	41,8	38,4	44,6
7	Італія	43,0	41,2	43,9	45,5	39,4
8	Німеччина	38,9	38,1	41,3	43,3	36,9
9	Гонконг (Китай)	27,7	33,1	38,9	38,4	36,2
10	Макао (Китай)	38,5	43,7	51,8	42,6	31,3

Примітка. Складено автором за даними UNWTO. World Tourism Organization.



Незмінним лідером протягом досліджуваного періоду залишаються США. Завдяки високим темпам розвитку, Китай піднявся з четвертої на другу позицію в світовому рейтингу. Аналогічно Таїланд не тільки в 2017 р. увійшов в десятку передових країн по сумі надходжень від надання світових туристичних та рекреаційних послуг, але і до 2020 р. посів п'яте місце в світі.

На підставі статистичних даних ЮНВТО і ЮНКТАД можемо зробити висновки, що за такими показниками, як частка у структурі світового туристичного ринку, інтенсивність туристичних потоків і рівень доходів від туризму виділяють групу країн, які традиційно є монополістами світового туристичного ринку. До їх числа відносяться США, Китай, Франція, Іспанія, Італія, Німеччина. Основними факторами, які обумовлюють лідируюче положення даної групи країн, є потужна туристична інфраструктура, високий рівень сервісу для туристів і висока маркетингова активність в сфері просування свого туристичного продукту на світовий ринок.

Масштаби розвитку світових туристичних та рекреаційних послуг свідчать про його глобальний характер. Дослідження динаміки туристичних потоків також дозволяє виділити групу найбільш динамічних туристичних центрів, які на даний момент не належать до країн-лідерів світового туристичного ринку, однак демонструють високі темпи приросту туристичних потоків і доходів від світового ринку туристичних та рекреаційних послуг. До них можна віднести Мексику, Таїланд, адміністративні одиниці Китаю – Гонконг і Макао та ін. Високий потенціал для розвитку світових туристичних та рекреаційних послуг обумовлений наявністю у даної групи країн відмінних конкурентних переваг: унікальні туристичні ресурси, висока цінова конкурентоспроможність і відносно високий рівень сервісу для туристів.

Наочним є досвід країн ЄС у сфері ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг. Традиційно Європейський туристичний регіон є світовим лідером за показниками туристичних прибуттів та доходів від туризму. У 2000 р. на

даний регіон припадало 57,4 % усіх туристичних прибуттів і 52,4 % доходів, у 2009 р. – понад 52 % всіх туристичних прибуттів і 48,5 % туристичних доходів світу. У 2018 р. згадані тенденції збереглися – 51,2 % туристичних прибуттів і 35,8 % туристичних доходів світового ринку туристичних та рекреаційних послуг [60].

Туристичну атрактивність Європейського регіону в цілому та окремих країн зокрема, визначають: якість довкілля, що виступає індикатором екологічної атрактивності туристичного регіону; матеріально-технічна база туризму, що визначає рівень розвитку засобів розміщення та обслуговування туристів; сконцентрованість культурно-історичних пам'яток та розважальних закладів; розвиток інформаційно-комунікаційних технологій який визначає рівень комунікаційної атрактивності території; стан криміногенної ситуації в регіоні, що є індикатором рівня безпеки туристичних подорожей в регіоні; рівень транспортної доступності; загальний імідж регіону, що виступає критерієм загальної соціально-економічної та туристичної атрактивності [57]. Динаміка чисельності міжнародних туристичних прибуттів до країн Європи за період 2015 – 2020 рр. представлена в Додатку С.

Як видно з додатку С (табл. С.1), кількість туристичних прибуттів в країни Європи у 2015 р. перевищила 1 млрд. осіб та склала 1 млрд. 37 млн. туристичних прибуттів. До 2018 р. кількість туристів зросла на 1,7 %, до 1 млрд. 55 млн. туристичних прибуттів, а в 2020 р. цей показник зріс на 10 %, відносно 2015 р., та перевищив 1 млрд. 140 млн. прибуттів [57].

Особливістю розвитку туризму в Європейському регіоні, є його яскраво виражений внутрішньо-регіональний характер: 75% припадає на внутрішньо-європейські туристичні поїздки, і тільки 25% – на міжрегіональні туристичні та рекреаційні поїздки. Це відображається і на специфіці ЗЕД на ринку туристичних та рекреаційних послуг, яка є обмеженою, оскільки здійснюється у межах спільного європейського ринку, але між країнами ЄС, наприклад: Німеччина – Франція – Угорщина – інші країни ЄС. Це пов'язано з високим рівнем сервісу, забезпеченням

високих стандартів якості надання туристичних та рекреаційних послуг к країнах ЄС, що збільшує ВВП Європейського Союзу.

З огляду на традиційну ЗЕД – найсуттєвішими, у територіальній структурі світових міжрегіональних туристичних потоків, є потоки, що зв'язують Західну Європу з Північною Америкою та Японією. Саме ці регіони утворюють так звані «центри» економічного і, одночасно, туристичного тяжіння. Велике значення мають і меридіональні тури, що спрямовані з Північної Європи (Данія, Швеція, Фінляндія) до країн Середземноморського басейну (Іспанія, Греція, Франція, Хорватія, Греція) [57].

До складу світових лідерів за туристичними прибуттями потрапляє п'ять держав Європейського туристичного регіону: Іспанія, Франція, Італія, Німеччина та Велика Британія (до Brexit). Популярними туристичними напрямками залишаються Чехія, Данія, Угорщина, Нідерланди, Австрія, Польща, Фінляндія, Швеція. В цих же країнах розміщені й рекреаційні зони – курорти, санаторії, зони відпочинку. І хоча туризм та рекреація це окремі види послуг, але дуже часто на практиці вони корелюються, посилюючи економічний ефект економічного зростання від. Диференціація за країнами формування найпотужніших рекреаційних потоків у Європі представлена у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка чисельності міжнародних туристичних прибуттів до країн Європи з метою рекреації та відпочинку за період 2015 – 2020 рр. (осіб)

№	Країна/ рік	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.	Австрія	13501353	13088034	13664322	13500165	14674035	14638188
2.	Бельгія	9322340	10490499	10411570	11097472	12463161	11490488
3.	Болгарія	1803838	2073276	2060717	1777400	2062202	3001002
4.	Греція	4540837	3661813	4003642	3850780	3658563	4144644
5.	Данія	10637578	12465826	12942489	13729383	11861067	14825143

Продовження таблиці 2.3

6.	Естонія	1259689	1328581	1532514	1716457	1950169	2119429
7.	Ірландія	5953690	5996904	6057380	6937431	7178111	7888753
8.	Іспанія	72081841	68719256	69097326	64531398	70686246	79780588
9.	Італія	38944438	30420942	29894267	29276669	34376465	34099537
10.	Кіпр	1730715	1566221	1602795	1493269	1655229	1863001
11.	Латвія	1922313	1516267	1862369	1863550	1954939	1756255
12.	Литва	1436666	1480432	1562942	1684034	1724185	1873990
13.	Люксембург	873609	931829	1071892	1069289	1054342	1073823
14.	Мальта	349098	352118	432463	458905	568456	617162

Примітка. Складено автором за даними міжнародної організації UNWTO. World Tourism Organization.

За даними табл. 2.3 простежується збільшення кількості туристичних прибуттів з метою рекреації та відпочинку як в кожену країну ЄС окремо, так і в цілому – до Європейського регіону. Так, у 2015 р. кількість туристичних прибуттів склала 497 млн. осіб, у 2018 р. кількість рекреантів зростає на 2,7 %, до 510 млн. рекреаційних прибуттів, а в 2020 р. цей показник зріс на 13,2 %, відносно 2015 р., та досяг 563 млн. прибуттів [57].

В умовах розвитку постіндустріального суспільства, коли значна частка валового внутрішнього продукту створюється у секторі послуг, міжнародна торгівля послугами стає важливою формою ЗЕД та міжнародних економічних відносин. Так, міжнародна торгівля послугами – сфера, яка розвивається надзвичайно динамічно, про що свідчать дані Світової організації торгівлі (СОТ). Зокрема, обсяги міжнародної торгівлі послугами у світі становить понад 19 трлн. дол. США, при цьому переважна її частина припадає на розвинені країни світу. З 2015 року і до наших днів (2021 р.), у світі спостерігається тенденція щодо інформатизації послуг та

їх віртуалізації, така тенденція стосується і реклами, маркетингових послуг у сфері популяризації та презентації туристичних та рекреаційних послуг.

Зауважимо, що все частіше реклама туристичних послуг відбувається у віртуальному просторі завдяки розвитку сфери інформації та телекомунікацій, у т.ч. із задіянням нейромереж, штучного інтелекту, віртуальної реальності, проведення віртуальних екскурсій тощо. Проте, переважно частина туристичних та рекреаційних послуг традиційно залишається реальною, наприклад: транспортні перевезення, оздоровчі процедури у санаторіях, під час відвідування термальних джерел тощо. Тому важливим учасником міжнародної торгівлі послугами залишається Європейський Союз (ЄС).

Країни ЄС традиційно входять до ТОП-10 провідних трейдерів на світовому ринку послуг. Наприклад, у 2020 році, експорт послуг Британії збільшився на 11% в національній валюті, а у доларовому еквіваленті на 6%. Також, зросло використання і так званих «інших бізнес-послуг». До цього переліку входить консультаційні послуги з управління, дослідження, а також – послуги з розвитку. Торгівля послугами також є більш стійкою до фінансових та економічних шоків (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Динаміка обсягів міжнародної торгівлі послугами у ЄС (млн. євро)

Показник / роки	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Обсяги торгівлі послугами, млн євро	2951,9	3159,7	3192,3	3682,6	4880,6	5915,4	6299,8	7797,3

Примітка. Складено автором за даними міжнародної організації EU tourism sector during the coronavirus crisis.

У державному підпорядкуванні переважно знаходяться сектори охорони здоров'я, освіти тощо. Торгівля послугами цих галузей є обмеженою, адже ці сфери вимагають, як правило, значного державного регулювання якості послуг та процесу їх надання; країни також суворо регулюють професійні послуги

висококваліфікованих спеціалістів, таких, як юристи, податкові консультанти, страхові агенти, бухгалтери, якщо їх сфера діяльності напряду пов'язана із національним законодавством. Часто уряди вимагають ліцензування відповідного виду діяльності або документального підтвердження кваліфікації таких фахівців; послуги можуть бути локалізованими, тобто не можуть транспортуватися. Ці послуги реалізуються та споживаються лише на певній території, що вимагає руху постачальника або споживача через кордон для експорту/імпорту; послуги можуть персоніфікуватися та залежать від фактичного попиту на них; все частіше послуги супроводжують використання товарів або пов'язані з постреалізаційним сервісом.

Всі вимоги щодо державного моніторингу та контролю за якістю притаманні й ринку рекреаційних послуг ЄС, Європа найбільш рекреаційно приваблива у світі. Це пов'язано з просторовою концентрацією у ЄС природного, культурного, історичного й етнічного розмаїття [64]. В розрізі країн спостерігаються певні відмінності. Так, країни Північної Європи – Данія, Естонія, Латвія, Литва, Норвегія, Фінляндія та Швеція, демонструють відносно невелике збільшення прибуттів рекреантів до 5%, а в Латвії навіть зменшення на 11%, порівняно з 2019 р. Країни Західної Європи залишаються найбільш розвинутих у плані міжнародного туризму та рекреації, зокрема. Безумовним лідером регіону є Франція, на яку припадає понад 50% рекреаційних прибуттів у цей регіон [64].

Порівняно з 2017 р. кількість прибуттів рекреантів у Франції впала на 11,1% в 2018 р. У 2020 р. показники в'їзду рекреантів відновились та навіть збільшились. Загалом приріст рекреаційних прибуттів, до Франції зріс на 6%, порівняно з 2015 р. однак не перевищили показники Німеччини, яка з 2015 р. має досить несуттєвий приріст у 5%. Серед країн, які показували за згаданий період позитивну тенденцію – Швеція 21,4 млн. та Австрія – 14,6 млн. осіб рекреантів [64].

Центральні та Східні європейські країни, незважаючи на наявність значних та різноманітних рекреаційних та туристичних ресурсів, суттєво відстають в розвитку рекреаційної сфери від Західної та Північної Європи. Це можна пояснити тим, що у

цьому регіоні розвиток рекреації, через існування у минулому планової економіки, розвивається вкрай повільно. Крім того, рівень туристичної та рекреаційної інфраструктури в цих країнах суттєво відстає від інших. За низьким рівнем приросту рекреаційних прибуттів до країн Європи стоять такі фактори як: падіння конкурентоздатності, внаслідок «морального старіння» їх рекреаційного продукту; високий рівень цін на рекреаційні послуги, що не відповідає їх якості; труднощі у пристосуванні рекреаційного ринку до змін у потребах рекреантів; зростання попиту на екзотичні та екстремальні рекреаційні послуги та зменшення попиту на традиційні послуги санаторіїв та зон відпочинку, що не пройшли модернізації.

Країни Європейського регіону надалі залишаються найбільш значущим за показниками туристичних прибуттів. За період, що аналізувався, кількість туристичних прибуттів до країн Європи зростає з 1 млрд. 37 млн. туристичних прибуттів, у 2015 р., і станом на 2018 р. – до 1 млрд. 55 млн. осіб, тобто на 1,7 %. В 2020 р. цей показник зріс на 10%, відносно 2015 р., та перевищив 1 млрд. 140 млн. туристичних прибуттів. До складу світових лідерів за туристичними прибуттями входить п'ять держав Європейського регіону: Іспанія, Франція, Італія, Німеччина та Велика Британія. У 2020 р. Німеччина очолила рейтинг найпопулярніших країн для туристів, її відвідали 243 млн. туристів. Далі у рейтингу – Франція та Іспанія, їх відвідали з 220 млн. та 152 млн. туристів відповідно. Формування рекреаційних потоків визначається наявністю базових, для розвитку лікувально-оздоровчого, ділового, релігійного, спортивно-оздоровчого та круїзного туризму рекреаційних ресурсів. Так, у 2015 р. кількість прибуттів склала 497 млн. осіб, у 2018 р. кількість рекреантів зростає на 2,7%, до 510 млн. рекреаційних прибуттів, а в 2020 р. цей показник зріс на 13,2%, відносно 2015 р., та досяг 563 млн. прибуттів [62].

Отже, в розрізі регіонів найбільш розвинутим у плані міжнародного туризму та рекреації є країни Західної та Південної Європи. За результатами дослідження можна зробити висновок, що хоча Європейський ринок займає досить суттєві позиції на світовому ринку туристичних послуг, приріст туристичних прибуттів має тенденцію

до зниження, що загострює питання про важливість пошуку ефективних механізмів підтримки розвитку зовнішньоекономічної діяльності на ринку туристичних та рекреаційних послуг в країнах Європи.

## **2.2. Зовнішньоекономічна діяльність у сфері «зеленого» туризму та рекреації в країнах ЄС**

Сьогодні туристська індустрія світу зазнає активного розвитку та формування нових напрямів. Паралельно з традиційними видами туризму набувають поширення усілякі нетрадиційні форми відпочинку та подорожей. Усе більший вплив на сферу туризму робить поширення ідей екологізації життя. У більшості країн Європи заняття сільським («зеленим») туризмом заохочується на державному рівні. Сільський («зелений») туризм переконливо довів, що він є важливим фактором рішення соціально-економічних проблем села – це зростання зайнятості на селі, розвиток сільської інфраструктури, отримання стабільних та вагомих прибутків селян, зміцнювання бюджету сільських поселень. Проте, зважаючи на актуальність питання щодо розвитку зеленого туризму, виникає необхідність у більш глибокому дослідженні даної проблеми.

Криза в сільськогосподарському секторі стала однією з основних причин розвитку зеленого туризму. Фермерство поступово стало замінюватися агробізнесом, а механізація і модернізація змінюють картину сільської дійсності. У багатьох сільських регіонах Європи сільське господарство перестало бути найважливішою формою використання землі і самою важливою діяльністю для сільської громади (див.дод.).

Аналізуючи дод., бачимо, що частка громад, які працюють у сільськогосподарському секторі в Греції, становить 30% від їх загальної кількості зайнятих для кожної з означених країн ЄС, у Португалії – 24%, в Іспанії та Ірландії –



17%, в Італії – 12%, у Бельгії, Данії, Нідерландах та Великобританії – від 2% до 7% [63].

У ситуації, що склалася, розвиток зеленого туризму посприяв розвитку сільських регіонів. Статистичні дослідження показують, що 35% жителів міст в ЄС віддають перевагу відпустці в сільській місцевості, а в Голландії їх частка особливо висока – 49% [2]. Крім того, більшість західних дослідників зеленого туризму до сільських районів відносять території з менше ніж 10–20% земельних площ, вкритих забудовою. Типово сільські райони мають низьку щільність населення, що є результатом малих поселень. Найбільша кількість території із сільським укладом господарства і населенням спостерігається в таких країнах, як Великобританія, Португалія, Швейцарія. Найменший критерій сільських поселень спостерігається в Данії та Норвегії. Крім того, сільські поселення можуть бути різними за розмірами, але вони є малими (із населенням менше 10 000 мешканців) і знаходяться переважно в районах із низькою щільністю населення.

Достатньо складним є питання про визначення такого поняття, як сучасний «сільський стиль життя», особливо щодо таких постіндустріальних країн Європи, як Німеччина, Франція, Бельгія тощо. Надто великі відмінності спостерігаються не лише між континентами (Північ – Південь, Захід – Схід), окремими групами країн, а й навіть усередині окремо взятих країн. Зелений туризм добре зарекомендував себе в країнах Східної і Центральної Європи. Згідно зі статистичними даними Всесвітньої туристичної організації 2014 р., так звані «зелені» подорожі займають від 7 до 20% загального обсягу поїздок [63]. Станом на 2020 р. темпи зростання зеленого туризму оцінюються від 10–20% до 30% на рік, а частина його доходів від міжнародного туризму становить 10–15% (рис. 2.1).

З рис. 2.1 видно, що найбільший темп зростання європейського ринку зеленого туризму за 2020 р. спостерігається у четвертому кварталі 2020 р. У кінці року він зріс до 30% за квартал [60]. Лідером у попиті і пропозиції сільського туризму довгий час вважалась Франція, де ще в 1951 р. була створена організація, яка пропонувала

притулок у селах під час канікул. Кілька років пізніше була заснована Національна федерація розвитку сільського туризму. Поступово такі організації зареєструвалися і в інших західноєвропейських країнах. Сьогодні в країнах Західної і Середньої Європи сільське середовище відіграє важливу роль у використанні вільного часу і в туризмі (див. додаток Е.).

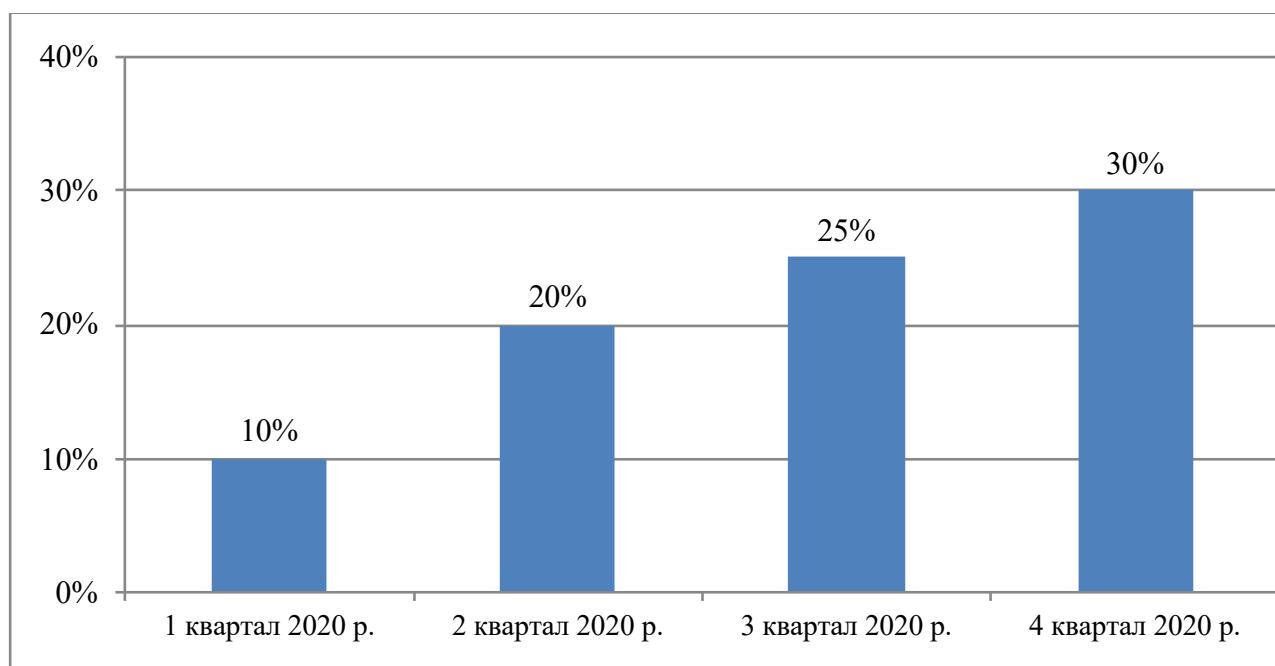


Рис. 2.1. Динаміка зростання європейського ринку зеленого туризму, 2020 р.  
(у відсотках (%), до попереднього періоду)

Примітка. Побудовано автором за даними міжнародної організації World Travel and Tourism Council (WTTC).

Отже, з Додатку Е (рис. Е.1) видно, що майже одна п'ята всіх туристських подорожей в Європейський Союз реалізуються в сільських регіонах: у Голландії це 39%, у Данії – 35%; у Німеччині – 34%; у Великобританії, Франції і Португалії – 29%; в Іспанії та Ірландії – 27% від загального обсягу попиту на ринку туристичних послуг в країнах ЄС. Зацікавленість відпочинком у сільській місцевості в наведених країнах ЄС для споживачів триває протягом декількох десятиліть. Кожен четвертий споживач туристичних послуг у ЄС надає перевагу відпочинку в сільській місцевості. Розвитку сільського туризму в країнах, де спостерігається найбільший попит на зелений

туризм, сприяє високий рівень розвитку інфраструктури. Важливу функцію виконують органи місцевого самоврядування, завданням яких є підготовка території для майбутніх інвесторів, утримання доріг у належному стані, будівництво спортивних та рекреаційних об'єктів, організація маркетингових заходів, підтримку навчань та агротуристичного консультування. Зелений туризм активно розвивається у Польщі, Фінляндії, Швейцарії, Швеції та у інших країнах. За оцінками експертів, із зеленим туризмом у ЄС пов'язано від 0,5 до 0,9 млн. робочих місць, до послуг туристів у Європі може бути надано понад 2 млн. місць розташування в сільських садибах [63].

На рис. Е.2 зображено динаміку прибутку трьох лідируючих країн Європи у сфері зеленого туризму за період 2017 – 2020 рр.

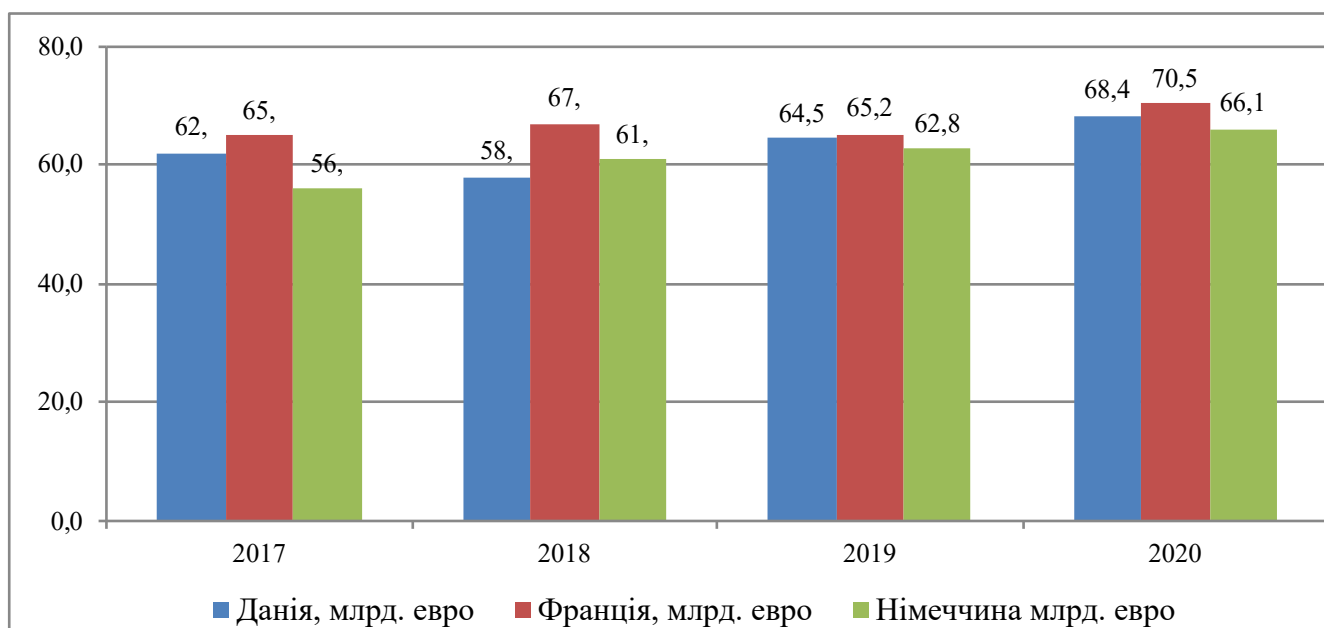


Рис. 2.2. Динаміка прибутковості зеленого туризму у Данії, Франції та Німеччині за 2017–2020 рр. (млрд євро)

Примітка. Побудовано автором за даними міжнародної організації World Travel and Tourism Council (WTTC).

Отже, як свідчать дані, наведені на рис. 2.2, у 2020 р. найбільший прибуток від зеленого туризму отримала Франція – 70,5 млрд. євро, на другому місці Данія – 68,4 млрд. євро, найменший прибуток від зеленого туризму спостерігається у Німеччині – 66,1 млрд. євро.

млрд. євро. Дещо інша тенденція спостерігається в 2019 році: суттєве зниження прибутку від зеленого туризму в Данії. У 2020 р. лідируюча позиція Франції дещо знизилась, спостерігаємо зниження прибутку до 65,2 млрд. євро, однак у Данії в 2020 р. прибуток від зеленого туризму зріс до 64,5 млрд. євро, у Німеччині – до 62,8 млрд. євро за 2017-2020 рр. відповідно [63].

У 2020 р. прибуток від надання послуг зеленого туризму значно збільшився у всіх трьох європейських країнах і становив: у Франції – 70,5 млрд. євро, у Данії – 68,4 млрд. євро, у Німеччині – 66,1 млрд. євро [63].

На сучасному етапі всі національні організації зеленого туризму країн Європи об'єдналися в Європейську федерацію фермерського і сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism - EuroGites). Основні цілі цієї організації: сприяння розвитку зеленого туризму та цільове інвестування проектів розвитку сільського туризму. Кожна з європейських країн має свої особливості організації зеленого туризму. В Італії зелений туризм більш пов'язаний із курортним, дегустаційним та гастрономічним туризмом. В Австрії зелений туризм включає заняття із збору трав, приготування молочних продуктів, активний гірський та ековідпочинок. У Фінляндії під зеленим туризму розуміється відпочинок на берегах заповідних озер та річок. В Іспанії зелений туризм особливо розвинений на Канарських і Балеарських островах, саме тут із кожним роком відкриваються все нові агросадиби.

Зелений туризм в Італії від самого виникнення почав розглядатися сільським населенням як основна форма підприємницької діяльності, у т.ч. самозайнятості, тому в цій країні агротуристичний бізнес тісно переплетений із курортним. Вагомим чинником міжнародної агротуристичної спеціалізації Італії поступово став винний і гастрономічний туризм. Незважаючи на те що послуги сільського відпочинку в Італії майже вдвічі вищі, ніж в Іспанії чи Франції, ними щорічно користуються до 2 млн.

осіб (із них 78% – італійці). Щорічно прибуток від сільського туризму становить 350 млн. дол. США [63].

Отже, сьогодні у професійному туристському бізнесі зелений туризм як дуже дохідний вид діяльності займає свою визначену нішу на європейському туристському ринку і має високі обсяги продажів та залучення туристів. Зрозуміло, що змагатися з обсягами туристських потоків на популярні морські курорти або в такий туристський центр, як Париж, він не може, але за значущістю стає все більш важливим і дуже перспективним напрямом сучасного туристського бізнесу. Стосовно розвитку конкретних видів ЗЕД у сфері зеленого туризму в країнах Європи, то слід відзначити наступні його види розвитку: надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності; наукова діяльність; спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України та іноземними суб'єктами господарської діяльності.

### **2.3. Інноваційні технології у розвитку ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг**

Інновації в туризмі не такі явні як у сфері виробництва, але у світовій науці спостерігається проведення аналізу практики застосування нововведень у сфері подорожей і туризму. Варто відзначити, що на інновації в туризмі та у сфері ЗЕД щодо їх впровадження впливає не лише економічна, але й політична ситуація в країні, соціальний стан населення, діюче законодавство, ставлення країни та її мешканців до туристичної діяльності. На жаль, в умовах COVID-19 інтенсивного розвитку туристичної галузі в світі не спостерігається, але зрушення на краще вже є з поширенням процесів вакцинації. Інновація в туризмі «передбачає вироблення

оригінального підходу, розробку нових шляхів використання існуючих ресурсів при одночасних пошуках розвитку нових ресурсів» [63].

Регулярні інновації відносять до постійного поліпшення якості туристичних та рекреаційних послуг, підвищення кваліфікації персоналу та продуктивності праці. Нішеві інновації зазвичай змінюють структуру співпраці, але не базові знання та вміння; вони по-новому комбінують існуючі послуги. Революційні інновації пов'язані з використанням нових технологій, які радикально впливають на ключові знання і вміння персоналу аж до появи нових професій у сфері туризму. Архітектурні інновації змінюють структуру, бізнес-моделі і правила в туризмі; вони створюють нові події і об'єкти, змінюють фізичну або інституційну інфраструктуру, дослідницьку та навчальну базу [57].

В інноваційній діяльності туристичний бізнес спирається на фундамент накопичених знань. Приступати до втілення нових ідей та створення нових напрямів туризму слід лише після пізнання і вивчення форм і методів роботи як минулого, так і сьогодення. Глибоке розуміння інноваційної сфери діяльності дозволяє передбачити розвиток подій і випередити конкурентів у сфері туризму.

На впровадження інновацій в туризмі впливають багато факторів та їх похідних, тому мотиви і причини появи інновацій в туризмі в кожній країні різні. Однак для будь-якої країни є кілька характерних рис:

- зростаючі потреби населення в поєднанні зі способом життя в інших регіонах і придбанні нових знань;
- насичення багатьох класичних і традиційних напрямків поїздок (дестинацій);
- небезпека втрати квоти ринку у в'їзному туризмі;
- загострення конкуренції, зростання пропозицій стандартизованих глобальних продуктів;
- необхідність стримувати виїзд своїх громадян в країни, які є аналогічними за умовами регіонів своєї країни (природа, культура, клімат);

– гармонійне поєднання привабливих умов відпочинку і подорожей (природних і культурних особливостей, можливостей проведення дозвілля, придбання специфічних товарів і спеціальних туристських послуг) для повного задоволення потреб найвибагливіших туристів;

– технологічна революція і експансія послуг в економіці;

– перехід від економіки пропозиції до економіки попиту [57].

Організаційні інновації пов'язані з розвитком підприємства і туристичного бізнесу в систему і структуру управління, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки і передових технологій; кадрової політики (оновлення і заміна кадрового складу, система підвищення кваліфікації, перепідготовка та стимулювання працівників); раціональної економічної та фінансової діяльності (впровадження сучасних форм обліку та звітності, що забезпечують стійкість положення і розвитку підприємства).

Маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати неохоплених на даний період часу клієнтів. Продуктові інновації (періодичні нововведення), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування, і дають конкурентні переваги.

Цікавим є досвід інноваційного розвитку туристичних послуг на рівні «розумного міста» («smart city»), що розвивається на принципах ресурсозбереження, екологізації виробництва та забезпеченні комфортного, безпечного проживання людини на території міст. «Розумне місто» – це місто, в якому традиційні системи управління та життєзабезпечення працюють на основі використання переваг інновацій та економіки знань. Так, за рахунок «цифрової економіки», інформаційно-комунікаційних технологій оптимізується процес надання публічних послуг, послуг у сфері освіти та охорони здоров'я, а також – інформаційних послуг [66]. Зокрема, представлення на вулицях міста «точок» надання інформаційних послуг, у т.ч. на основі використання ІТ-технологій, QR-кодів та іншої інформаційної бази (у т.ч. «Інтернету цінностей»), що виникає на основі ІТ та технології блокчейн – Internet of

Value (IoV) та «Інтернету усього» – Internet of Everything (IoE)), дуже важливо для розвитку туризму, оскільки надає туристам «підказки» про туристичні маршрути, туристичні об'єкти відвідування, про ресторани, кафе та про їх меню, а також про інші «точки» відпочинку та розваг для туристів. У сучасних містах країн ЄС, у Японії, США ін. вже сьогодні у музеях та художніх галереях використовуються технології «Індустрії 4.0», такі як віртуальна реальність (VR) – створення за допомогою комп'ютерної графіки та «комп'ютерної симуляції» 3D зображення, наприклад – зображення віртуального екскурсовода, гіда, що проводить екскурсію по музеям та художнім галереям [66].

У ХХІ ст. розвиток туристичного потенціалу міст потребує задіяння потенціалу міжнародного співробітництва, ЗЕД, у т.ч. у сфері інституційної співпраці, міжнародного обміну досвідом, розробки та впровадження спільних муніципальних проектів та заходів. Популярності у світі набуває спільне проведення міжнародних муніципальних культурних заходів – фестивалів, форумів, театральних сезонів, виставок, ярмарок, що є видом ЗЕД та є надзвичайно привабливими для туристів. Корисним для розвитку туристичної сфери та створення міжнародних туристичних кластерів є реалізація міжмуніципальних та міжміських міжнародних проектів: розбудова транспортно-транзитних магістралей, об'єктів «розумної», екологічної енергетичної інфраструктури та сучасної інформаційної інфраструктури, сучасної «розумної» туристичної сфери, готелів, ресторанів та інших туристичних об'єктів [66].

Таким чином, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, інноваційне вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. У цілому, туризм є багатовекторною галуззю, у якій



виникають певні труднощі при впровадженні інновацій. Разом із цим, організація розвитку туризму неможлива без використання інноваційних технологій.

Подальші напрями інноваційних змін у розвитку туристичної галузі у світі, на нашу думку, мають бути зосереджені на таких аспектах: розробка нових ідей щодо просування туристичного продукту. Впровадження зрозумілих та доступних програм презентацій туристичного продукту (наприклад, віртуальні екскурсії в 3D); розробка нових туристичних маршрутів та послуг. Цей напрям інноваційних змін призначений задовольнити потреби в нових знаннях, новому досвіді, що характерно для сучасних туристів, які прагнуть до саморозвитку через подорожі та туризм; розвиток сталого туризму. Одним з головних напрямків інноваційних змін є розвиток сталого туризму. Дестинації (туристичні місцевості) починають створювати системи управління туристичними ресурсами і використовувати їх при плануванні територіального розвитку; об'єднання спільних зусиль туристичних підприємств регіону, міжгалузевої співпраці та підтримки з боку місцевих органів державної влади та місцевого самоврядування, злагодженої роботи всіх зацікавлених учасників. Очевидно, що напрями інноваційних змін в туризмі набувають системного характеру, коли туризм перетворюється з індустрії на «суспільне підприємство», в якому беруть участь різні інституційні стейкхолдери: органи влади, бізнес, місцева спільнота, наука і освіта.

## **Висновки до розділу 2**

Країни ЄС традиційно демонструють вагомую роль туризму та рекреації у створенні національного та загальноєвропейського ВВП. Саме країни Європейського регіону на початку XXI ст. залишаються найбільш значущими за показниками ЗЕД, у т.ч. щодо туристичних прибуттів. Проведений у кваліфікаційній роботі аналіз дозволяє зробити висновки, що країною-лідером є Франція, яка за кількістю міжнародних туристичних прибуттів за 2016-2020 рр. займає провідне положення

серед інших країн ЄС. Серед країн, що географічно розташовані у Європі, останнє місце у рейтингу міжнародних туристичних прибуттів займає Україна, що, як правило, пов'язано з недостатнім розвитком туристичного бізнесу, нерозвиненою туристичною інфраструктурою, низькою якістю надання рекреаційних послуг.

ЗЕД на європейському ринку туристичних та рекреаційних послуг ґрунтується на основі залучення туристів та рекреантів з розвинутих країн світу, у т.ч. у межах Європи, а також з Японії, США, Канади та ін. За період 2016-2020 рр., кількість туристичних прибуттів до країн Європи зростає з 1 млрд. 37 млн. туристичних прибуттів, у 2015 р., до 1 млрд. 55 млн. у 2018 р., тобто на 1,7 %. У 2020 р. цей показник зріс ще на 10%, відносно 2015 р., та перевищив 1 млрд. 140 млн. туристичних прибуттів. До складу світових лідерів за туристичними прибуттями входять п'ять держав Європейського регіону: Іспанія, Франція, Італія, Німеччина та Велика Британія. У 2020 р. Німеччина очолила рейтинг найпопулярніших країн Європи для туристів, та її відвідали 243 млн. туристів. Далі у рейтингу туристичних прибуттів до країн Європи – Франція та Іспанія, відвідали які – 220 млн. та 152 млн. туристів відповідно.

Поряд з туризмом, ЗЕД притаманна і рекреаційній сфері. Формування рекреаційних потоків визначається наявністю базових умов та рекреаційних ресурсів для розвитку лікувально-оздоровчого, ділового, релігійного, спортивно-оздоровчого та круїзного туризму та рекреаційного бізнесу. Європа є найбільш рекреаційно-привабливим регіоном у світі, який щороку відвідує до 60% рекреантів Євразії. Це пов'язано з просторовою концентрацією у Європі природного, культурного, історичного та лікувального розмаїття. Так, у 2015 р. кількість прибуттів до рекреаційних зон (санаторії, термальних джерел, до «зелених зон») склала 497 млн. осіб, а у 2018 р. кількість рекреантів зростає на 2,7%, до 510 млн. рекреаційних прибуттів; у 2020 р. цей показник зріс на 13,2%, відносно показника 2015 р. та досяг 563 млн. прибуттів. Традиційними лідерами за кількістю рекреаційних відвідувань у Європі є Німеччина, Франція та Іспанія. У 2020 р. до п'ятірки європейських країн за

кількістю іноземних туристів та рекреантів належали: Німеччина – 119,8 млн., Франція – 91,6 млн., Іспанія – 79,7 млн., Італія – 34,1 млн., Нідерланди – 27,7 млн. осіб.

Для Європи важливу роль займає «зелений туризм», що відповідає стандартам сталого розвитку та тісно пов'язаний з оздоровчим та рекреаційним туризмом. Розвиток європейського ринку зеленого туризму за 2020 р. демонстрував позитивну динаміку, і наприкінці року зріс на 30% порівняно з 2019 р., що у т.ч. пов'язано з поширенням дистанційної роботи та внутрішніми міграційними процесами населення з великих міст у «зелені зони». Потужність європейського ринку зеленого туризму, за оцінками Європейської федерації фермерського та сільського туризму EuroGites, становить близько 2 млн. койко-місць, а український ринок «зеленого туризму», для порівняння, потенційно здатний прийняти і розмістити у селах приблизно 150 тис. осіб «зелених» туристів за туристичний сезон.

У сучасних умовах туризм швидко розвивається на засадах інноваційної діяльності, у т.ч. застосовуючи ІТ-технології, цифрові технології для вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків туристичних послуг, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. В цілому, туризм у XXI ст. буде розвиватися саме на основі впровадження інновацій, у т.ч. віртуальної та доповненої реальності, роботів, дронів, цифрових технологій. Разом із цим, і розвиток ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг у XXI ст. буде відбуватися виключно на основі застосування новітніх інноваційних технологій.

## РОЗДІЛ 3

# СИСТЕМНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕД НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ТА РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ ЗА УЧАСТІ УКРАЇНИ

### 3.1. Системні проблеми та вплив COVID-19 на розвиток ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг

Пандемія коронавірусу спричинила безпрецедентну кризу в туристичній економіці. У зв'язку з різким падінням економічної активності працівники туристичного сектору зіткнулися з катастрофічним скороченням робочого часу та втратою роботи. Протиепідемічні заходи, вжиті в рамках протидії поширенню коронавірусу, серйозно обмежили переміщення людей навіть в межах країн, де вони живуть, не кажучи вже про закордонні поїздки. З початком карантинних заходів, обмеження на поїздки, пов'язані з COVID-19, діяли у більшості країн світу.

1 червня 2020 року 156 урядів повністю закрили свої кордони для міжнародного туризму. Це стало причиною падіння доходів в сфері туризму, як в'їзного, так і внутрішнього. Туристичні компанії були закриті одними з перших. Більшість готелів, ресторанів, туристичних об'єктів були закриті в пік кризи, а фестивалі та заходи були скасовані або перенесені. Туристичні компанії також є одними з останніх, хто відновив діяльність, і навіть після відновлення роботи, їм все одно доводиться застосовувати суворі медичні протоколи та заходи стримування, що означає, що вони можуть працювати лише з обмеженими можливостями. Ситуація особливо складна у таких популярних туристичних напрямках, як Франція, Іспанія, Італія, Греція, Португалія, Мальта та Кіпр [58].

Показники за квітень – травень 2020р. відображають рівень втрат туристичного сектору ЄС, спричинених пандемією: у Італії (-96%), Хорватії (-86%), Кіпрі (-78%) та

Франції (-70%) відбулося найбільше падіння. Іспанія (-51%), Румунія та Словенія (-56% кожна) також зазнали значного впливу пандемії.

Загалом, у квітні-травні 2020 року витрати на туризм у Європі впали на 68,4% порівняно з тим же періодом минулого року. У червні 2020 року сектор послуг в ЄС зменшився на 16,4%, тоді як сектор туристичних послуг впав на 75,0%. Найбільші показники падіння діяльності спостерігалися в туристичних агенціях та туроператорів (-83,6%), авіасполучення (-73,8%), тимчасове розміщення (-66,4%) та ресторани (-38,4%). Незважаючи на те, що в ряді країн ЄС (наприклад, у Бельгії та Франції) готелям дозволялося працювати під час кризи, багато хто закривався через надзвичайно низький рівень заповнюваності. Станом на початок квітня 2020 року, завантаженість готелів Європи знизилася на 84,6% порівняно з квітнем 2019 року. У липні-серпні показник дещо покращився, але тим не менш, фіксувалось зменшення на 66,4% та 44,6% відповідно у порівнянні з аналогічним періодом минулого року [58].

Важливою проблемою є високий рівень неформальної зайнятості в туристичному секторі. Причина цього сезонний характер роботи, який посилюється слабким режимом регулювання і правозастосування та низьким рівнем організації робітників. Дефіцит гідної праці, що виявляється в надмірній тривалості робочого часу, низькій заробітній платі, відсутності соціального захисту та гендерної дискримінації, в найбільшій мірі відзначається в неформальній економіці.

Близько 6 мільйонів працівників туристичної галузі ЄС вже втратили роботу через пандемію COVID-19. Жінки, які складають 54% туристичної робочої сили, молодь та працівники у неформальній економіці знаходяться в найбільшій зоні ризику. Втрати робочих місць туристичного сектору в Європі за підсумками 2020 року коливалися від 14,2 до 29,5 мільйонів.

Невизначеність все ще домінує, і тривалість пандемічних обмежень буде ключовою для визначення збитків у цьому секторі. Відкриття ресторанів та інших закладів харчування в другій половині травня незначною мірою сприяли відновленню

споживчої активності (в порівнянні з показниками березня і квітня). Обороти туристичних агентств і туроператорів у червні залишилися на тому ж рівні, що і в квітні.

В Україні важко порахувати збитки туристичної галузі, оскільки у нас відсутня туристична статистика. За різними сценаріями, у 2021 році в Україні очікується падіння туристичних прибутків на рівні 58-78% порівняно з минулим роком. Показники падіння загальних потоків в весняно-літній період продемонстрували значну від'ємну тенденцію: на 100% навесні і на 80% влітку. В 2 кварталі 2020 р. падіння сектору туризму в Україні становить 82%. За даними експертів, у нинішніх умовах більше 80% підприємств туристичної галузі будуть змушені на кінець року задекларувати збиток. 9% від цих 80% можуть збанкрутувати [58].

Через карантинні обмеження виїзний туризм в Україні скоротився на 90%. В'їзний скоротився до 1%. Відразу після введення карантину 35-40% готелів в Україні закрилися, інші працювали у дуже обмеженому режимі. Ті, хто працювали (7-8 тисяч об'єктів), втратили від 60 до 90% доходу. Під час карантину завантаження було 10–15%. На вересень – листопад планове завантаження могло б скласти до 40–50%, однак через загрозу другої хвилі коронавірусу більшість бронювань скасовують [58].

Бізнес-тривел теж зазнав збитків. По-перше, тому що з діловим середовищем поки що все залишається незрозумілим у світлі економічної кризи-2020. По-друге, тому що всю активність за кордоном багато міжнародних компаній поставили на паузу до 2021 року. По-третє, суспільство досить швидко адаптувалося до нових реалій і сьогодні значна кількість конференцій, бізнес-зустрічей проходить в режимі онлайн. Багатьом компаніям довелося відпустити майже всіх співробітників у відпустку за свій рахунок до закінчення карантину, зупинити рекламні кампанії та інші витрати.

У сфері гостинності на весну-літо традиційно припадає найбільш активний пошук персоналу, який передую та безпосередньо припадає на сезон відпусток та збільшенню попиту на послуги туристичного сектору. Однак, вже у березні 2021 року

кількість вакансій у галузі зменшилась більше ніж на 50% в порівнянні з лютим та ще майже на 40% у квітні в порівнянні з березнем. З послабленням карантину на початку травня туристичний сектор почав потроху відновлюватись, що відразу ж відобразилось і на ринку праці галузі. За даними Міжнародного кадрового порталу grc.ua в період з червня по середину липня 2020 р. туризм потрапив в ТОП-5 професійних сфер (кількість вакансій у сфері туризм, ресторани зростає на 94%) та ТОП-5 галузей (готелі, ресторани, громадське харчування, кейтеринг+58%) за кількістю розміщених вакансій [58].

Незважаючи на позитивну динаміку на ринку праці туристичної галузі в першій половині літа, кількість осіб, які мали статус безробітного станом на 1 жовтня 2020 року лише в секторі тимчасове розміщування й організація харчування становила 13454 осіб, що в 2,5 рази більше (5 087 осіб) за аналогічний період минулого року. Кількість вакансій лише 1942. Таким чином кількість претендентів на 1 вакансію становить 7 осіб [58].

Станом на початок серпня 2020 р. 66% українців не були у відпустці і не планували її на цей рік. Серед тих, хто вже був у відпустці або планував це зробити, 43% проводили / проводитимуть її у своєму населеному пункті, приблизно стільки ж – в іншому регіоні України. Лише 9% опитаних відпочивали за кордоном або планували таку подорож. Такі настрої українців пояснюють значне скорочення бронювань міжнародних подорожей [58].

Кількість заброньованих турів, як і самих туристів, в липні-серпні 2020 року скоротилися майже вдвічі в порівнянні з аналогічним періодом минулого року. Так кількість бронювань подорожей в липні 2020р. сягнула 24 915, що становить трохи більше 50% від показника липня 2019 р. (48 662 бронювань), в серпні лише 16 965 бронювань – 41 % від показників серпня минулого року (41 458 бронювань). Якщо за липень-серпень 2019 року по турам Join UP! подорожували 207 726 осіб, то за аналогічний період 2020 року – 133 201 особа [58].

Передбачалося, що наслідки пандемії COVID-19 для туристичної галузі України мають бути не такими болючими як в інших європейських країнах, оскільки обсяг міжнародної туристичної складової України в загальній економіці туризму є набагато меншим. Переорієнтації туристів на внутрішній ринок мала сприяти відновленню туристичного сектору країни.

Лідерами внутрішнього туризму цього року, як і в попередні роки залишились Київська, Львівська та Одеська області. Однак, незважаючи на прогнози, внутрішній туризм не отримав значного поширення. Минулого року столицю України відвідали понад 2,5 млн туристів [58]. Київ отримав 63,6 млн грн туристичного збору у 2019р. Лише за два місяці карантину (квітень-травень) туристичні оператори, а також готельний і ресторанний бізнес у Києві недоотримали близько 1 млрд доларів. Надходження від туристичного збору у Києві за 9 місяців 2020р. склали лише 27,5 млн грн. у порівнянні з 43 млн. грн. за 9 місяців 2019р. Від початку карантину 70% працівників туристичної сфери втратили роботу. У 2019 р. Львівську область відвідало 2,5 млн туристів, а туристичний збір по місту становив 10 млн грн, а по області – 21,6 млн грн. Одночасно в 2019р. туризм забезпечив місцевим бюджетам Львівщини понад 880 млн грн податків і зборів. У 2020р. очікувалось, що Львівську область також відвідає близько 2,5 млн туристів. Однак, карантин змінив плани потенційних подорожувальників. Це призвело до втрат: у квітні бюджет міста Львова недоотримав 70 млн гривень, а у травні – близько 100 млн грн. На піку карантину припинили свою роботу готелі, яких у місті 96, зачинили всі 79 хостелів. Загалом у готельному бізнесу до карантину було задіяно 20% мешканців Львова, більшість з яких змушені були піти у неоплачувані відпустки. Загалом таких 80% – це 28 тисяч людей. За попередніми оцінками Львівського туристичного центру цього року туристів було у 10 разів менше, аніж за той же період минуло року [58].

Одеса – головний центр літнього відпочинку в Україні. Минулого року Одеську область відвідало 3,3 млн туристів. Доходи від туристичного збору на Одещині за 2019 рік становлять 21,4 млн гривень. Лідерами за обсягом туристичного збору серед



міст обласного значення є Одеса — 11,6 млн грн. На другому місці – Білгород-Дністровський з результатом 4,7 млн грн. У 2019р. туристичний збір в місті склав 241,1 тис. грн. Це у п'ять разів більше, ніж у 2018р. Через пандемію Одеська обласна державна адміністрація скоротила свої очікування від туристичного сезону. За прогнозами обласної державної адміністрації, за 2020 рік регіон мають відвідати 4-5 мільйонів туристів. Однак, за останніми підрахунками, цього року, у період пандемії COVID-19, в Одесі було лише 1,5 млн туристів [58].

Чинники, які обмежують розвиток внутрішньо-українського туризму:

- Пізній початок курортно-рекреаційного сезону внаслідок впровадження обмежувальних заходів.
- Високий показник українців, які подорожують на авто з власними наметами замість готельних номерів.
- Гірша якість послуг відносно їхньої вартості в порівнянні з відпочинком за кордоном.
- Зменшення заощаджень у населення через карантин.
- Незначна кількість готелів, здатних приймати туристів та забезпечувати сервіс на високому якісному рівні.
- Низька якість доріг, значна забрудненість пляжів та водойм.
- Фактор невизначеності через коронавірус: перехід в різні карантинні зони, обмеження транспортного сполучення, загроза другої хвилі карантину.

Отже, згідно з останнім опитуванням, подорожі для відпочинку, швидше за все, відновляться швидше, ніж ділові подорожі. Багато мандрівників хочуть скористатися ваучерами на поїздки, які їм пропонували для поїздок, скасованих через коронавірус, а не ризикувати втратити кошти. З іншого боку, багато підприємств обмежують свій корпоративний бюджет на подорожі через фінансові труднощі або через те, що пандемія сприяла переходу до більш широкого звернення до онлайн-конференцій. Висока частка МСП у туризмі також є важливим фактором відновлення туристичної галузі. Як зазначає Міжнародна організація праці, вартість пандемії «може бути

пропорційно набагато вищою для малих підприємств через їх часто обмежені ресурси та труднощі з доступом до капіталу». Витрати на застосування суворих заходів щодо охорони здоров'я та стримування, а також на впровадження цифрових інструментів також можуть бути відносно вищими для менших підприємств.

### **3.2. Пріоритети міжнародного співробітництва та ЗЕД України на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг**

Реалії сьогодення показують, що з кожним роком об'єм міжнародного туристичного потоку невинно зростає, відкриваються нові напрямки та види туристичних продуктів, цим самим залучаючи все більше суб'єктів господарювання певної країни до забезпечення відповідного рівня надання туристичних послуг. Це відбивається у створенні нових робочих місць, цим самим збільшуючи внесок до ВВП країни-рецепієнта туристів.

В нашій країні уряд здійснює ряд заходів, спрямованих на мінімізацію руйнівного впливу карантинних обмежень на всі сфери економічної діяльності. Ці заходи фінансового та нефінансового характеру повинні «пом'якшити» наслідки впливу пандемії на соціально-економічне життя та добробут населення країни. Так, Верховна Рада України 16 червня 2020 р. підтримала у другому читанні проект Закону «Закон про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)» [9]. Президент України 13 липня 2020 р. підписав Законопроект № 3377, що означає реалізацію передбачених антикризових заходів у перелічених сферах економіки України у період карантинних обмежень. Окрім того, КМУ 27 травня 2020 р. затвердив з доопрацюванням Програму стимулювання економіки для подолання наслідків епідемії Covid-19» [58]. Програмою передбачено застосування

заходів підтримки для таких секторів, як: сфера послуг (торгівля, готельно-ресторанна справа, освіта, креативні індустрії, особисті послуги); сільське господарство; промисловість; транспорт та інфраструктура; енергетика; інформаційно-комунікаційні технології. І хоча у зазначеному урядовому документі заплановано ряд ініціативних програм регулювання туристичної сфери (впровадження яких може розтягнутися у часі), за оцінками фахівців вітчизняний туризм не отримав відповідної підтримки з боку держави, а це означає, що його стабілізація буде істотно відставати від темпів відновлення туристичних сфер інших країн.

Спираючись на всі вищенаведені факти, можемо стверджувати, що для кожної країни вкрай актуальною є необхідність вжиття низки заходів для мінімізації наслідків карантинних обмежень на діяльність підприємств туристичної сфери. В рамках цього дослідження підкреслюємо важливу тезу, що головним критерієм для відновлення туристичної сфери повинно бути досягнення оптимального балансу між питаннями безпеки, охорони здоров'я та економічними інтересами. І хоча влітку 2020 р. країни ЄС (що мали динаміку поліпшення епідеміологічної ситуації та при збереженні всіх необхідних заходів безпеки для охорони здоров'я) відкривали свої кордони та знімали обмеження на пересування, це не призвело до відновлення попереднього рівня туристичних потоків. Країни, що відкрили свої кордони, ввели обов'язкове вимірювання температури (або проведення тесту на коронавірус) в аеропортах, під час посадки в літаки. Головною проблемою при цьому залишаються два питання: достовірність експрес-тестів на коронавірус та обґрунтування необхідності, за який час до вильоту пасажери повинні пройти тестування. Деякі країни піднімають питання введення для всіх подорожуючих так званих паспортів здоров'я, який буде мати інформацію про наявність імунітету до коронавірусу. Як зазначає у своєму дослідженні [65], вакцинація та медичні препарати, нажаль, «...дають невелику надію на відновлення економіки у короткостроковій перспективі, особливо що стосується подорожей і туризму» [41, с. 53].

З позицій короткострокового часового періоду трудова міграція мала для економіки України позитивні наслідки: зменшувала безробіття, залучала валюту до країни, підвищувала купівельну спроможність домогосподарств, сприяла розвитку фінансового ринку, малого та середнього бізнесу. Натомість, у довгостроковому часовому періоді – трудова міграція несе для економіки України великі ризики та проблеми, а саме: відтік кваліфікованої робочої сили; обумовлює втрату платників податків; спричинює постаріння населення, адже виїжджають молоді люди у фертильному віці, які можуть мати дітей, але, як трудові мігранти, планують народжувати їх вже за кордоном.

В умовах пандемії COVID-19 для України, як і для більшості країн світу, економіка яких закрилась на локдаун, вхідний міграційний потік став несподіванкою, адже на внутрішньому ринку держава не створила умов для того, щоб забезпечити «цифрові» робочі місця або «віддалену» роботу для економічно активного населення. Натомість, повернення трудових мігрантів в Україну під час пандемії COVID-19 не набуло масового характеру. Багато у чому це було пов'язано з тим, що в країнах Європи, де, переважно, працюють трудові мігранти з України, розпочалась масова вакцинація населення, яка передбачає й вакцинацію трудових мігрантів [17].

Підсумовуючи все сказане вище слід зазначити, що туризм, як один з найбільш динамічних секторів нашого часу, виявився в числі найбільш постраждалих внаслідок нинішньої кризи.

У міру того, як країни поступово знімають обмеження на поїздки, туристична діяльність і рекреація у багатьох країнах земної кулі поступово поновлюється. Незважаючи на це, охорона здоров'я повинна залишатися пріоритетним завданням, а скоординовані протоколи повинні неухильно дотримуватися населенням та особами, що подорожують. Поряд з цим, для ефективного функціонування не лише туризму, а й світового ринку праці, всі країни світу повинні прийняти уніфіковані «правила гри», стандартизовані правила поведінки на ринку праці, що мають забезпечувати: захист прав працюючого населення та офіційне, легальне працевлаштування найманих

працівників; недопущення «тінізації» ринку праці; легалізацію доходів роботодавців та всіх найманих працівників; уніфікацію системи оплати праці, у т.ч. шляхом встановлення мінімальної заробітної плати, мінімальної погодинної оплати праці; уніфікацію системи та бази оподаткування працюючого населення; встановлення соціальних гарантій та соціального захисту працюючого населення; стандартизацію правил прийому на роботу та звільнення; недопущення всіх різновидів дискримінації за віком, статтю та національністю найманих працівників.

Для покращення ситуації в туристичній сфері слід залучити міжнародне співробітництво, особливо в питаннях обмеження на поїздки і прикордонного контролю, з тим щоб зберегти джерела, які забезпечують людей засобами рекреації, і підтримати економіку, проявивши відповідальність і солідарність. Необхідно активізувати такі зусилля, які всього через кілька тижнів після спалаху епідемії були зроблені Групою Всесвітнього банку (ГВБ), Азіатським банком розвитку (АБР), Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР) і ЮНВТО з метою прискорення відновлення туристського сектора за трьома напрямками Пакета технічної допомоги з метою відновлення туризму в зв'язку з COVID-19, з акцентом на збереження людського капіталу, а також адаптацію і усилення інтеграції.

Криза також дає можливість проаналізувати роль і місце сектора туризму та рекреації і їх внесок в досягнення цілей в галузі сталого розвитку та можливості працювати в напрямку формування більш стійкого та інклюзивного туристичного сектора, який володіє підвищеним потенціалом протидії «лихам». [17].

Безперечно, істотним результатом розвитку туристичної сфери України вважаємо затвердження «Дорожньої карти конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні» (розроблена за підтримки Європейського банку реконструкції і розвитку наприкінці 2019 р.). Цей документ свого часу базувався на динаміці стрімкого розвитку світової туристичної сфери в умовах стабільного зростання глобальної економіки. А тому повинен бути доповнений заходами, що спрямовані на

подолання дестабілізації світової економіки та функціонування туристичної сфери, зокрема. Такими доповнюючими ми заходами можуть виступати:

- «ініціювання визначених у Дорожній карті процесів із реорганізації для туристичної статистики, управління туризмом і нормативно-правової системи, що є найпроблемнішим питанням у туризмі (закони, постанови та збірки правил)»;
- «субвенції, доступні кредитні лінії, звільнення від податкових і боргових зобов'язань із метою збереження основної частини галузі»;
- «впровадження та внутрішнє просування добірки правил роботи для різних об'єктів розміщення та кейтерингу» [57].

Отже, загальнодержавна реалізація всіх антикризових важелів, системність та послідовність в реалізації всіх заходів сприятиме якнайшвидшій їх стабілізації розвитку суб'єктів туризму та досягнення ними рівня економічної ефективності діяльності.

### **3.3. Стратегічні пріоритети розвитку ЗЕД країн на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг на період до 2030 р.**

За новітніх умов глобалізації та інтернаціоналізації туризм займає важливе місце у світовому економічному просторі, оскільки це не тільки прибуткова сфера діяльності, а й засіб для людей з різних країн та регіонів для проведення міжкультурних обмінів та формування світогляду та розуміння. Зокрема, це підкреслює актуальність вивчення світового ринку в контексті української дійсності з точки зору навчання і підготовки спеціалістів туристичного бізнесу у ЗВО. Проаналізувавши основні тенденції функціонування туризму в найбільш розвинених країнах, ми можемо зробити необхідні висновки щодо визначення перспектив розвитку туризму в Україні. Прогноз Світової туристичної організації повинен стати важливим носієм для подальшого розвитку туристичної галузі. Очікується, що в

майбутньому доходи від міжнародного туризму збільшаться. Всесвітня туристична організація приділяє особливу увагу їх розвитку, не лише шукаючи нові шляхи розвитку, але й залучаючи діяльність туристів з різних країн. Очікується, що в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні відбудеться найбільший приріст туристичного потоку, який, як очікується, збільшиться на 331 мільйон і 535 мільйонів до 2030 року (щорічне збільшення на 4,9%). За цей період кількість туристів, що прибувають на Близький Схід та Африку, очікується більш ніж удвічі - з 61 млн до 149 млн. [58] Прогнозується, що до 2030 року частка країн, що розвиваються, у загальному обороті світового ринку туристичних послуг досягне 57% (проти 35% сьогодні). Тому увага України до ефективного виходу на світовий ринок туристичних послуг надзвичайно важлива. Важливим є також питання інвестицій у туризм. Хоча інвестиції у сферу послуг є добре розвиненою економічною діяльністю у розвинутих країнах, вони все ще відстають у багатьох країнах, що розвиваються. [21]

У більшості країн, що розвиваються, інвестування в сервісні проекти, особливо в туризм, часто розглядається як ризиковане завдання. Тому, незважаючи на туристичний потенціал, деяким бідним та найменш розвиненим країнам все ще важко отримати достатньо коштів для своїх туристичних проектів, навіть якщо їм вдається вирішити проблему ідентифікації та планування проектів.

З іншого боку, формування узгодженої стратегії туризму є викликом для багатьох країн, незважаючи на постійний конфлікт інтересів між державними органами та приватними туристичними агенціями, все ще неможливо сформулювати комплексну туристичну політику. У багатьох випадках ця проблема пов'язана з відсутністю ефективного управління туризмом, нагляду та інституційних рамок. Найбільшою проблемою світової туристичної галузі є відсутність диверсифікації туристичної галузі. Сучасний міжнародний туризм демонструє тенденцію до збільшення диверсифікації та змін. Для багатьох країн, у тому числі з відносно розвиненим туризмом, неминучих швидких та складних потреб міжнародних туристів.

В умовах висококонкурентного міжнародного туристичного ринку і з огляду на появу нових туристичних напрямків, поліпшення умов, які сприяють розвитку сучасного туризму, не є легким процесом. Нарешті, але не в останню чергу, це проблема недостатньої безпеки туризму в деяких країнах. У цьому контексті варто зазначити, що безпека туристів є основним чинником будь-якої успішної індустрії туризму і тому повинна стати однією з основних цілей планування та управління туризмом. Проблеми з безпекою туризму негативно впливають на репутацію приймаючих країн. У зв'язку з цим негативні сприйняття та політична нестабільність згубно впливають на перспективи розвитку туризму в багатьох країнах світу.

Проте, незважаючи на всі ці проблеми та на скромну частку країн, що розвиваються на світовому туристичному ринку, у цих країнах все ще існує широкий спектр можливостей для розвитку сталого міжнародного туристичного бізнесу. В цілому, це вимагає прийняття чітко визначених довгострокових стратегій, а також узгоджених планів та програм на національному рівні для короткострокових перспектив, які супроводжувались би процесом створення сприятливого середовища співпраці на регіональному рівні. У цьому контексті, актуальними будуть рекомендації, які можуть бути запропоновані як на національному рівні, так і на рівні міжнародної співпраці.

На національному рівні сприяння розвитку сталого туризму повинно бути невід'ємною частиною національних планів та стратегій розвитку. Цілі та плани дій щодо розвитку туризму повинні виступати як фасилітатори для просування економічних, соціальних, культурних та екологічних стимулів у туристичному секторі. Стратегію сталого туризму слід спеціально адаптувати та створити умови за умов консультацій з приватним сектором та відповідними зацікавленими сторонами в галузі туризму. Проекти та стратегії розвитку туризму мають враховувати та включати питання екологічної стійкості та подолання бідності. Уряд і бізнес повинні надати цьому питанню велике значення.



Уряд схвалив "Стратегію розвитку туризму та рекреації на період до 2026 року". Метою документа є створення умов для прискороного розвитку туристичних центрів та їх перетворення у високоефективні галузі, що інтегруються на світовий ринок. Запровадження Стратегії проектується за напрямками, серед яких виділяють основні: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС в сфері туристичного бізнесу, забезпечення комплексного розвитку території, створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури шляхом подолання недоліків, вдосконалення системи освіти для фахівців у галузі туризму та формування позитивного іміджу України як країни привабливої для туристичних та рекреаційних послуг не лише для мешканців нашої країни, але й інших. Реалізація акта передбачається на основі коштів національного та місцевого бюджету та інших джерел, що не заборонені законодавством, обсяг фінансування яких визначатиметься щороку, враховуючи конкретні завдання та практичні можливості даної країни. План заходів з реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року у 2018 році представлений в Додатку Д. Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг [9].

Фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Фактично вдвічі зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як «гаряча точка» [9].

Загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки. Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт [9]. Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів – це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України. Умовами сталого розвитку сфери туризму та курортів є:

- забезпечення координуючої ролі держави в реалізації національної туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу;
- концентрація ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку сфери туризму та курортів;
- створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі;
- удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів;

- сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів;
- удосконалення на постійній основі бізнес-клімату та розвиток добросовісної конкуренції;
- запровадження інституту саморегулювних організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);
- розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів;
- популяризація нашої держави у світі та просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі;
- розвиток туристичних територій [9].

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму та курортів повинні стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання країни.

Підсумовуючи, слід зазначити, що світовий ринок туристичних послуг розвивається в усіх напрямках, і лише іноземні туристи можуть позитивно сприймати появу нових туристичних маршрутів. Найактивнішими є туристи з Північної Америки, Європи, Східної Азії та інших країн з потужною економічною потужністю. Підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі на світовому туристичному ринку є пріоритетом для багатьох країн. Це також має бути позитивним прикладом України. У майбутньому поступове вдосконалення інфраструктури, заохочення внутрішніх та іноземних інвестицій у туризм, участь у міжнародних виставках та просування різноманітних туристичних продуктів на різних рівнях дадуть Україні можливість розвивати високорентабельну туристичну галузь та допоможе зайняти місце на міжнародному туристичному ринку послуг.

### **Висновки до розділу 3**

Станом на кінець 2019 – 2020 р. у сфері ЗЕД на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг спостерігається глобальна криза внаслідок поширення пандемії коронавірусної інфекції. Через пандемію більшість країн світу зазнали значних економічних збитків, оскільки було введено жорсткі локдауни та обмежувальні заходи для попередження поширення COVID-19, серед яких поширення набули: закриття кордонів, і як наслідок – обмеження на в'їзд та виїзд осіб, що подорожують; припинення дії та «розриви» у ланцюгах поставок; уповільнення та (або) припинення та (або) зменшення потоків трудової міграції, закриття підприємств сфери послуг (перукарень, ресторанів, кафе), що у свою чергу призвело до зростання безробіття. Пандемія коронавірусу вкрай негативно позначилась на розвитку туристичної галузі, а також на суміжних з нею галузях – у т.ч. авіасполучення та транспортні перевезення людей. Внаслідок обмежувальних заходів у світовій бізнес-практиці під час дії пандемії коронавірусу швидко зростала кількість безробітних у сфері послуг, а серед сфери послуг – найбільше постраждала сфера туризму та рекреації.

Україна має потужний туристично-рекреаційний потенціал, розвиток якого активізується внаслідок залучення потенціалу ЗЕД. Виїзний туризм в Україні розвивається більш динамічно ніж в'їзний. Серед причин цього – невисока якість розвитку інфраструктурних туристичних об'єктів, що не відповідає європейським стандартам, відсутність державної підтримки розвитку туристичного бізнесу та сприяння держави у просуванні туристичного бренду України. Важливим кроком у розвитку туристичної сфери України є затвердження «Дорожньої карти конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні» (що була розроблена за підтримки Європейського банку реконструкції і розвитку (ЄБРР) наприкінці 2019 р.). Цей програмний документ було розроблено ще до настання пандемії 2019 р., на основі загальних позитивних трендів динаміки розвитку світової туристичної сфери

в умовах стабільного зростання глобальної економіки. Такі тренди будуть актуальні після завершення пандемії коронавірусу, коли відбудеться стабілізація розвитку світової економіки та відновиться функціонування туристичної сфери у світовому господарстві.

В умовах розвитку ЗЕД на міжнародному туристичному ринку особливого значення набувають такі стратегічні пріоритети як: забезпечення безпеки надання туристичних та рекреаційних послуг, підвищення якості обслуговування, залучення та використання комплексного підходу до розвитку туризму та рекреації, у т.ч. – розвиток готельно-ресторанного бізнесу, транспортної сфери, сфери розваг, сфери охорони здоров'я, що забезпечить успішний розвиток ЗЕД у сфері туризму та рекреації.

Орієнтація України на ефективне використання потенціалу ЗЕД та на конкурентне входження до світового ринку туристичних та рекреаційних послуг є надзвичайно важливим питанням та перспективним напрямом системи МЕН. Для реалізації цього завдання Україна має створити сприятливі умови для залучення як внутрішніх, так й іноземних інвестицій у сферу туризму та рекреації, розвивати туризм на засадах сталого розвитку, у т.ч. з урахуванням нових інноваційних рішень для підвищення якості та безпеки, з метою зростання конкурентоспроможності України на світовому ринку туризму та рекреації у світовому господарстві.

## ВИСНОВКИ

В системі МЕВ розвиток ринку послуг займає важливе місце. Світовий ринок послуг є дуже різноманітним, він постійно модифікується та видозмінюється. Невід'ємною складовою світового ринку послуг є туристичні та рекреаційні послуги. Сутність «послуги» як економічної категорії полягає у наступному: «послуга» включає широке коло видів економічної діяльності. Послуга – це виконання, згідно з договором однією стороною (виконавцем) за завданням другої сторони (замовника) певних дій або здійснення певної діяльності, що споживаються в процесі їхньої реалізації. Головне призначення послуги – задоволення потреб людини.

Туристичні послуги задовольняють базові потреби життєдіяльності людини, а саме: відпочинок – включно із екскурсіями, відвідуванням друзів та родичів; бізнес – ділові зустрічі, конференції; інші особисті потреби людини – освіту, релігійне паломництво, спортивні заходи, лікування. Відповідно до цілей та потреб життєдіяльності людини розрізняють і класифікацію туристичних та рекреаційних послуг. Загальноприйнятою у світі є наступна класифікація туристичних послуг з огляду на цілі туристичних подорожей: туристичні подорожі з метою відпочинку і розваг; діловий туризм; релігійний туризм; лікувально-оздоровчий туризм; етнічний туризм; спортивний туризм; пригодницький (екстремальний) туризм; навчальний (освітній) туризм; науковий туризм; «зелений туризм» (сільський, агротуризм); екологічний туризм (екотуризм); морський туризм; міський туризм та ін. Значення ринку туристичних послуг у світі постійно зростає. Залучення потенціалу ЗЕД, залучення іноземних туристів до країни є постійним джерелом поповнення валютних надходжень та державного бюджету. Туризм сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, самозайнятості населення; підвищує престиж країни у міжнародному економічному просторі, сприяє розвитку «народної дипломатії».

Туристичні та рекреаційні послуги стають у XXI ст. одними з драйверів економічного розвитку країн світу, що розвивають цей сектор, адже їх розвиток формує мультиплікативний ефект економічного зростання, оскільки тісно пов'язаний з прискоренням революційних технічних змін (комп'ютеризацією, інформатизацією суспільства), з підвищенням темпів розвитку технологічних програм в галузі телекомунікацій та інформації; із збільшенням попиту на фінансові, страхові, банківські послуги, транспортні послуги, послуги ресторанно-готельного бізнесу, послуги розваг та креативних індустрій. Задіяння потенціалу ЗЕД для країн, що розвивають туризм та рекреацію – стає новим пріоритетом, адже це дозволяє використати всі переваги міжнародної спеціалізації та кооперації у отриманні валютних надходжень від «невидимого експорту» та конкурентних переваг.

Світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг до настання пандемії коронавірусу розвивався досить динамічно. В цілому, виїзний туризм традиційно перевищував обсяги внутрішнього, у т.ч. внутрішнього «зеленого» туризму у переважній більшості країн світу. Водночас, в країнах ЄС туристичні та рекреаційні послуги, переважно, надаються для внутрішніх споживачів, чому сприяє висока якість обслуговування, безпека та якість туристичних та рекреаційних послуг. Серед країн, які формують вагому частку ВВП за рахунок туризму та рекреації – Єгипет, Туреччина, країни Середземномор'я, морські країни Азії. Світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг – це вид бізнесу, спрямований на надання і реалізацію подорожей, проживання на території своєї або іншої країни з рекреаційною, подорожувальною, науковою або діловою метою. Світовий ринок туристичних та рекреаційних послуг – один з видів міжнародної торгівлі послугами, яка є характерною формою світового ринку туристичних та рекреаційних послуг, що характеризується дотриманням певних формальностей для перетину туристами державних кордонів (візових, паспортних, митних, санітарно-епідеміологічних).

Питаннями розвитку туристичної галузі займаються як уряди окремих країн (діють спеціальні міністерства туризму), так і Міжнародні організації, включаючи Організацію Об'єднаних Націй, Всесвітню туристичну організацію (ЮНВТО / UNWTO), Організацію економічного співробітництва і розвитку, Всесвітню раду з подорожей і туризму (WTTC), Всесвітню асоціацію з питань дозвілля і відпочинку (WLRA) «Global Consumer Study».

На світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг діють потужні міжнародні організації, у т. ч.: World Travel and Tourism Council (WTTC), UNWTO, OECD, UNRIC, діяльність яких зосереджена на регулюванні туристичної діяльності, що здійснюється шляхом: сприяння у просуванні туристичного продукту на внутрішньому та світовому туристичному ринках; шляхом ліцензування, стандартизації у туристичній індустрії; сертифікації туристичного продукту; унормування умов та пріоритетності приватних та державно-приватних інвестицій у туристичну сферу; забезпечення безпеки надання туристичних та рекреаційних послуг. Велику увагу міжнародні туристичні організації приділяють інституційній підтримці, а також – розробці стандартів та консультативній підтримці реалізації цільових міжнародних програм у сфері розвитку світового ринку туристичних та рекреаційних послуг; створенню сприятливих умов для залучення інвестицій до туристичної індустрії.

Розвиток ЗЕД у сфері туристичних та рекреаційних послуг розвивається під впливом ринкових та державних важелів впливу. Державне регулювання туристичної діяльності в різних країнах світу відбувається декількома способами, основними серед них є: допомога держави у просуванні туристичного продукту на внутрішньому та міжнародних туристичних ринках; інституційна допомога у ліцензуванні, сертифікації і стандартизації туристичного продукту; державна допомога у створенні сприятливих умов для інвестицій у туристичну індустрію; надання пільгових кредитів, встановлення податкових і митних пільг туроператорам і турагентам, які



займаються туристичною діяльністю; розвиток наукових досліджень у сфері світового ринку туристичних та рекреаційних послуг.

Країни Європейського регіону й надалі залишаються найбільш значущим за показниками туристичних прибуттів. До складу світових лідерів за туристичними прибуттями входить п'ять держав Європейського регіону: Іспанія, Франція, Італія, Німеччина та Велика Британія. У 2020 р. Німеччина очолила рейтинг найпопулярніших країн для туристів. Формування рекреаційних потоків в країнах ЄС визначається наявністю базових, для розвитку лікувально-оздоровчого, ділового, релігійного, спортивно-оздоровчого та круїзного туризму рекреаційних ресурсів. Європа – це найбільш рекреаційно-привабливий регіон у світі, який щороку відвідує до 60% рекреантів у масштабах світових туристичних потоків. Це пов'язано з просторовою концентрацією у Європі природного, культурного, історичного й етнічного розмаїття. Традиційними лідерами за кількістю відвідувань в Європі є: Німеччина, Франція та Іспанія.

Важливу роль у туристичних та рекреаційних потоках відіграє «зелений туризм», що залучає і потенціал ЗЕД для свого розвитку. В сучасних умовах «зелений туризм» швидко розвивається, оскільки поєднує у собі переваги і туризму, і рекреації, особливо в умовах пандемії коронавірусу. Найбільший темп зростання європейського ринку зеленого туризму спостерігався у 2020 р. За оцінками Європейської федерації фермерського та сільського туризму EuroGites, європейський ринок зеленого туризму становить близько 2 млн. койко-місць за один туристичний сезон, що забезпечує за сезон понад 200 млн євро. прибутків малим туристичним фірмам, що діють у сфері «зеленого» туризму та рекреації. Потенціал українського ринку «зеленого туризму» є досить потужним, і потенційно здатний прийняти і розмістити у Карпатських селах приблизно 150 тис. «зелених» туристів. «Зелений туризм» дозволяє розвивати сільські території, створює нові робочі місця, сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, що стає дуже важливим і перспективним напрямом сучасного внутрішнього та міжнародного туризму.

Україна має всі передумови (історичні, культурні) людські та природні ресурси для розвитку туристичних та рекреаційних послуг, у т.ч. із залученням потенціалу ЗЕД, що може позитивно позначитись на її економічному зростанні. Ринок туристичних та рекреаційних послуг у XXI ст. тісно пов'язані. Рекреація – це процес, в основу якого покладено відпочинок людей у вільний від роботи час з метою відновлення фізичних та психологічних сил людини, що супроводжується лікуванням, реабілітацією. Рекреаційна діяльність охоплює також види діяльності, пов'язані з туристичною, санаторно-курортною, лікувально-оздоровчою, спортивною діяльністю. В Україні сформовано три великі туристичні регіони, що можуть надавати як туристичні, так і рекреаційні послуги. Це Причорноморський, Приазовський та Карпатський регіони.

Гарні перспективи щодо залучення ЗЕД має туристично-рекреаційний потенціал Західних регіонів України, у т.ч. прикордонні регіони з країнами ЄС. До гірських районів Українських Карпат, які формують Карпатський регіон, входять Львівська, Чернівецька, Закарпатська та Івано-Франківська області України. Гірські райони Карпатського регіону мають потужний ресурсний потенціал для розвитку туризму та рекреації (джерела мінеральних вод, лісові ресурси, унікальні гірські рекреаційні ресурси). Рекреаційна місткість Карпатського регіону (на рік) оцінюється від 2 млн. осіб до 8 млн. відпочиваючих і туристів, а також біля 12 млн. екскурсантів та туристів «вихідного дня». Для Західних регіонів України притаманна диверсифікація туристичних та рекреаційних послуг, а стратегічною метою є підвищення якості та стандартів надання цих послуг відповідно до стандартів розвинутих країн світу, країн ЄС.

За даними Світового економічного форуму, Україна наразі використовує лише третину від наявного туристичного та рекреаційного потенціалу. Для розкриття та використання наявного в Україні туристичного та рекреаційного потенціалу (як свідчить світовий досвід господарювання) доцільно створювати рекреаційно-туристичні кластери, у т.ч. за участі країн ЄС. Саме туристична сфера, рекреаційно-

туристичні послуги найбільш придатні для того, щоб стати основою створення рекреаційно-туристичних кластерів в Україні за участі іноземних партнерів та почати з цього процес економічного відродження та економічного зростання на місцевому, регіональному та, у кінцевому підсумку, на загальнонаціональному рівні. Комплексне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, мінеральні вод та бальнеологічних курортів, культурних та історичних туристичних об'єктів становить реальний потенціал для розвитку в регіонах України конкурентоспроможних туристично-рекреаційних кластерів із залученням потенціалу ЗЕД та іноземних партнерів.

Серед системних проблем, які гальмують розвиток туризму та рекреації в Україні слід назвати наступне:

- тривалі військові дії на території Донецької та Луганської областей, тимчасова окупація АР Крим та м. Севастополь, що не тільки унеможлиблює розвиток туристичної сфери на тимчасово окупованих територіях, але й негативно впливає на перспективи розвитку туризму (перш за все в'їзного) в Україні в цілому (оскільки військові дії «відлякують» потенційних туристів);

- нераціональним є використання історичної та культурної спадщини України і довкілля. Часто на місцях ігнорують принципи сталого розвитку туризму, порушують екологізацію туристичної та рекреаційної діяльності;

- у світовому інформаційному просторі майже відсутня об'єктивна та актуальна інформація про різноманітність та переваги туристичних та рекреаційних ресурсів України через відсутність цільових маркетингових заходів (та їх державної підтримки), що погіршує туристичний імідж України;

- в Україні відсутня система комплексної інформаційно-маркетингової підтримки розвитку національного ринку рекреації та туризму, відсутня налагоджена робота туристичних інформаційних центрів (ТІЦ), що мають бути представлені і у міжнародному інформаційному просторі, у т.ч. на всеукраїнських та міжнародних туристичних та інвестиційних заходах у світі.

Серед стратегічних пріоритетів розвитку ЗЕД України на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг слід визнати розробку та впровадження основних пріоритетних напрямів державної політики з розвитку туризму та рекреації, у т.ч.: удосконалення правових засад регулювання туристичних відносин відповідно до міжнародних стандартів; становлення туристичного бізнесу як високо-рентабельної галузі економіки; заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, рекреації та створення нових робочих місць; сприяння розвитку в'їзного та внутрішнього туризму, сільського та екологічного (зеленого) туризму, інших різновидів туризму та рекреації та їх поєднання; розширення міжнародного економічного співробітництва у сфері туристичної діяльності та утвердження України як конкурентоспроможної держави на світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг.

Серед стратегічних пріоритетів розвитку ЗЕД України та інших країн світу у сфері туризму та рекреації слід назвати міжнародний науково-технічний обмін, трансфер технологій, науково-технічне співробітництво, у т.ч. на основі застосування ІТ-технологій, цифрових технологій, інших інноваційних технологій, що застосовуються у сфері туризму та рекреації у XXI ст. В сучасних умовах організація розвитку туризму та рекреації неможлива без використання інноваційних технологій. Інноваційна діяльність у сфері туризму та рекреації здійснюється за рахунок втілення нових ідей та створення нових напрямів туризму, діджиталізації, зокрема, шляхом комбінування традиційних видів туризму та рекреації з технологіями VR, QR-кодів, та послуг на основі ІТ-технологій.

Стратегічними пріоритетами розвитку ринку туристичних послуг (та суміжних з ними рекреаційних послуг) в Україні із застосуванням ЗЕД слід визнати: заощадливе та раціональне відношення до об'єктів культурної спадщини на місцевому рівні для здійснення туристичної та рекреаційної діяльності; прийняття державної цільової програми розвитку туризму і курортів України на період до 2030 року; розвиток сталого туризму, «зеленого туризму» у сільській місцевості;

створення якісного та диверсифікованого туристичного продукту на основі раціонального використання наявних на місцевому рівні туристичних та рекреаційних ресурсів, у т.ч. за допомогою залучення іноземних інвесторів; створення в Україні туристично-рекреаційних кластерів, у т.ч. із залученням міжнародних партнерів, створення спільних підприємств; формування позитивного іміджу України на основі бренду – «Туристична Україна» та просування цього бренду у сфері туризму на внутрішньому та світовому ринку туристичних та рекреаційних послуг; створення в Україні загальнодержавної інформаційної мережі у сфері туризму та рекреації, зокрема – шляхом розвитку мережі спеціалізованих інформаційних центрів (на основі державно-приватного партнерства), що будуть спеціалізуватися на поширенні інформації щодо об'єктів туризму та рекреації на всій території України та у світовому інформаційному просторі.

## СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96 – ВР. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30 С. 141.
2. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436 – IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18. С. 144.
3. Митний кодекс України : Кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2012. № 44-45, № 46-47, № 48. Ст. 552.
4. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 26.10.2014 (поточна редакція від 01.01.2016, підстава 905-19). Відомості Верховної Ради. 1991. № 29. Ст. 377.
5. Про державно-приватне партнерство : Закон України від 01.07.2010 № 2404-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>
6. Про міжнародне приватне право: Закон України від 23.06.2005 р. № 2709-IV. Відомості Верховної Ради України. 2005. № 32. С. 422.
7. Про ратифікацію Протоколу про вступ України до Світової організації торгівлі: Закон України від 10.04.2008 р. № 250-VI. Офіційний вісник України. 2008. № 31. С. 960.
8. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 325/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 241.
9. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>
10. Актуальні питання діяльності суб'єктів господарювання в умовах пандемії COVID-19 : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 26 лют. 2021 р.).

МВС України, МОЗ України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Нац. фармацевт. ун-т. Харків : ХНУВС, 2021. 348 с.

11. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації. К.: КНЕУ, 2014. 275 с.

12. Антоненко І. Я., Мельник І. Л. Сучасні чинники формування продуктової стратегії туристичного підприємства. Бізнес Інформ. 2016. №5. С. 202–206.

13. Антонюк К. В. Визначальні фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Випуск 6. С. 46–51.

14. Башнянин Г. І. Економічні системи: проблеми структуризації і типологізації. Львів : Коопосвіта. 2019. 220 с.

15. Білорус О. Г. Глобальні стратегії Євросоюзу : монографія. К.: КНЕУ, 2019. 528 с.

16. Бебик В. М. Сучасна глобалістика: провідні концепції і модерна практика : навч. посібник. К. : Україна, 2016. 208 с.

17. Біла С. О., Копил В. О. Вплив пандемії COVID-19 на міжнародну трудову міграцію. Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Факультет міжнародних відносин Національний авіаційний університет; за загальною редакцією Ю. О. Волошина. Київ: Національний авіаційний університет, 2021. 573 с.

18. Богдан Н. М., Сухорукова О. П. Дослідження ризиків у туризмі. Бізнес Інформ. 2016. №10. С. 206–211.

19. Бочан І. О. Глобальна економіка: підручник. К. : Знання, 2017. 403 с.

20. Возний М. І. Інвестиційна експансія провідних країн світу у XXI столітті. Бізнес Інформ. 2015. № 7. С. 42–47.

21. Гражевська Н. І. Економічні системи епохи глобальних змін: монографія. К. : Знання, 2018. 431 с.

22. Гражевська Н. І. Економічні системи епохи глобальних змін : монографія. К. : Знання, 2018. 431 с.
23. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібник; уклад. Н. В. Горін. К. : Знання, 2018. 330 с.
24. Долбнєва Д. В. Вплив COVID-19 на економіку країн світу. Проблеми економіки. 2020. № 1 (43). С. 20-26.
25. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі ХХ-ХХІ століть: нові пріоритети. К. : Наукова думка, 2016. 508 с.
26. Дон О. Д. Вплив міжнародної трудової міграції на світовий ринок праці. Економіка та держава. 2020. № 11. С. 106–111.
27. Дрішлюк В. І. Особливості правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Південноукраїнський правничий часопис. 2014. № 3. С. 85-89.
28. Єріна І. В. Збалансованість і конкурентність зовнішньої торгівлі України послугами: статистичний аспект. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528). 2015. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4211>
29. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Зовнішньоекономічна діяльність : термінол. слов. К. : Кондор, 2017. 168 с.
30. Козак Ю. Г., Лук'яненко Д. Г., Макогон Ю. В. Міжнародна економіка : навч. посібник. К. : Центр учб. літ., 2018. 1240 с.
31. Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Сіваченко І. Ю. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. К. : Центр навчальної літератури, 2016. 792 с.
32. Коломацька С. П. Зовнішньоекономічна діяльність в Україні: правове регулювання та гарантії здійснення. К.: ВД «Професіонал», 2019. 288 с.
33. Коронавірус в цифрах: як змінилася світова економіка. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51994936>



34. Косар Н. Дослідження розвитку туризму в умовах кризи. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 2 (176). С. 115-125.
35. Кравцова А. В. Модель державно-приватного партнерства в сфері українського туризму. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі (серія «Економічні науки»). 2016. № 1 (72). С. 70–76.
36. Мельник Т. М. Міжнародна торгівля товарами в умовах глобальної конкуренції : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2017. 396 с.
37. Мельник З. П. Проблеми інтернаціоналізації та формування наднаціонального права: теоретичні питання. Часопис Київського університету права. 2017. № 1. С. 40-45.
38. Міжнародна економіка: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Ю. Г. Козак, Д. Г. Лук'яненко, Ю. В. Макогон та ін.; за ред. Ю. Г. Козака, Д. Г. Лук'яненка, Ю. В. Макогона. 3-е вид. К. : Центр учбової літератури, 2019. 560 с.
39. Панченко С. В., Дикань В. Л., Шраменко О. В., Полякова О. М., Уткіна Ю. М. Підприємництво: підручник. Х.: УкрДУЗТ, 2016. Ч.2. Реалізація підприємницької діяльності у сучасних ринкових умовах. С. 58-60.
40. Панченко С. В., Дикань В. Л., Воловельська І. В. Управління бізнесом: підручник. За заг. ред. В. Л. Диканя. Харків: УкрДУЗТ, 2017. С. 45.
41. Пестушко В. М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи. Географія та основи економіки. 2015. № 7. С. 257-265.
42. Севастьяненко О. В., Охріменко А. Ч. Економіка України в період пандемії. Юридичний науковий електронний журнал. 2020. № 9. С. 267-269.
43. Скарга О. О. Сучасні тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг. Східна Європа: економіка, бізнес та управління 2016. Вип. 2 (02) . С. 52–57.
44. Ставська Ю. В. Особливості зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск 19. С. 46-49.

45. Ставська Ю. В. Маркетингові інструменти та їх вплив на стабілізацію економічного стану підприємства. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2019. № 13. С. 227-232.

46. Стешенко О. Д., Масалигіна В. В. Антикризове управління в умовах пандемії. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2020. № 70-71. С. 75-82.

47. Федоронько Н. І. Аналіз ефективності експортних та імпорتنих операцій. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Випуск 10. С. 120–123.

48. Фролова Г. І. Організаційні засади маркетингових досліджень у сфері туризму. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2014. № 3. С. 52–56.

49. Хрупович С. Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль, 2017. 137 с.

50. Ціхановська В. М. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. Глобальні та національні проблеми економіки 2015. № 7. С. 86–89.

51. Цибух В. Туризм в Україні. «Економіст». 2014. № 6 (June). С. 35–37.

52. Чепіжко О. С. Регулювання міжнародної торгівлі послугами. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=33811>

53. Чуприна О. Б. Історія розвитку інтеграційних процесів в Європі та аналіз їх взаємозв'язку з процесами глобалізації. Зовнішня торгівля: право та економіка. № 1 2017. С. 41–47.

54. Шевченко О. О. Моделі підвищення міжнародної конкурентоспроможності країни: теоретико-методологічний аспект Економічний вісник Донбасу. 2015. № 3. С. 25-28.

55. Шрамко Ю. Аналітики оцінили економічні наслідки коронавірусу COVID-19 в усьому світі. URL: <https://www.unn.com.ua/uk/news/1853021-analitiki-otsinili-ekonomichni-naslidkikoronavirusu-covid-19-v-usomu-sviti>

56. Smart Cities and Communities Industrial Initiative. URL: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0519:FIN:EN:PDF>

57. UNWTO. World Tourism Organization. URL: <http://www2.unwto.org/>

58. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

59. Офіційний сайт Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/>

60. Офіційна статистична служба Європейського союзу. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>

61. Офіційний сайт Європейського досвіду організації сільського зеленого туризму. URL: <http://tourlib.net>

62. Офіційний сайт EU tourism sector during the coronavirus crisis. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652008/EPRS\\_BRI\(2020\)652008\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652008/EPRS_BRI(2020)652008_EN.pdf)

63. Офіційний сайт World Travel and Tourism Council (WTTC). URL: [https://etcCorporate.org/uploads/2020/07/ETC-Quarterly-Report-Q2-2020\\_Final-Public.pdf](https://etcCorporate.org/uploads/2020/07/ETC-Quarterly-Report-Q2-2020_Final-Public.pdf)

64. Офіційний сайт Tourism: Europe is one of the hardest hit regions by COVID19. URL: <https://unric.org/en/tourism-europe-is-one-of-thehardest-hit-regions-by-covid-19/>

65. Офіційний сайт COVID-19 is a ticking time bomb for Europe's tourism industry. URL: <https://www.eesc.europa.eu/en/newsmedia/news/covid-19-ticking-time-bomb-europes-tourismindustry-says-eesc>

66. Офіційний сайт Smart Cities and Communities Industrial Initiative. URL: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0519:FIN:EN:PDF>

# ДОДАТКИ

## Додаток А

Таблиця А.1

### Класифікація форм та видів зовнішньоекономічної діяльності

Критерій поділу	Форма	Вид
1	2	3
Високий рівень залучення ресурсів	Зовнішня торгівля	Експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили
		Надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, в тому числі: виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та інших, що прямо і виключно не заборонені законами України; надання зазначених вище послуг іноземними суб'єктами господарської діяльності суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності України
		Наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі
Середній рівень залучення ресурсів	Фінансові операції	Міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України

	Кредитні та орендні операції	Кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; створення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності банківських, кредитних та страхових установ за межами України; створення іноземними суб'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України у випадках, передбачених законами України
		Орендні, в тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності
	Операції з валютою	Операції з придбання, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку
Вкладення ресурсів	Власна господарська діяльність	Спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами
		Підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності з боку іноземних суб'єктів господарської діяльності; аналогічна діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за межами України.

		<p>Організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібно торгівлі на території України за іноземну валюту у передбачених законами України випадках.</p>
		<p>Товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності. зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності.</p>
		<p>Інші види зовнішньоекономічної діяльності, не заборонені прямо і у виключній формі законами України.</p>

Джерело: Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібник; уклад. Н. В. Горін. К. : Знання, 2018. с.215.

## Додаток Б

Таблиця Б.1

Види зовнішньоекономічної діяльності згідно Закону України «Про  
зовнішньоекономічну діяльність»

№з/п	Вид зовнішньоекономічної діяльності
1.	Експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили
2.	Надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, в тому числі: виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультаційних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та інших, що прямо і виключно не заборонені законами України; надання вищезазначених послуг іноземними суб'єктами господарської діяльності суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності України
3.	Наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі
4.	Міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України
5.	Кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; створення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності банківських, кредитних та страхових установ за межами України; створення іноземними суб'єктами господарської діяльності зазначених установ на території України у випадках, передбачених законами України
7.	Підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності з боку іноземних суб'єктів господарської діяльності; аналогічна діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за межами України



8.	Організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозіумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібно торгівлі на території України за іноземну валюту у передбачених законами України випадках
9.	Товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності
10.	Орендні, в тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності
11.	Операції по придбанню, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку
12.	Роботи на контрактній основі фізичних осіб України з іноземними суб'єктами господарської діяльності як на території України, так і за її межами; роботи іноземних фізичних осіб на контрактній оплатній основі з суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності як на території України, так і за її межами
13.	Інші види зовнішньоекономічної діяльності, не заборонені прямо і у виключній формі законами України
14.	Посередницькі операції, при здійсненні яких право власності на товар не переходить до посередника (на підставі комісійних, агентських договорів, договорів доручення та інших), здійснюються без обмежень.

Джерело: Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібник; уклад. Н. В. Горін. К. : Знання, 2018. с. 216.

## Основна класифікація послуг

Основні класи послуг	Сфери послуг
1. Відчутні дії, спрямовані на тіло людини	Охорона здоров'я, пасажирський транспорт, салони краси і перукарні, спортивні заклади, ресторани і кафе
2. Відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об'єкти	Вантажний транспорт, ремонт і утримання устаткування, охорона, підтримання чистоти і порядку, пральні, хімчистки, ветеринарні послуги
3. Невідчутні дії, спрямовані на свідомість людини	Освіта, радіо-, телевізійне віщання, інформаційні послуги, театри, музеї
4. Невідчутні дії з невідчутними активами	Банки, юридичні і консультаційні послуги

Джерело: Міжнародна економіка: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Ю. Г. Козак, Д. Г. Лук'яненко, Ю. В. Макогон та ін.; за ред. Ю. Г. Козака, Д. Г. Лук'яненка, Ю. В. Макогона. 3-е вид. К. : Центр учбової літератури, 2019, с. 412.

## Додаток С

Таблиця С.1

Динаміка чисельності міжнародних туристичних прибуттів до країн Європи за період 2015 – 2020 рр. (осіб)

№	Країна / рік	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.	Австрія	21922200	22401228	22470237	21715425	23561154	23084770
2.	Бельгія	12354494	13329740	13031273	13958001	16032559	15202217
3.	Болгарія	3576205	3965714	3773793	3070561	3588993	5463567
4.	Греція	7087033	5584307	6334462	5814973	5558572	6209876
5.	Данія	29163980	31791759	32318311	33290262	29776251	26516067
6.	Естонія	2907860	2899407	3997842	3954312	4592858	4556155
7.	Ірландія	11592111	11668735	11910117	12883167	13720500	14556381
8.	Іспанія	137313884	132350735	127933315	136411159	145473304	152707811
9.	Італія	64813649	52015122	54992790	50768931	57585572	56421187
10.	Кіпр	2544810	2405655	2494828	2411952	2635139	2798836
11.	Латвія	5193571	4402346	4619870	4213946	4319804	4207776
12.	Литва	4222947	4352796	4437832	4523083	4506900	4559806
13.	Люксембург	1628338	1679520	1845310	1726573	1607405	1833839
14.	Мальта	500973	526038	562823	599802	703909	807065
15.	Нідерланди	46494007	43247048	42279516	41691370	42657229	45069772
16.	Німеччина	247523986	248582021	236909947	247875946	255648078	243577109

Продовження додатку С  
Продовження таблиці С.1

17.	Норвегія		19919669	24644141	22518406	21867849	23267737
18.	Польща	52257940	52493779	48629803	50776806	54886827	57910436
19.	Португалія	14031206	14940460	14655770	15784790	15930350	17473572
20.	Румунія	16823939	17682191	17386501	16748158	17305260	17902401
21.	Словаччина	7166228	6894459	7338373	8371958	9822863	10969834
22.	Словенія	4539023	4636984	4530527	4388269	4573012	4825399
23.	Угорщина	18493902	16049669	17317243	18080243	18099392	18607991
24.	Фінляндія	39991881	39082803	37605157	38073102	38952545	39533564
25.	Франція	225025136	224950004	226260595	199156667	196010426	220774809
26.	Хорватія	8736711	9151390	8173433	6617178	4541268	4899777
27.	Чехія	32858426	31280116	32692625	29819355	33066304	35814637
28.	Швейцарія	18751642	19629903	19043147	20175301	20233969	22113197
29.	Швеція			38963178	40214993	42377970	59648369
<b>Всього</b>		<b>1037516082</b>	<b>1037910595</b>	<b>1067152759</b>	<b>1055604689</b>	<b>1089636262</b>	<b>1141313957</b>

Примітка. Складено автором за даними міжнародної організації UNWTO. World Tourism Organization.

## Додаток Д

Таблиця Д.1

План заходів з реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року у 2018 році

№	Найменування заходу	Виконавець	Строк	Очікуваний результат
1	2	3	4	5
1.	Сприяння в забезпеченні на території регіонів безпеки туристів; проведення моніторингу надзвичайних ситуацій та подій	Волонтерські рятувальні формування, обласні та Київська міська держадміністрації (за згодою)	Протягом року	збереження здоров'я та життя постраждалим туристам; визначення регіонів, у яких частіше трапляються надзвичайні ситуації та події, для планування відповідних заходів на наступний рік
2	Забезпечення належного стану автомобільних доріг України державного значення; установлення вказівників до об'єктів туристичної інфраструктури, спорудження та облаштування зупинок туристичних автобусів на дорогах державного значення	Укравтодор (за згодою)	Протягом року	забезпечення якості та оптимізація витрат часу подорожей туристів до об'єктів туристичної інфраструктури, підтримка та стимулювання розвитку активного туризму
3	Створення «гарячих» телефонних ліній для приймання, ведення обліку звернень та скарг туристів, надання необхідної інформації з питань туризму, виклику допомоги ДСНС, Національна поліція, МОЗ, Державна служба медицини катастроф, громадські гірські та Посилення відповідальності суб'єктів туристичної діяльності перед споживачами туристичних послуг	Мінекономрозвиток, ДСНС, МВС, МОЗ, обласні та Київська міська держадміністрації (за згодою)	Протягом року	забезпечення негайного реагування на скарги туристів та вирішення проблемних питань

Продовження додатку Д  
Продовження таблиці Д.1

4	Організація лавинних навчань для активних туристів та рятувальників; обстеження та впорядкування шляхів активного туризму	ДСНС, обласні держадміністрації, Гірська оперативно-рятувальна служба (за згодою)	Протягом року	позитивний імідж регіонів для подорожей, створення безпечних та комфортних умов для туристів під час активних мандрівок
5	Надання рекомендацій та попереджень щодо утримання від подорожей	МЗС (за згодою)	Протягом року	забезпечення актуальною інформацією туристів про небезпечні країни для тимчасового перебування
6	Удосконалення методології та інструментарію державних статистичних спостережень з питань діяльності колективних засобів розміщування та суб'єктів туристичної діяльності відповідно до міжнародних стандартів у сфері статистики туризму	Держстат, Мінекономрозвиток (за згодою)	Грудень	удосконалення статистичної звітності з питань туризму відповідно до міжнародних стандартів
7	Погодження відповідно до регламентних вимог та подання Кабінету Міністрів України проекту Закону України про внесення змін до законодавчих актів у сфері туризму	Мінекономрозвиток, інші центральні органи виконавчої влади (за згодою)	Протягом року	покращення показників сфери туризму, об'єднання учасників туристичного ринку, активізація розвитку в'їзного туризму

Примітка. Складено автором за даними «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року»: Розпорядження Кабінету міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168 р.

## Додаток Е

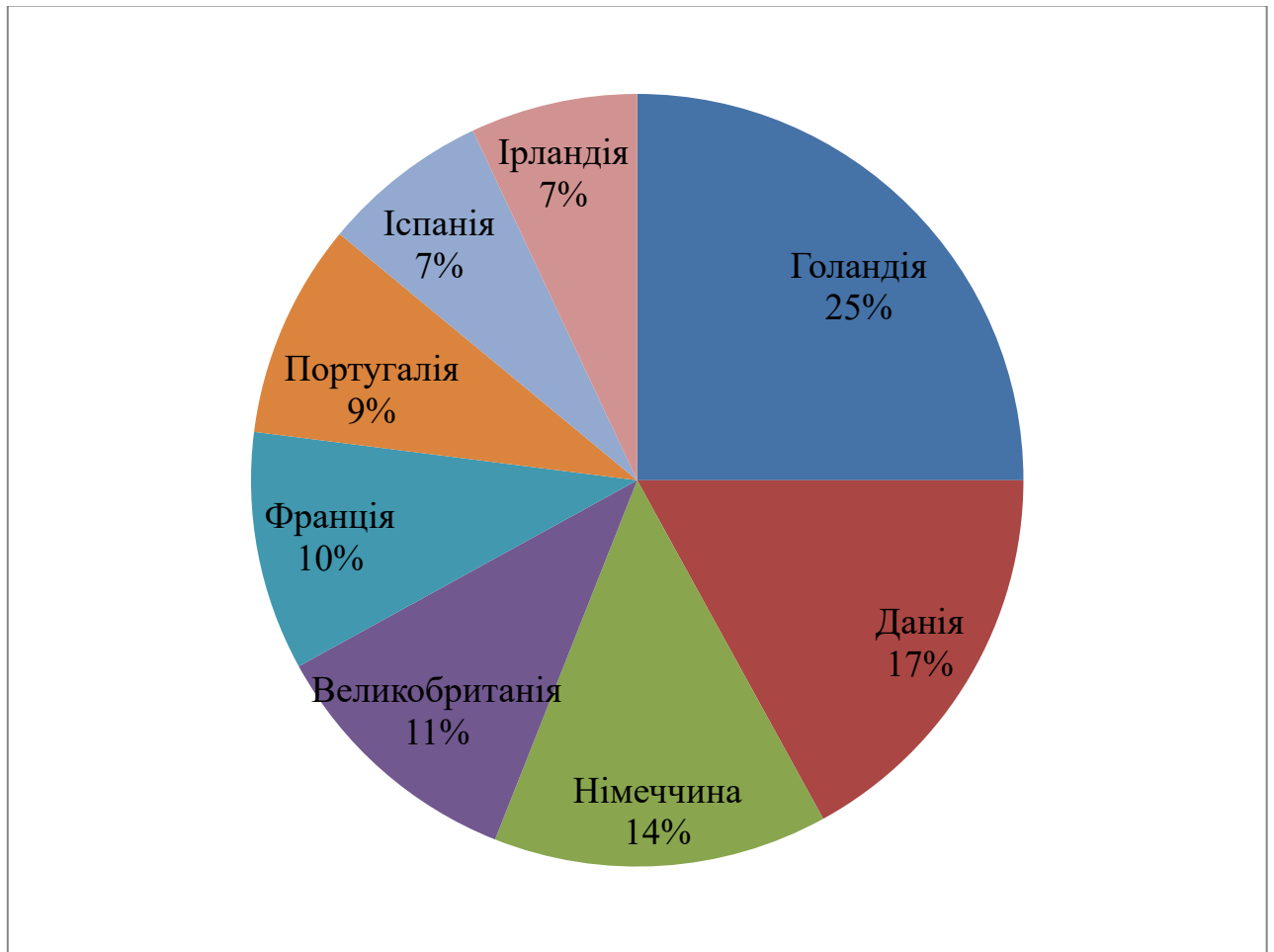


Рис. Е.1 Питома вага робочих місць у сільськогосподарському секторі в країнах ЄС, 2020 р. (у відсотках (%) до загальної кількості зайнятих для кожної з означених країн ЄС)

Примітка. Побудовано автором за даними міжнародної організації World Travel and Tourism Council (WTTC).

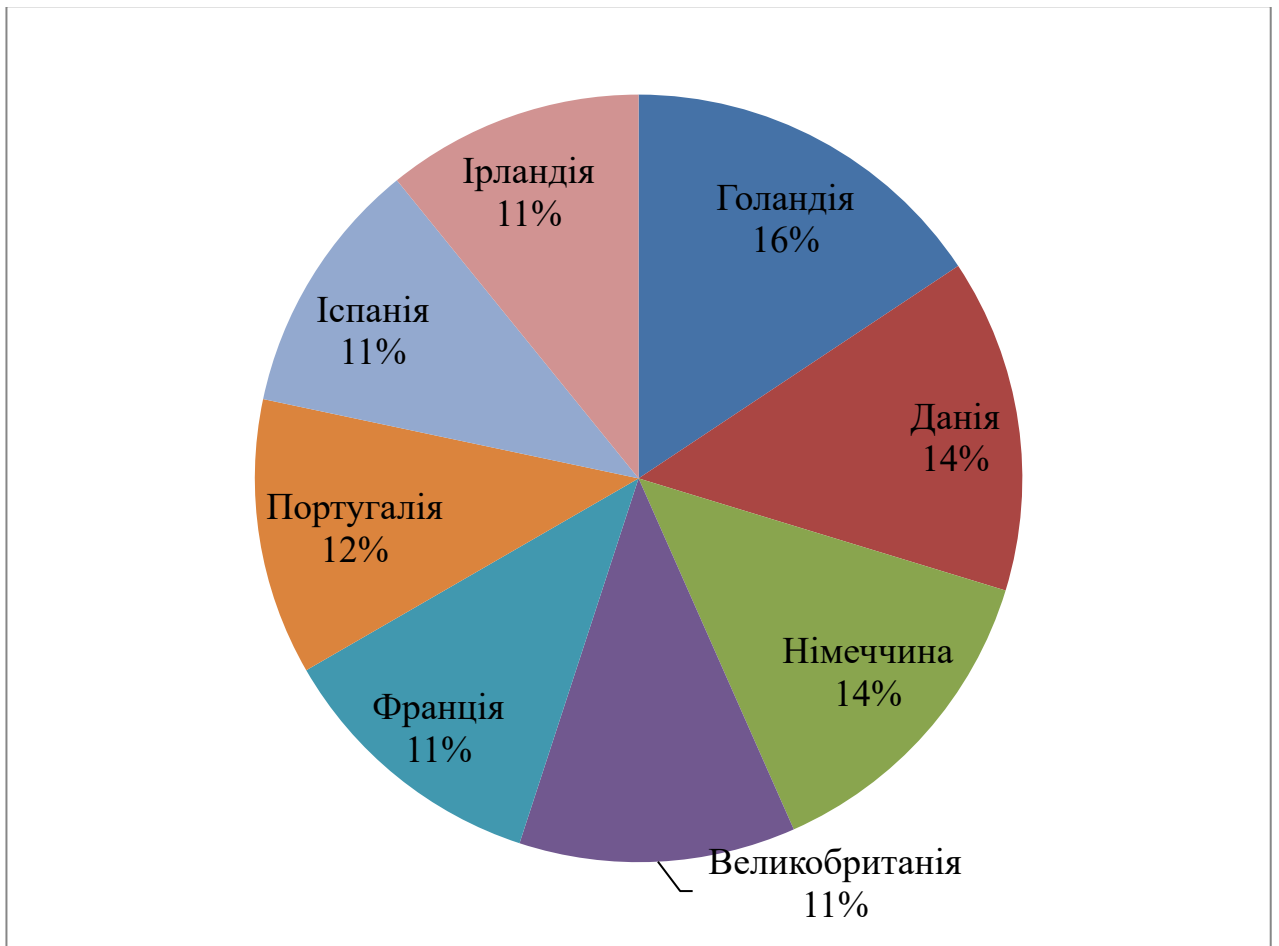


Рис. Е.2. Структура попиту на зелений туризм у країнах ЄС, 2020 р. (у відсотках (%) від загального обсягу попиту на ринку туристичних послуг в країнах ЄС)

Примітка. Побудовано автором за даними міжнародної організації World Travel and Tourism Council (WTTC).