

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ ТА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри бізнес-аналітики
та цифрової економіки

_____ Наталія КАСЬЯНОВА
“ _____ ” _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 051 «ЕКОНОМІКА»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»

Тема: «Вплив міжнародного туризму на економіку країн, що розвиваються»

Виконавець: ДАРАБАІХ Рамі

Керівник: к.е.н., доцент КРАВЧУК Наталія

Консультанти з розділів:

Розділ 1: к.е.н., доцент КРАВЧУК Наталія

Розділ 2: к.е.н., доцент КРАВЧУК Наталія

Розділ 3: к.е.н., доцент КРАВЧУК Наталія

Нормоконтролер із ЄСКД (ЄСПД):

старший викладач ДИЯК Юлія

КИЇВ 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра бізнес-аналітики та цифрової економіки
Спеціальність: 051 «Економіка»
Освітньо-професійна програма: «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри бізнес-аналітики та
цифрової економіки

_____ Наталія КАСЬЯНОВА
« ____ » _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Студента: ДАРАБАІХ Рамі

Тема роботи «Вплив міжнародного туризму на економіку країн, що розвиваються»

затверджена наказом ректора № 1156/ст від 30.08.2022 р.

1. Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедру: 22.11.2022 р.
2. Вихідні дані роботи: плани, звіти, фінансова звітність, законодавчі та нормативні акти, статистичні дані, наукові та методичні праці вітчизняних та зарубіжних вчених, електронні інформаційні джерела.
3. Зміст дослідження: Вступ. Теоретичні основи дослідження розвитку міжнародного ринку туристичних послуг. Сучасний стан розвитку ринку туристичних послуг у світі. Вплив міжнародного туризму на економіку країн, що розвиваються. Висновки.
4. Перелік обов'язкових демонстраційних матеріалів: 12 слайдів.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Позначки керівника про виконання завдань
1.	Отримання завдання на кваліфікаційну роботу	30.08.2022	<i>виконано</i>
2.	Огляд літератури за темою	07.09.2022	<i>виконано</i>
3.	Написання розділу «Теоретичні основи дослідження розвитку міжнародного ринку туристичних послуг»	28.09.2022	<i>виконано</i>
4.	Написання розділу «Сучасний стан розвитку ринку туристичних послуг у світі»	19.10.2022	<i>виконано</i>
5.	Написання розділу «Вплив міжнародного туризму на економіку країн, що розвиваються»	09.11.2022	<i>виконано</i>
6.	Аналіз отриманих результатів	14.11.2022	<i>виконано</i>
7.	Розробка слайдів та написання доповіді	16.11.2022	<i>виконано</i>
8.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	17.11.2022	<i>виконано</i>
9.	Корегування роботи за результатами попереднього захисту	19.11.2022	<i>виконано</i>
10.	Остаточне оформлення кваліфікаційної роботи та слайдів	21.11.2022	<i>виконано</i>
11.	Підписання відгуку та рецензії	22.11.2022	<i>виконано</i>
12.	Захист кваліфікаційної роботи у ДЕК	23.11.2022	<i>виконано</i>

6. Дата видачі завдання: 30.08.2022 р.

Керівник кваліфікаційної роботи

Наталія КРАВЧУК

Завдання прийняв до виконання _____

Рамі ДАРАБАІХ

РЕФЕРАТ

Дарабаіх Рамі. Вплив міжнародного туризму на економіку країн, що розвиваються. – Кваліфікаційна робота зі спеціальності 051 «Економіка», ОПП «Міжнародна економіка». Національний авіаційний університет Міністерства освіти і науки України, м. Київ, 2022.

Кваліфікаційна робота містить 98 сторінок, 8 таблиць, 24 рисунків, список використаних джерел з 78 найменувань.

Об'єкт дослідження - процес функціонування міжнародного туризму як структурного елементу економічної системи світу.

Предметом дослідження є чинники та умови міжнародного туризму на економіку країн, що розвиваються.

Мета кваліфікаційної роботи – дослідження міжнародного туризму, обґрунтування закономірностей, результатів та перспектив впливу туристичних послуг на економіку країн, що розвиваються.

При написанні кваліфікаційної роботи використовувалися методи дослідження: системний підхід, також загальнонаукові та спеціальні економічні методи: історично-логічного та порівняльного аналізу, статистичного спостереження, графоаналітичні методи.

***Ключові слова:** туристичні послуги, туристичні ресурси, міжнародний туризм, світовий туристичний ринок, міжнародний потенціал туристичної галузі*

ABSTRACT

Darabaih Rami. The impact of international tourism on the economy of developing countries. – Qualification work on specialty 051 "Economics", OPP "International Economy". National Aviation University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2022.

The qualification work contains 98 pages, 8 tables, 24 figures, a list of used sources with 78 titles.

The object of research is the process of functioning of international tourism as a structural element of the world's economic system.

The subject of the study is the factors and conditions of international tourism on the economy of developing countries.

The purpose of the qualification work is the study of international tourism, substantiation of patterns, results and perspectives of the influence of tourist services on the economy of developing countries.

When writing the qualification work, research methods were used: a systematic approach, as well as general scientific and special economic methods: historical-logical and comparative analysis, statistical observation, grapho-analytical methods.

Keywords: *tourist services, tourist resources, international tourism, world tourist market, international potential of the tourism industry*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	9
1.1. Сутність світового ринку туристичних послуг	9
1.2. Класифікація видів туристичних послуг	22
1.3. Фактори впливу на розвиток міжнародного ринку туристичних послуг.....	27
Висновок до першого розділу.....	32
РОЗДІЛ 2. НАСЛІДКИ НАДХОДЖЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН.....	33
2.1. Тенденції розвитку ринку туристичних послуг у світі.....	33
2.2. Сучасний стан розвитку туристичного бізнесу в Україні	48
Висновок до другого розділу.....	64
РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ	65
3.1. Вплив процесів інтеграції України до світових ринків туристичних послуг.....	65
3.2. Механізм державного сприяння розвитку конкурентних переваг на міжнародному ринку туризму	70
Висновок до третього розділу.....	85
ВИСНОВКИ.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	91

ВСТУП

У зв'язку з посиленням глобалізаційних процесів у світі росте роль міжнародного туризму у системі міжнародних економічних відносин. Така дія уможливорює інтенсифікацію процесів соціально-економічного розвитку країн, що розвиваються, і підвищує їх конкурентоспроможність.

В умовах домінування сфери послуг туризм відіграє вирішальну роль у міжнародній громадській діяльності, сприяючи економічному розвитку, зниженню безробіття та бідності, розумному використанню ресурсів, порозумінню між народами. Тому значну увагу приділяють соціально-економічним перемінам у країнах, що розвиваються, відкриттю нових форм міжнародного туристичного бізнесу з метою створення розвиненого ринку міжнародних туристичних послуг.

Це призвело до виявлення спільних проблем і впливу міжнародного туризму на економічний розвиток країн, що розвиваються, а також до обґрунтування механізмів та інструментів для їх оптимального вирішення. Водночас виникає потреба у комплексному дослідженні функціонування міжнародного туризму як основи соціально-економічних перетворень, що потребує відповідних науково-теоретичних та методологічних засад.

Об'єкт дослідження - процес функціонування міжнародного туризму як структурного елементу економічної системи світу.

Предметом дослідження є чинники та умови міжнародного туризму на економіку країн, що розвиваються.

Мета кваліфікаційної роботи – дослідження міжнародного туризму, обґрунтування закономірностей, результатів та перспектив впливу туристичних послуг на економіку країн, що розвиваються.

У відповідності до зазначеної мети в кваліфікаційній роботі були поставлені та вирішені наступні ключові завдання:

- визначити пріоритети розвитку країн, що розвиваються;
- дослідити сутність міжнародних туристичних послуг;

- аргументувати вплив міжнародної туристичної сфери на розвиток країн, що розвиваються;

- розглянути тенденції і динаміку розвитку світового ринку туристичних послуг;

- визначити вплив міжнародного туризму на показники економіки країн, що розвиваються;

- дослідити вплив процесів інтеграції України до глобалізованих ринків туристичних послуг на показники економічного розвитку;

- розробити механізм державної підтримки розвитку конкурентних переваг на ринку міжнародного туризму для країн, що розвиваються.

В процесі дослідження використовувалися як загальнонаукові методи пізнання (індукція і дедукція, аналіз і синтез) так і спеціальні (методи порівняльного, факторного, фінансового, економічного і графічного аналізу, методи стратегічного аналізу).

Методологічною основою дослідження послужили фундаментальні положення теорії міжнародних економічних відносин і державного управління. Для досягнення поставленої мети у роботі застосовано системний підхід, а під час вирішення окремих завдань використані загальнонаукові та спеціальні економічні методи: історично-логічного та порівняльного аналізу, статистичного спостереження, графоаналітичні методи.

Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних і зарубіжних дослідників присвячені міжнародному туризму, матеріали Держкомстату України, публікації міжнародних економічних організацій, асоціацій, рейтингових агентств, офіційні сайти Інтернету.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1. Сутність світового ринку туристичних послуг

У сучасних умовах індустрія туризму все ще є світовим лідером незважаючи на погіршення перспектив світової економіки, напруга у міжнародній торгівлі, соціальні та геополітичні незгоди, нестабільність та пандемія COVID-19.

Індустрія подорожей постраждала від поширення COVID-19 в основному через заходи, що обмежують мобільність громадян, і заборона повітряного транспорту тощо [19, 20].

Сьогодні туризм – це єдиний міжгалузевий вид діяльності, який дозволяє вирішити багато економічних, соціальних, політичних та екологічних проблем.

Розвиток туризму має особливе значення в економіці країни, оскільки соціально-економічна ситуація може покращитися завдяки індустрії туризму загалом, оскільки це викликано завдяки мультиплікативному ефекту збільшити доходи та покращити економічні показники багатьма способами у господарській діяльності. Майже, особливо завдяки індустрії подорожей 50 суміжних осіб мають роботу, один турист забезпечує роботою 10 чоловік, утримання одного працівника у туризмі дешевше у 20 разів, ніж у промисловості [40, 41].

Туризм у сучасних умовах - це така сфера соціально-економічного комплексу, яка стала великою індустрією, яка дуже швидко розвивається в багатьох країнах. Сьогодні кожен сьомий працівник у світі працює в туристичній індустрії. Світова торгова організація (СОТ), зазначала, що кількість іноземних туристів у 2019 р. склала 1,5 млрд., що у тричі більше, ніж у 2000 р. У 2020 р. через наслідки пандемії COVID-19 кількість іноземних туристів у світі значно впала, однак у 2021 р. це суттєво змінилось, спостерігалась тенденція щодо

зростання світового туристичного ринку. Витрати туристів склали 5 млрд. дол. у день, не враховуючи авіаційні перевезення [42].

Щоб визначити економічну природу послуг міжнародного туризму, перш за все, необхідно знати сутність і зміст туризму. Тож туризм – один із тих секторів світового господарства, який посідає одне із перших місць за темпами зростання, також туризм має значний вплив на світову економіку та економіки країн. Тому він є одним із основних двигунів світової економіки.

Одне з перших формулювань терміну «туризм» у 1910 році дав економіст з Австрії Герман фон Шуллерд. Він назвав його, як «всі види діяльності, економічні одиниці, які в основному безпосередньо пов'язані з вхідними ресурсами, перебування та пересування іноземців до конкретної країни, штату, міста чи регіону» [13, 22].

ООН у 1954 р. визначила «туризм» як активний відпочинок, який впливає на фізичний розвиток людей, на зміцнення здоров'я, поза місцем постійного проживання.

На основі сучасного визначення туризму, затвердженого Конференцією ООН з туризму та міжнародних подорожей у Римі в 1963 р., також визнаною Гаазькою декларацією по туризму у 1989 р., в Оттаві у 1991р. Конференцією по статистиці подорожей і туризму, туризм було визначено як вид бізнесу, що має велике значення для існування людей у сучасному суспільстві, змінившись на важливу форму застосування вільного часу та основний засіб міжособистісних відносин, а ще політичних, економічних та культурних комунікацій.

Статистична комісія Організації Об'єднаних Націй у 1993 р. визначила туризм як діяльність людей, які подорожують у місця за межами свого звичайного середовища на термін до одного року з рекреаційними, діловими та іншими цілями [14, 15].

Науковці пропонують у своїх працях (табл. 1.1) використовувати таку дефініцію поняття «туризм» – це складна соціально-економічна діяльність невиробничої сфери, яка включає в себе діяльність різноманітні установи, зокрема фінансово-кредитні, медичні, рекреаційні, оздоровчо-лікувальні, митні,

Таблиця 1.1

Визначення поняття «туризм»

Автор, джерело	Визначення
Закон України «Про туризм»	«звізд (чи подорож) на тимчасовий період осіб з постійного місця проживання з одорочною, пізнавальною, професійно-діловою, релігійною спортивною, а також іншою метою на термін від двадцяти чотирьох годин до 1 року без продовження будь-якої оплачуваної діяльності й із зобов'язанням покинути країну чи місце перебування в термін, який був визначений» [1]
Александрова А.Ю.	«сукупність явищ й відносин, що з'являються у процесі переміщення й «перебування людей у місцях», які є відмінними від їх місця проживання, де вони проживають на постійній основі та роботи» [13]
Байланаров Ю.К.	«сукупність відносин, які виступають результатом переміщення людей й перебування останніх поза межами місця їх проживання до поки перебування не трансформується в проживання на постійній основі і не пов'язане з одержанням прибутку» [13]
Бейдик О.О.	«форма масової подорожі та відпочинку» задля «ознайомлення з навколишнім середовищем», що характеризується освітньою, екологічною, а також іншими функціями» [22]
Біркаєва М.Б.	«1. Особливий масовий рід подорожей, які мають чітко визначені цілями туризму, які проводяться власне туристами, іншими словами, «діяльність самого туриста», 2. Діяльність, яка пов'язана з організацією й «здійсненням (супроводу) таких подорожей, туристська діяльність» [22]
Кабушкін М.І.	«галузь економіки, в якій міститься діяльність туристичних організаторів, посередників й агентів» [13, 22]
Квартальнов В.А.	«переміщення людей з місця власного постійного проживання на тимчасовій основі в іншу країну чи місцевість у межах власної країни у вільний час задля одержання задоволення та відпочинку, гостьових, одорочних, пізнавальних або професійно-ділових цілях, проте без зняття оплачуваною роботою у місці, яке відвідується» [13]
Реймерс Н.Ф.	«будь-яка подорож, що метою має відпочинок й знайомство з «новими регіонами та об'єктами» [22]
Тонкошкур М.В.	«звізд особи з місця постійного проживання на тимчасовій основі в пізнавальних, одорочних, професійно-ділових або інших цілях «без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування» [30]

освітні, транспортні, комерційні, культурно-розважальні, інформаційні, рекламні, розміщення та гастрономічне обслуговування туристичних одиниць, сприяння індивідуальному, груповому, самостійному та запланованому в'їзду, виїзду, перебуванню та пересуванню в межах та за межами певних країн, міста, регіону споживачів послуг з ціллю відновити працездатність, отримати послуги відпочинку, пізнавальні, спортивні, культурно-розважальні, освітні, професійно-ділові та міжнародні митні послуги, які діють на підставах міжнародних та внутршньодержавних угод, які дають можливість враховувати національні та міжнародні звичаї країн [13].

Тому, можна вважати, що міжнародний туризм є явищем світового рівня, основною особливістю якого є ринок міжнародних туристичних послуг [18].

Визначившись із термінологічними складовими категорії «туризм», необхідно розглянути нинішні підходи до визначення поняття «послуга міжнародного туризму», який можна визначити, як такий вид діяльності, який спрямовано за забезпечення умов, які необхідні для реалізації операцій з міжнародного туризму.

Отже, міжнародна туристична послуга – це комплекс послуг, пов'язаних зі створенням, реалізацією, споживанням туристичних послуг для задоволення духовних, рекреаційних, культурних, спортивних, пізнавальних, ділових та інших потреб, пов'язаних з переїздом з постійного місця проживання до іншого місця з метою використання наявних ресурсів і настроювання міжкультурних відносин.

Аналіз дефініцій послуг міжнародного туризму у контексті їх місця та ролі на світовому ринку послуг, дав можливість зробити висновок, що відсутній єдиний підхід у визначенні їх змісту. Багато науковців вважають, що туризм це звичайна операція по купівлі-продажу туристичних послуг на міжнародному ринку. Дефініція значення «послуги міжнародного туризму», яка є основою світового туристичного ринку на сучасному етапі, потребує розкриття механізму її сутності, а саме взаємозв'язку в процесі створення та реалізації туристичних послуг, що дозволяє розкрити роль та їх місце у процесі розширеного

відтворення, вплив на соціально-економічний розвиток країни, у тому числі країни, що розвивається [16].

Міжнародний туризм є глобальною подією, в основі якого є діяльність компаній на ринку, який пропонує туристичні послуги.

Аналіз формулювань дав змогу типізувати і згрупувати наявні теоретичні підходи до формулювання суті туристичного ринку.

Перша група науковців досліджує сутність туристичного ринку як „економічні відносини», зокрема Алейнікова Г. формулює туристичний ринок як „економічні відносини між виробниками і споживачами туристичної послуги на туристичному ринку, що полягають у процесі перетворення туристично-екскурсійних послуг у гроші, і назад – перетворення грошей у туристично-екскурсійні послуги [13].

Інша група авторів тлумачить значення туристичного ринку як „суспільно-економічне явище», зокрема Дурович А. дає таке формулювання: „туристичний ринок – це суспільно-економічне явище, що об'єднує попит та пропозицію щодо забезпечення процесу купівлі-продажу туристичної продукції у даний час і у даному місці» [22].

Ще одна група науковців визначає суть туристичного ринку як „систему», так, Квартальнов В. наводить таке визначення туристичного ринку: «система світогосподарських зв'язків, у якій здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг у гроші і оберненого перетворення грошей в туристично-екскурсійні послуги» [22].

Підсумовуючи існуючі у наукових публікаціях підходів до визначення суті, змісту та результату функціонування ринку міжнародних туристичних послуг, нами пропонується таке авторське визначення:

Міжнародний ринок туристичних послуг – це досить складна, багаторівнева система взаємин між суб'єктами ринку (виробників, постачальників, посередників, споживачів, конкурентів і контактоодержувачів) у ході купівлі-продажу туристичної продукції з метою координації та реалізації їх фінансових інтересів.

Розкриття сутності ринку – це визначення його структурних елементів. Ринок міжнародних туристичних послуг, виходячи із видів та форм міжнародного туризму, доречно диференціювати за такими відзнаками:

– за метою поїздки: рекреаційний, релігійний, етнічний й інших види ринку туризму;

– за типом пропозиції: ринок групового, сімейного й індивідуального туризму;

– у спосіб організації поїздки: організований і приватний ринок туризму;

– за перетином національних кордонів: приймаючий і генеруючий ринки.

Залежно від ступеню зрілості ринкових відносин міжнародний ринок туристичних послуг можна розділити на:

а) розвинутий ринок, для якого характерно економічна самостійність, рівноправність та конкуренція між виробниками послуг і продукції туризму, узгодженістю правових документів та нормативних актів стосовно відповідальності, прав та обов'язків суб'єктів підприємництва, можливістю державного регулювання у ринкові процеси з різним рівнем обмеження конкуренції – має домінування невеликої кількості бізнес-одиниць, які мають можливість впливати на процес формування ціни;

б) ринок, що розвивається характеризується наявністю недоліків у правових та нормативних актах щодо обов'язків та зобов'язань суб'єктів господарювання, надлишкове державне втручання та інші обмеження.

За адміністративно-територіальною властивістю класифікують ринок міжнародних туристичних послуг на:

– внутрішній (національний), який існує у межах даної країни, що об'єднує ринки, зв'язані із виробництвом та споживанням різноманітних послуг туризму, при цьому його діяльність регулюється законодавчими актами конкретної країни;

– регіональний – сукупність національних туристичних ринків у визначених географічних кордонах регіону;

– глобальний (світовий) – сукупність внутрішніх (національних) ринків, пов'язаних між собою товарно-грошовими взаєминами, для яких характерною наявністю власних інститутів регулювання.

Вивчаючи ринок послуг міжнародного туризму, слід врахувати той факт, що не існує єдиної туристичної послуги, а отже, існують різноманітні ринки туристичних послуг. Саме на них обмінюють різноманітні послуги туризму, а виробники цих послуг можуть зустрітись на різних ринках. Вважаючи на те, що пропозиції послуг туризму ділять на головну, побічну і супровідну, слід виділити три види ринку міжнародної туристичної продукції, які теж, у свою чергу діляться на субринки.

а) міжнародних ринок основних (головних) туристичних послуг: послуги готелів, транспортних засобів, туристичних агентств тощо. На цьому ринку основними споживачами є туристи та інші компанії туристичної галузі;

б) міжнародний ринок додаткових (побічних) туристичних послуг, до яких відносяться виробники туристичного спорядження, сувенірних пам'яток, різних видань та компанії, що надають типові послуги туризму, споживачами яких є і звичайні туристи, і інші компанії туристичної галузі;

в) міжнародних ринок супутніх (супровідних) туристичних послуг, до яких належать: виробництво спортивних товарів, гастрономія, виробництво фототоварів та інших послуг загального користування, продукція яких користується попитом у туристів.

При визначенні основних елементів структури міжнародного туристичного ринку, які складають інституційну структуру, слід зазначити, що споживання та надання послуг туризму потребує ефективного використання туристичного потенціалу країни.

Акцентуватимемо, що вихід туристичної компанії за національні межі аргументований потребою залучення закордонного туристичного потоку з ціллю максимально збільшити валютні надходження і прибуток від реалізації міжнародних туристичних послуг (рис. 1.1.), [31].

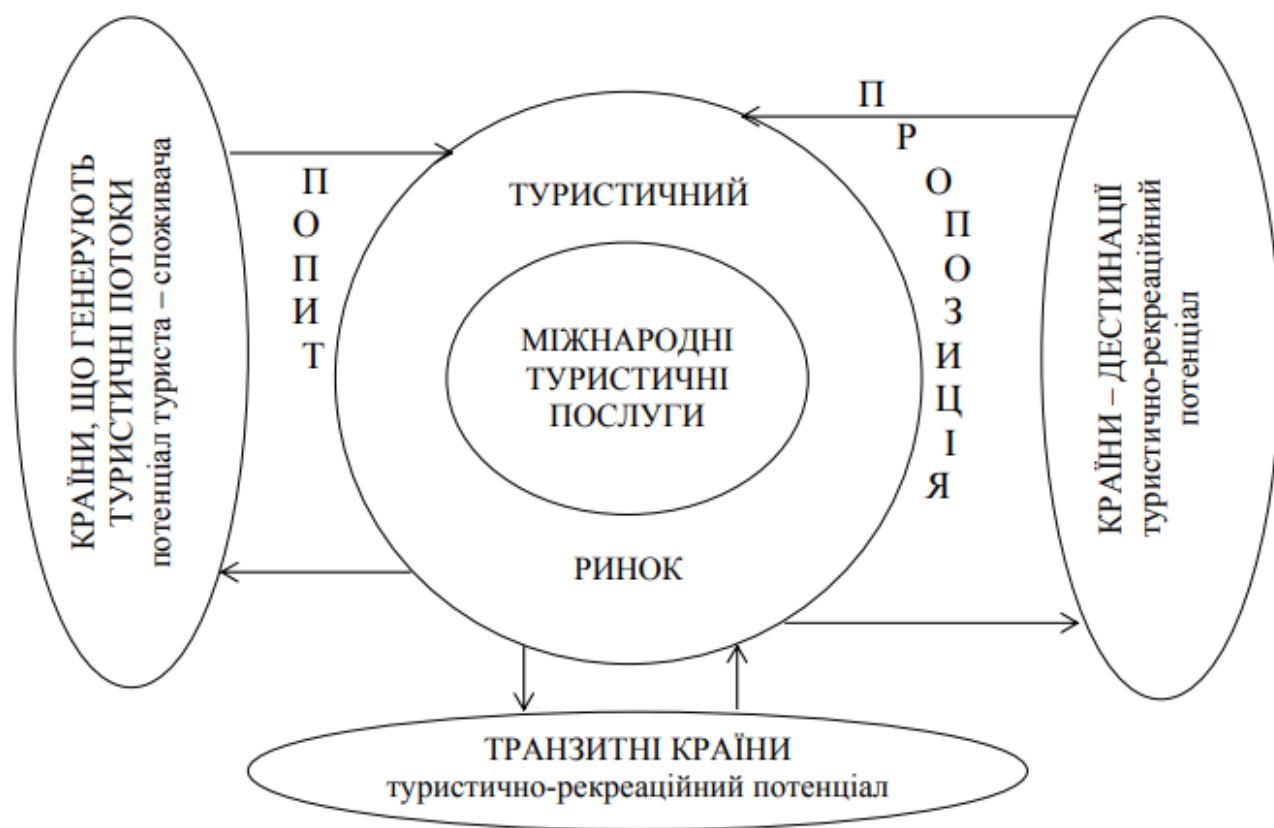


Рис. 1.1. Структурно-логічна схема надання міжнародних туристичних послуг на світовому ринку

На основі аналізу рис. 1.1. можна зробити висновок, що міжнародні туристичні послуги властиві саме для системи сучасних міжнародних економічних відносин та є основною складовою міжнародного туристичного ринку. В той же час, міжнародні туристичні послуги дозволяють налагодити міждержавні взаємини, які активізують туристичні потоки, а отже формують попит на пропозиції сучасного менеджменту туристичного та рекреаційного потенціалу країни, який для приймаючих країн базується виключно за основи раціонального ресурсозбереження та природокористування.

Проводячи дослідження, можна помітити, що на етапі трансформації суспільств у країнах, що розвиваються, характер саме національного природокористування виділяється мірилом зрілості виробничої системи, закономірностями функціонування та поступальним плином громадського виробництва. Припускає, що шляхом забезпечення економічного росту шляхом

ефективного використання всіх факторів, зокрема трудових ресурсів, виробничих засобів й частин природного середовища, з ціллю комплексного задоволення потреб суспільства, недодержання екологічних відносин, викликане зростанням споживання ресурсів і збільшення виробничих відходів, нейтралізується системною діяльністю з охорони навколишнього середовища. Отже, використання туризму та рекреації має бути збалансованим, також і в країнах, що розвиваються, оскільки це насамперед система соціальних умов для міжнародних туристичних послуг, у якій досягається найліпше співвідношення між економічним зростанням країни, нормалізацією якості природного середовища та зростанням духовних потреб населення країни [16, 28, 60].

Міжнародні туристичні послуги та товари виробляються:

- у країнах-генераторах потоків туристів;
- у транзитних країнах та регіонах, які знаходяться на маршруті просування потоків туристів;
- у країнах призначення.

В результаті аналізу наявних у науковій літературі дефініцій сутності, значення та наслідку діяльності міжнародних туристичних послуг у структурі світового ринку, економістами було запропоновано наступне визначення, а саме, що міжнародна туристична послуга – це такий системний продукт, який виробляють на міжнародному рівні і реалізують у процесі взаємовідношень між різними світогосподарськими суб'єктами економіки, які генерують і реалізують міжнародні туристичні пакети, також виконують страхування, є установами гостинності і оздоровлення, власниками туристичних ресурсів, надають транспортні послуги [26, 47].

Таким чином, характеристиками міжнародних туристичних послуг як окремого виду економічної діяльності є такі: надання послуг міжнародного туризму є особливим видом торгівлі, оскільки традиційна міжнародна торгівля товарами переміщує товари з однієї країни в іншу, а туристичні послуги не є мобільним. Особливу увагу приділяють особливостям розрахунку доходу від надання послуг з міжнародного туризму, який може розраховуватися або як сума

доходу компанії, що реалізують основні та допоміжні послуги туризму, або з урахуванням фактичних витрат у країні перебування міжнародними туристами, в тому числі придбання значної кількості супровідних товарів, не пов'язаних безпосередньо з туристичною послугою; витрати, які здійснюються іноземні туристи у приймаючій країні, що розвиваються, мають мультиплікативний вплив на економічний ріст, оскільки виникає синергетичний ефект збільшення прибутків компаній туристичного бізнесу, зростання попиту у туристичній галузі економіки на інші товари та послуги підприємств інших галузей, що в підсумку веде до збільшення доходів майже у всіх секторах економіки, зріст зайнятості, зростання особистих доходів населення країни.

Аналіз спеціальної наукової літератури та вивчення сучасного ринку міжнародного туризму, дозволяє виділити особливості надання послуг міжнародного туризму:

- туристична послуга у загальноекономічному значенні, як зазначалось, є така господарська діяльність, пов'язана із створенням, здійсненням, використанням продуктів туризму для задоволення інтелектуальних, соціально-культурних, рекреаційних, духовних та інших потреб людей, пов'язаних з переміщенням в іншу країну, заснованої на принципах збалансованого застосування наявних ресурсів і налагодженням мультикультурних відносин;

- відмінною рисою послуг міжнародного туризму є диференційований попит на такі послуги, різноманітність туристичних запитів постійно зростає, в цьому контексті країни, що розвиваються, можуть використовувати свої особливі природні, рекреаційні, туристичні, історичні та релігійні напрямки для підвищення конкурентоспроможності туристичного сектору та забезпечення економічного зростання. Крім того, більшість країн світу у даному сегменті розташовані у зоні субтропічного клімату, що дозволяє нівелювати просторові та часові чинники. У результаті аналізу попиту, компанії повинні розвивати свої послуги на основі детального планування діяльності з урахуванням власних фінансових можливостей;

- надання високоякісних міжнародних туристичних послуг базується на панівному рівні матеріально-технічного забезпечення, що в свою чергу вимагає додаткових фінансових ресурсів як з боку іноземних інвесторів, які визнають країни, що розвиваються, пріоритетними напрямками для інвестування своїх ресурсів, так і державної підтримки, яка може бути оформлена у вигляді механізму державної підтримки розвитку конкурентних переваг для країн, що розвиваються, на міжнародному ринку туризму на основі принципів економічного розвитку. Отже, здібність національної економіки отримувати користь від туризму залежить від залучення фінансових інвестицій для розвитку необхідної інфраструктури та її здатності повністю задовольняти потреби туристів;

- міжнародна туристична послуга, як і переважна кількість послуг у системі взаємин, диктує присутність покупця в країні, де вона надається, що призводить до оновлення відносин резидентами країни та іноземними туристами, інакше, існує релігійних, національних, ментальних протиріччя та конфліктів особливо з посиленням демонстраційного ефекту та втраченої вигоди. З метою поглиблення дослідження ступеня впливу туризму на місцеві громади була розроблена спеціальна шкала TIAS (Tourism Impact Attitude Scale). Один із авторів шкали ставлення до туризму Ланкфорд С. зазначав, що для ефективного функціонування економіки країни з активною туристичною місцевою жителі повинні стати учасниками та партнерами цього процесу;

- на відміну від ринкових одиниць, які реалізують туристичні пакети та тури, які можуть бути попередньо продані або накопичені, пряме виробництво та використання туристичних послуг не зберігаються та не трансформуються. Це спонукає уряди країн, що розвиваються розглянути залежність від можливих змін погодних умов, катастроф, пандемій, катаклізмів, а також застосувати відповідні організаційні, управлінські та фінансові важелі для вирішення або послаблення їх;

– специфікою міжнародного туристичного сервісу є створення доданої вартості, особливо у галузі високотехнологічного лікувального та пізнавального

туризму. Варто зауважити, що туристичні послуги (продукти) з високою доданою вартістю можуть з'явитись в країнах з високою концентрацією капіталу та технологічних інновацій. Це дозволяє зробити висновок про внутрішню диверсифікацію країн, що розвиваються до принципу капіталомісткості індустрії туризму та її подальшого розвитку з урахуванням специфіки туристичного та рекреаційного потенціалів;

– міжнародні послуги туризму втілюють важні міждержавні суспільно-комунікаційні функції шляхом створення та реалізації каналів соціальної цінності, передачі традицій, культури, навичок ведення бізнесу в розвинутих країнах і країнам, що розвиваються, популяризація ідеї раціонального використання природних ресурсів, запровадження альтернативних джерел енергії, гарантій малозабезпечених верств населення та підвищення рівня соціального захисту населення;

– загальна вигода від створення та реалізації міжнародних туристичних продуктів в рамках сталого розвитку виділяється позитивною вагою туристичного бізнесу на сталий розвиток країн, що розвиваються, що відповідає положенням балансу між екологією, економікою, соціокультурною і інформаційно-комунікативною складовими.

Діяльність і розвиток міжнародного ринку туристичних послуг є складним та динамічним процесом. На формування його мають вплив наступні фактори: міжнародні, економічні, політичні, природні, демографічні, соціокультурні, науково-технічні та інші, які не мають прямого впливу на розвиток туристичної галузі, але відображаються в ній [17].

Зміст ринку туризму був би неповно розкритим, якби нехтувати його економічними функціями. Звернемо увагу на найважливіші [27]:

- туристичний ринок забезпечує узгодженість створення та споживання туристичних послуг в асортиментній будові, підтримує баланс попиту та пропозицій за структурою і обсягом. Ринок виконує цю функцію регулювання пропорцій, встановлюючи через купівлю-продаж туристичних послуг зв'язки

туристів та значною кількістю туристичних операторів, туристичних агенств, їх контрагентів;

- ринок забезпечує в процесі обміну туристичними продуктами формування еквівалентів цінності. Водночас, туристичний ринок, як і ринок загалом прирівнює індивідуальні витрати на виробництво туристичних послуг із соціальними, порівнює витрати та результати, виявляючи таким чином цінність туристичної послуги;

- туристичний ринок забезпечує економічні стимули для ефективного надання туристичних послуг, спонукає виробників щодо створення необхідних туристичних послуг (продуктів) з мінімальними витратами та досягненням визначеного прибутку;

- ринок туристичних послуг забезпечує економію споживання туристичних послуг (продуктів), зменшення обігових витрат в галузі споживання і пропорційність попиту населення із заробітною платою [39].

Значимість і функції ринку туризму розкривають його позицію як категорії економіки туризму, при цьому роль туристичного ринку зводиться до наступного:

- збалансування попиту і пропозиції туристичних послуг (продуктів), забезпечення балансу в туристичній сфері;

- використовуючи зворотній зв'язок надавати інформацію компаніям туристичної індустрії стосовно, які туристичні продукти необхідно виробляти, в якій кількості та у якій структурі;

- звільнення туристичної галузі та її економіки за допомогою витіснення неконкурентоспроможних компаній і підміни застарілих туристичних послуг (продуктів) досить новими [38].

Практична інтерпретація туристичного ринку зазвичай обмежується розміром платоспроможного попиту на туристичні послуги (продукти), при цьому, як і будь-який інший, цей ринок включає три такі елементи:

- а) попит, який створюють усі споживачі;

б) пропозиції у туризмі формуються рядом компаній, які займаються розміщенням туристів, організацією дозвілля, харчуванням, туристичних посередників тощо;

в) туристична послуга (продукція).

Підсумовуючи зазначим, що надання туристичних послуг є найдинамічнішою галуззю міжнародної торгівлі, а туризм – однією з найбільших галузей сфери послуг, яка все більше охоплює та розвиває оздоровчі та рекреаційні послуги.

Ринок туристичних послуг – це ринок, який об'єднує всіх учасників (туроператорів, турагентів, туристів) з метою задоволення попиту населення в послугах, які пов'язані із відпочинком і змістовним проведенням дозвілля та подорожей.

1.2. Класифікація видів туристичних послуг

Однак сьогодні традиційні види туризму зникають, при цьому спостерігається поява нових видів і форм відпочинку, що враховує обмеження тимчасових пересувань і специфіка ділових та міжособистісних контактів дистанційно.

Фактично всі ці форми засновані на впровадженні інноваційних технологій та синтезу основних технологічних операцій процесу створення туристичних продуктів з використанням сучасних переваг ІТ-індустрії. Це перша ексклюзивна особливість сучасного міжнародного ринку туристичної продукції, неждане відокремлення якого було спричинене через глобальну блокаду та спадом економік країн. Другою особливістю світового туризму є його адаптація до змін у системі міжнародних економічних відносин, які поступово відходять від концептуальної моделі розширеного виробництва, нескінченність ресурсів і безмежний глобальний споживчий ринок, що є об'єднанням вільних ринків країн світу з відкритими кордонами. Процеси ці вже почалися багато десятиліть тому, але відносно недавно суспільство зрозуміло, що виникає потреба у неминучості

рушійних перемін та необхідності переходу до абсолютно нових структур світових економічних зв'язків та циклічності сучасного виробництва у глобальних масштабах. Тому більшість розвинених країн вже планують впроваджувати стратегії для туризму на основі оновленої моделі економічного розвитку.

Є різні класифікації туристичних і пішохідних маршрутів, вони залежать від цілей та завдань, які стоять перед туроператорами і туристичними компаніями.

Велике значення для практичної діяльності працівників туристичної сфери мають види туризму, які допомагають визначати попит на туристичні послуги та формувати туристичний ринок, виробляти та реалізовувати туристичні послуги, розв'язувати проблеми географічного розміщення об'єктів туристичної інфраструктури та планувати розвиток матеріально-технічної бази туризму. Види туризму дуже різноманітні.

Ми розглянемо основні принципи класифікації та новітні види міжнародного туризму. За способом підготовки та організації подорожей розрізняють організований (плановий) та неорганізований туризм, відповідно до яких, перший передбачає участь турфірми (туроператора) або програмного забезпечення (інформаційний брокер), оплата туру з комплексним обслуговуванням наперед, тоді як другий тип значить, що туристи їдуть у туристичні подорожі без участі жодних посередників, а послуги оплачуються саме у місці перебування у процесі споживання [4].

Залежно від кількості учасників міжнародний туризм поділяється на індивідуальний (до 5 чол.) і груповий (понад 5 чол.) [4]. На практиці груповий туризм – це поїздка групи від дванадцяти до чотирнадцяти осіб, оскільки саме такі групи отримують зручні транспортні умови та умови проживання.

Найбільш популярним видом туризму є культурний туризм (також відомий як культурно-пізнавальний туризм). Основною метою такого туризму є відвідування та пізнання явищ, об'єктів, культурних подій народу чи країни,

зокрема пам'яток архітектури, історії, археології, художніх галерей, театрів, музеїв тощо.

Метою освітнього туризму є пізнавальна подорож зі структурованою програмою, найбільш популярною формою якого є навчання за кордоном.

Медичний (лікувально-оздоровчий) туризм можна розділити на кілька видів, а саме: виїзд жінок для народження дитини до іншої країни; медичний туризм, який включає поїздки на спеціалізоване лікування до відомих медичних центрів та клінік; туризм, спрямований на відновлення та реабілітацію; оздоровчий туризм тощо.

Спортивний туризм також має кілька цілей: відвідування або участь у різноманітних спортивних змаганнях, фізична культура та заняття спортом.

Для наочності наведемо кілька напрямків класифікації туризму за видами на рисунку 1.2.

Духовно-пізнавальний туризм, який ще називають релігійним туризмом, включає подорожі до різних релігійних центрів та святих місць.

Пригодницький туризм передбачає вивчення віддалених місцевостей і місць [61], під час якої туристи встановлюють собі різні цілі: перевірити особисті фізичні здібності, вміння та наскільки вони сильні душею, при цьому часто ризикуючи власним здоров'ям та життям.

Міжнародний туризм науковці класифікують, виходячи з ряду принципів та критеріїв, і також туризм за видами класифікують міжнародні організації, зокрема ЮНВТО. У сучасних умовах індустрія туризму налічує близько двохсот різних видів спеціалізованого відпочинку, спрямованого на задоволення попиту туристів, а також на захист навколишнього середовища та культурної спадщини.

Існують і нетипові види туризму, до яких відносять:

- гастрономічні поїздки до центрів виноробства, сироваріння тощо;
- туристичні польоти у космос, як найдорожчий вид туризму;
- відвідування радіоактивної зони ЧАЕС;
- перебування у буддійському монастирі, як послушник;
- поїздки до відомих в'язниць;

- польоти на повітряних кулях.

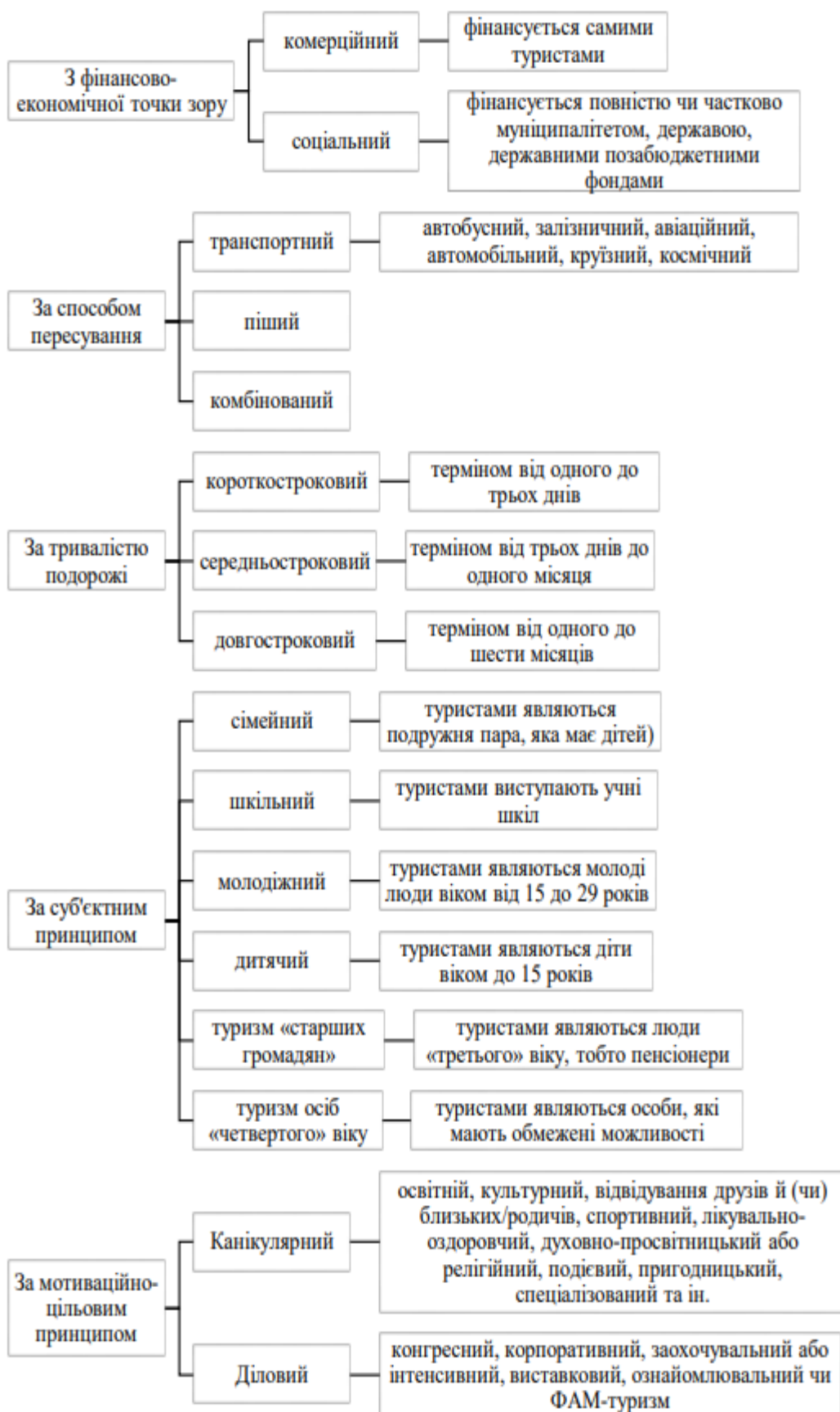


Рис. 1.2. Класифікація видів міжнародного туризму

Формування пропозиції на українському ринку туристичних послуг здійснюється за наступними видами: дитячий, молодіжний, родинний, зелений (екологічний), оздоровчо-рекреаційний, культурно-пізнавальний, релігійний, спортивний, підводний, пригодницький, гірський, полювання, авто інші види туризму. Варто зазначити, що ці туристичні послуги є основною рушійною силою створення та розвитку туристичного ринку в Україні [21].

На рис. 1.3. наведено спеціалізовані види туризму, які існують на сьогоднішній день у світі.

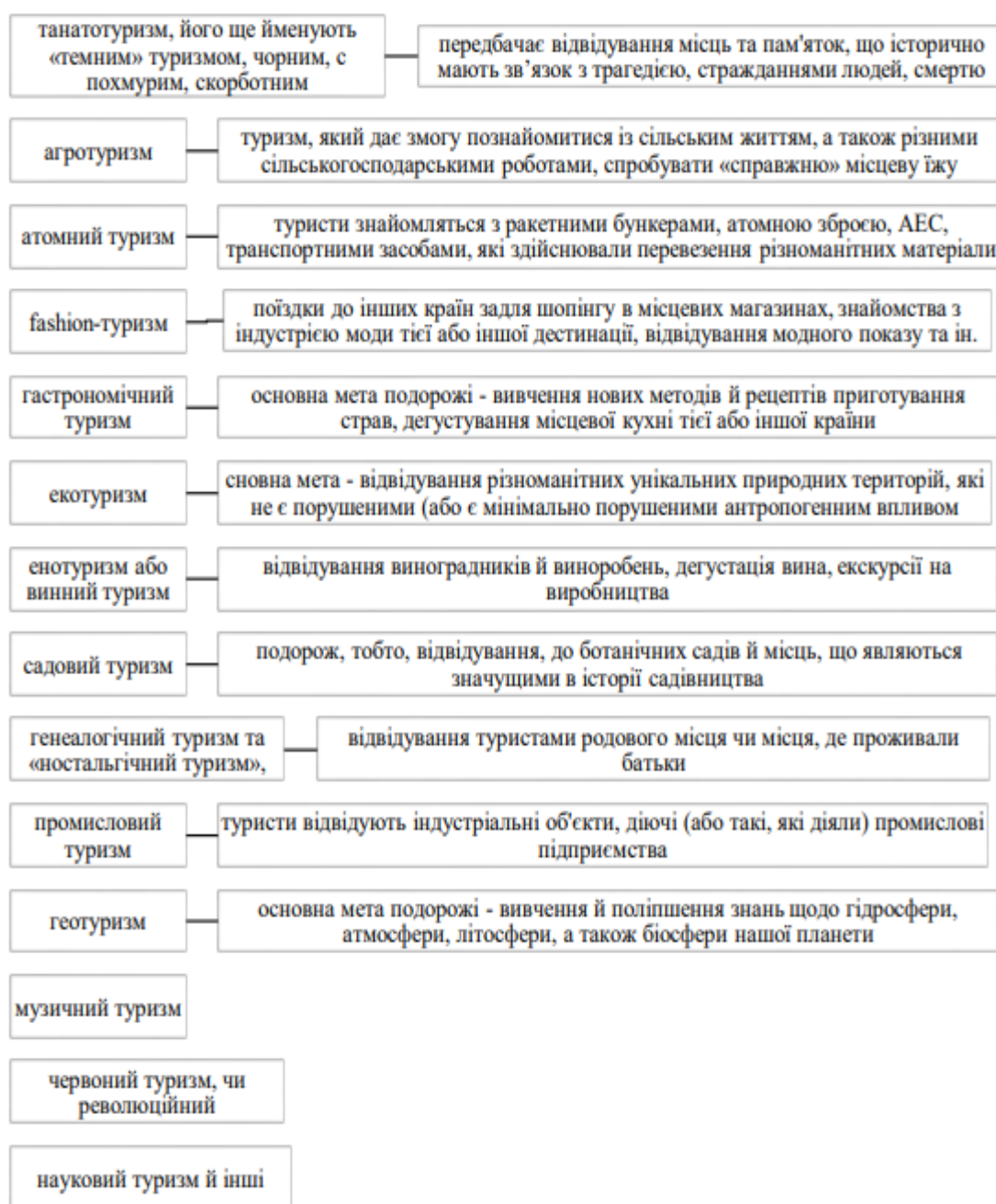


Рис. 1.3. Спеціалізовані види туризму

Таким чином, сьогодні існує багато думок про туризм як про галузь економіки, а також про міжгалузевий комплекс чи ринок, на якому туристична фірма створює туристичну послугу із продукції різних галузей.

В даний час дослідниками не вироблено загальновизнаного єдиного тлумачення термінів «туризм» і «міжнародний туризм». Проаналізувавши наукову літературу, резюмуємо, що під поняттям «туризм» слід розуміти сукупність відносин, а також єдність зв'язків та явищ, які ескортують людину під час подорожі.

Класифікація туризму полягає в групуванні його за певними однорідними ознаками залежно від певних практичних цілей. Одним із видів туризму є міжнародний туризм, під яким розуміють поїздки людей, які виїжджають з місця постійного проживання за межі країни, при цьому існує дві загальновідомі форми міжнародного туризму, а саме виїзний та в'їзний туризм, які відрізняються залежно від напрямку туризму.

Міжнародний туризм має багато властивостей, найважливішою з яких є велике значення сукупність законодавчих норм, пов'язаних з перетином туристами державних кордонів. Відвідування іноземної країни туристом неможливе без виконання багатьох туристичних формальних вимог, таких як: митні, прикордонні та валютні правила, а також інші правові акти, встановлені країною відправлення і приймаючої країни або групою країн.

1.3. Фактори впливу на розвиток міжнародного ринку туристичних послуг

Становлення та розвиток індустрії туризму неможливий без дослідження сучасного стану та перспектив розвитку індустрії туризму, тобто підвищення економічної привабливості туризму в країнах, створення сприятливих умов для ефективного функціонування туристичних бізнес-одиниць на ринку. Тому актуальним є визначення факторів, що впливають на розвиток індустрії туризму та оцінка їх впливу на умови ринкових перетворень.

Дослідники класифікують фактори, що впливають на стан і розвиток туризму, відповідно до розміру туристичного ринку. Відповідно до цієї класифікації виділяють три рівні:

- глобальний, фактори якого впливають на міжнародний або глобальний масштаб;
- національний, фактори якого впливають на державному рівні;
- регіональний, фактори якого впливають на стан і розвиток туристичних ресурсів у визначеному регіоні [22].

Важливим питанням розвитку індустрії туризму є дослідження факторів, що впливають на стан індустрії туризму в регіонах та країни в цілому. Науковці ці чинники ділять на дві групи, зокрема зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які мають свої специфічні прояви у здійсненні туристичної діяльності, що представлено в таблиці 1.2.

На туризм впливають переважно зовнішні чинники, в основному через демографічні та соціальні зміни, а також фінансові та економічні умови.

Внутрішні фактори - це фактори, що безпосередньо впливають на туризм, зокрема це матеріально-технічні фактори, які мають найбільше значення для розвитку туризму. Основні з них пов'язані з розвитком транспорту, підприємств харчування, житлового будівництва, рекреаційної сфери, торгівлі [13].

Сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів формує ситуацію на туристичному ринку та створює умови для ведення бізнесу, впливає на формування пропозиції та попиту, що забезпечує діяльність індустрії туризму конкретної країни з метою створення відповідного туристичного продукту. Розвиток національної туристичної діяльності є результатом складної взаємодії організаційно-економічних процесів, що формують попит і пропозицію на туристичному ринку послуг.

Отже, організаційно-економічні процеси на ринку туристичних послуг сприяють удосконаленню інформаційно-комунікаційного забезпечення між сегментами ринку, інформаційної закритості та подоланню галузевих бар'єрів.

Таблиця 1.2

Фактори впливу на розвиток ринку туристичних послуг

Зовнішні (екзогенні) фактори	Внутрішні (ендогенні) фактори
Політичні є одними з найбільш динамічних та різноаспектних. Стабільна політична обстановка в країні – необхідна умова функціонування туристичної діяльності	Процеси попиту, пропозиції (перетворення попиту на турпродукти в постійний попит), збільшення індивідуального туризму
Економічні – це фінансово-економічні умови, поліпшення (погіршення) економічної й фінансової ситуації та збільшення (зниження) персонального доходу. Зростання доходів населення, в свою чергу, дозволяє витратити більше грошей на відпочинок, подорожі, дозвілля	Зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішньо-регіональних туристичних сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікулярного дозвілля дітей і т.д.
Соціально-демографічні впливають на туристичні послуги, до них належать: підвищення рівня освіти, культури, задоволення естетичних потреб населення. Як елемент естетичних потреб можна розглядати прагнення людей познайомитися з побутом, історією, культурою, умовами життя в різних країнах	Зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальних інтеграцій, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім і малим бізнесом; вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних союзів; глобалізація туристичного бізнесу і т.д.)
Науково-технічні дозволяють вчасно побачити можливості, які розвиток науки й техніки відкривають для надання нових видів туристичних послуг та удосконалення обслуговування клієнтів	Зростання представників туристичного бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні туристичні послуги)
	Зростання ролі працівників у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно-кваліфікованої структури і т.д.)
	Зростання ролі засобів масової інформації та зв'язків із громадськістю у просуванні, рекламі й реалізації туристичних послуг
	Сезонність туристичної діяльності

На розвиток ринку туристичних послуг впливають соціально-економічні чинники, до яких належать: час на дозвілля, структура населення, вік, рівень доходів, освіта, професія, раса, стать тощо.

Кудла Н. зазначає, що неможливо успішно функціонувати на туристичному ринку в цілому без доступу до дозвілля та вільного часу громадян, зростання якого можна очікувати, щоб витратити на придбання туристичних послуг та відпочинок: доступ до дозвілля є одним із найважливіших факторів Дозвілля, доступне громадськості, залежить від національного законодавства

відповідної країни - кількість робочих годин на тиждень, тривалість відпустки або канікул тощо. Дати шкільних канікул, національних і релігійних свят та зв'язок в даному році із суботами та неділями важлива для організаторів туристичних послуг з урахуванням активізації попиту на ці послуги[20].

Туристична індустрія є відкритою системою, на розвиток якої має вплив багато факторів, таких як: політичні, соціально-економічні, природні тощо, тому для його ефективного функціонування необхідно створити певні умови, які представлені на рисунку 1.4., [12].

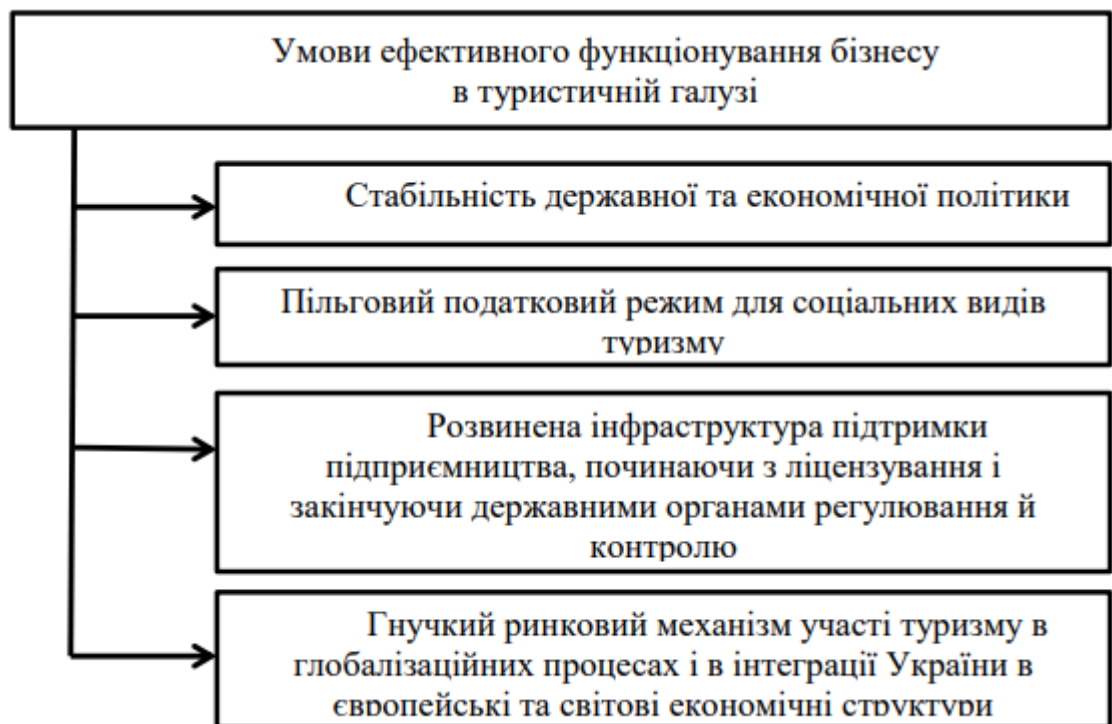


Рис. 1.4. Умови функціонування туристичного бізнесу

Для того, щоб туристична діяльність була визнана однією з пріоритетних галузей національної економіки та ефективно функціонувала, необхідно першочергово вирішити питання, які вимагають безпосереднього регулювання держави та підтримки з боку органів виконавчої влади. Серед них:

- налагодження взаємодії державних органів з громадськими, бізнесовими та науковими структурами.
- підвищення рівня безпеки на об'єктах туризму та маршрутах, швидка екстрена допомога туристам, які постраждали під час подорожі.

- організація інфраструктури та інформаційного забезпечення об'єктів і маршрутів туристичної індустрії;

- удосконалення податкового законодавства держави, що допомагатиме інвестуванню в туристичну інфраструктуру та санаторно-курортні заклади.

За останні два роки, під час пандемії та тривалого карантину, туристичний бізнес, як і більшість компаній, перебуває у кризовому стані. Він втратив велику кількість компаній, які не змогли втриматись на ринку, це було близько 25%, а компаніям, які залишилися, довелося адаптуватися до нових умов роботи, відповідати вимогам карантину та сучасним потребам покупців послуг, та пропонувати нові види туристичних послуг, які в сучасних умовах передбачатимуть їх повний комплекс, з додатковим спектром нових послуг та дотримання безпечних умов відпочинку.

Наразі туристичний бізнес існує в умовах пандемії та постійного карантину, щоб якнайшвидше адаптуватися до сучасних умов та вийти з кризового стану, туристичній галузі необхідно запроваджувати нові напрямки туристичного бізнесу та застосовувати наявні світові тенденції для отримання додаткового доходу та стабільності ситуації.

Підводячи підсумки, слід зазначити, що розвиток туризму залежить від комплексу факторів, правильна систематизація і класифікація яких виведе індустрію туризму на новий етап розвитку, а для ефективного розвитку бізнесу необхідні наступні заходи:

- всебічний розвиток галузевої інфраструктури для комплексного обслуговування усіх категорій туристів;

- проведення регулярних навчальних курсів та семінарів у сфері туризму для туристичних компаній та зацікавлених сторін;

- використання інноваційних продуктів, зокрема централізованої комп'ютерної мережі для бронювання місць проживання та створення реальної бази даних послуг у туристичній галузі;

- формування державної політики у сфері туризму, що сприятиме його ефективному розвитку.

Висновки до першого розділу

За результатами аналізу наукової літератури стосовно поняття, сутності і видів міжнародного туризму, можемо визначити, що під терміном «туризм» слід розуміти сукупність зв'язків, а також єдність явищ і зв'язків, які супроводжують під час подорожі туристів. Класифікація туризму полягає в групуванні його за певними однорідними ознаками залежно від певних практичних цілей. Одним із видів туризму є міжнародний туризм, під яким розуміють туристичні поїздки людей, які виїжджають за межі країни свого постійного проживання з туристичною метою. Існує дві форми міжнародного туризму, а саме в'їзний та виїзний туризм, які відрізняються залежно від напрямку туризму.

Міжнародний туризм має багато особливостей, найважливішою з них є значний вплив комплексу правових норм, пов'язаних з перетином туристами державних кордонів. Відвідування іноземної країни туристом неможливе без виконання багатьох туристичних формальностей, таких як митні, прикордонні та валютні правила, а також інші норми правових актів, встановлені країною відправлення та приймаючої країни або групою країн.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У СВІТІ

2.1. Тенденції розвитку ринку туристичних послуг у світі

Туризм є одним із найбільш стабільних секторів, що розвиваються, і є основою економіки багатьох розвинутих країн і країн, що розвиваються. Завдяки стрімкому розвитку світовий туризм у 20 столітті був визнаний економічним феноменом. Протягом багатьох років туризм постійно демонстрував свою стійкість і здатність не тільки відновлюватись після економічних криз, але й сприяти ширшому економічному та соціальному відродженню. Пандемія COVID-19 найбільше вдарила по світовій туристичній індустрії. Потік туристів через пандемію коронавірусу у всьому світі скоротився на 65% [68].

За останнє десятиліття індустрія туризму стала однією з найважливіших галузей на глобальному рівні. Туризм у понад 40 країнах світу залишається найважливішим джерелом прибутку для національних економік. Туристична індустрія через пандемію в 2020 році втратила 2,4 трлн. доларів США.

Найперспективнішою галуззю національної економіки є туризм, а розвиток туристичної галузі гарантує вагомий внесок у розвиток економік країн світу, що забезпечує створення нових робочих місць, наповнення бюджету держав податками та візитами.

За статистичними даними Всесвітньої туристичної організації ООН, кількість туристів у 2020 році скоротилася на 1,1 мільярда осіб, тобто на 73%. Експортні доходи від міжнародних туристичних послуг у 2020 році також впали на 1,1 трлн. США, а саме на 63%, тобто прибуток впав до рівня початку 90-х років. У світовому ВВП прямий внесок туризму зменшився на 2,0 трлн. доларів США [42].

Міжнародні потоки туристів у 2021 році зменшилися на 1 млрд. осіб, тобто на 72% у порівнянні з 2019 роком та зросли на 15 мільйонів осіб, тобто на 4%, у порівнянні з 2020 роком. Експортні доходи у 2021 році від міжнародного туризму змінились від -0,9 до -1,0 трлн. дол. США, а у світовому ВВП прямий внесок туризму зменшився на 1,6 трильйона доларів США [43], що представлено а таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Показники розвитку міжнародного ринку туристичних послуг

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

Внесок туризму в економічне процвітання залежить від якості та прибутку туристичної пропозиції. ЮНВТО підтримує напрямки в їх збалансованому позиціонуванні на достатньо складних національних і міжнародних ринках. Будучи Агентством ООН з туризму, ЮНВТО визнає, що країни, що розвиваються, виграють від сталого туризму, і прагне допомогти в цьому.

Сьогодні індустрія туризму є однією з форм міжнародної торгівлі послугами, яка дуже динамічно розвивається. Наприклад, за останні двадцять років середньорічний темп зростання потоку іноземних туристів у всьому світі становив 5,1%, а надходження в іноземній валюті – близько 14% [70].

Згідно з даними ЮНВТО, кількість прибулих іноземних туристів у 2019 році досягла 1,5 мільярда, що відбиває збільшення на 4% порівняно з 2018 роком (збільшення на 54 мільйони), що, зрештою, є показником позитивної динаміки [42]. Одночасно показники динаміки розвитку міжнародного туризму у 2019 році трохи знизилися, представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Світові тенденції розвитку міжнародному туризму

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

Представимо це графічно на рисунку 2.1.

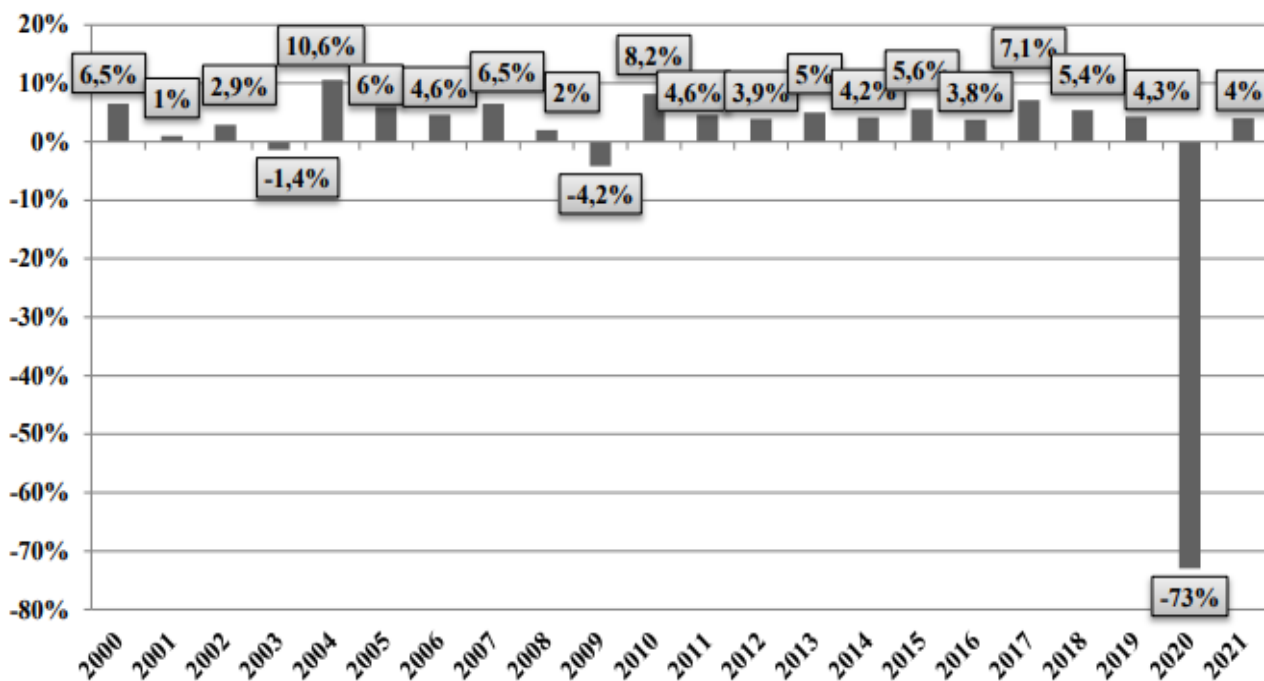


Рис. 2.1. Щорічні абсолютні значення кількості туристів у світі

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

Падіння міжнародного туризму на 73% у 2020 році пояснюється обмеженнями на подорожі, занепокоєнням споживачів та глобальною боротьбою проти коронавірусу. Усе це зробило цей рік найгіршим роком в історії туризму [41].

У 2021 році за статистичними даними було зареєстровано 415 мільйонів туристів у всьому світі порівняно із 400 мільйонами у 2020 році. У другій половині 2021 року міжнародний туризм трохи відновився, а саме, першій половині 2021 року прибуло 117 мільйонів туристів, тобто 28% від загальної кількості 2021 року, в той же час, у другій половині року – 298 мільйонів чоловік, тобто 72% [62; 63].

Зростання попиту на туристичні послуги у 2021 році було викликано підвищенням довіри туристів до вакцинації і невеликого послаблення обмежень у багатьох країнах на в'їзд. На літній сезон 2021 року деякі країни послабили свої обмеження, тому кількість країн з повним закриттям кордонів склала у червні 63 і у листопаді 2021 року - 46, що було найнижчим показником з моменту початку пандемії.

За оцінками міжнародних організацій, міжнародний туризм у грудні 2021 року впав на 66% у зв'язку із поширення нового штаму Omicron та нового сплеску випадків захворювання на COVID-19. Країни Європи та Америка зареєстрували підвищення показників у 2021 році, а саме, сума прибутків зросла відповідно на 19% і 17% у порівнянні з 2020 роком, але так само на 63% нижче рівня до пандемії у обох епізодах [64; 65].

В країнах Африці у 2021 році спостерігалось невелике зростання на 12% порівняно з 2020 роком, при цьому, лишилося на 74% нижче рівня 2019 року. На Близький Схід кількість прибутків скоротилася на 24% порівняно з 2020 роком і на -79% у порівнянні з 2019 роком. У Азіатсько-Тихоокеанському регіоні кількість прибутків у 2021 році була на 94% нижче рівня 2019 року, адже багато

країн ще залишалися закритими для туристичних поїздок [42], представлено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Розподіл ринку туристичних послуг за регіонами

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

У країнах Карибського басейну найвищий показник був у 2021 році, загальна кількість міжнародних рейсів зросла майже на 63% порівняно з 2020 роком, і на 37% нижче, ніж показники 2019 року. Відповідно до статистичних даних, окремі острови Карибського басейну майже досяг рівня до пандемії: у країнах Південної Середземноморської Європи зросли на 57%, у країнах Центральної Америки теж зросли на 54%, ці країни знано відновились у 2020 році, але все ж залишилися на рівні 54% і 56% нижче обсягів 2019 року. У країнах Північної Америки на 17% та країнах Центрально-Східної Європи на 18% відповідно зросли у порівнянні з рівнем 2020 року [46].

Серед популярних напрямків з відкритими даними за січень-листопад 2021 року декілька островів Карибського моря та Тихого океану, Азії, а також окремі дрібні європейські туристичні напрямки показали кращі результати діяльності у порівнянні з 2019 роком: зросли показники Віргінські острови США - +29%, Пуерто-Ріко - +4%, погіршились результати Албанії - 11% Сан-Марино - 19%, Мальдіви - 24%, Домініканська Республіка - 27%, Ліхтенштейн - 29%. В Мексиці спостерігалось зниження на 30% у листопаді 2021 року [49].

Хоч і спостерігається покращення, швидкість відновлювання лишається досить повільною і неритмічною у країнах різних регіонів світу через різний ступінь обмежень мобільності переміщення, рівень вакцинації населення та впевненість подорожуючих. В останній час міжнародний туризм поступово почав відновлюватись, особливо внутрішні подорожі сприяють відновленню загального туристичного сектора, найдужче в деяких країнах. Доцільно зауважити, що у 2019 році валовий внесок всесвітньої туристичної індустрії у зайнятість, зокрема у робочі місця, підтримані непрямими та індукованими впливами, у загальній кількості зайнятих склав 10,4%, а саме 329 578 млн осіб, а прямий внесок склав 3,7% від зайнятих у всіх видах сферах світової економіки, а саме 119,223 млн робочих місць [64; 65].

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) в 2020 році міжнародні туристичні прибуття скоротилися на 73% або на 1,1 млрд. осіб в порівнянні з до пандемічним 2019 роком. В 2019 році по світу подорожувало 1,464 туристів, але під впливом пандемії COVID-19 цей показник скоротився до 400 млн. чоловік. 2020 рік, найгірший рік для туризму за всю історію, пов'язаний з пандемією COVID-19 [64; 65].

В 2021 році міжнародні туристичні прибуття зросли на 4% порівняно з 2020 роком та становили 415 мільйонів осіб проти 400 мільйонів подорожуючих. Однак кількість міжнародних туристів (ночівників) все ще була на 72% нижчою або на 1,049 млрд. осіб, ніж у 2019 році до пандемії. Це наслідок 2020 рік, коли міжнародні прибуття зменшилися на 73% [46; 72-75], (рис.2.2.).

Доцільно зауважити, що початком сучасної періоду розвитку світового туристичних ринку послуг слід починати з 1950-х років, коли чинники, пов'язані з післявоєнним відновленням економіки та соціальної сфери, стали каталізаторами стрімкого розвитку туристичних послуг. У 1950-2005 роках зниження доходів від міжнародного туризму відбулося спочатку в 1982 році через різкий спад світової економіки, потім у 2001 році - теракт 11 вересня і в 2003 році через епідемію SARS.

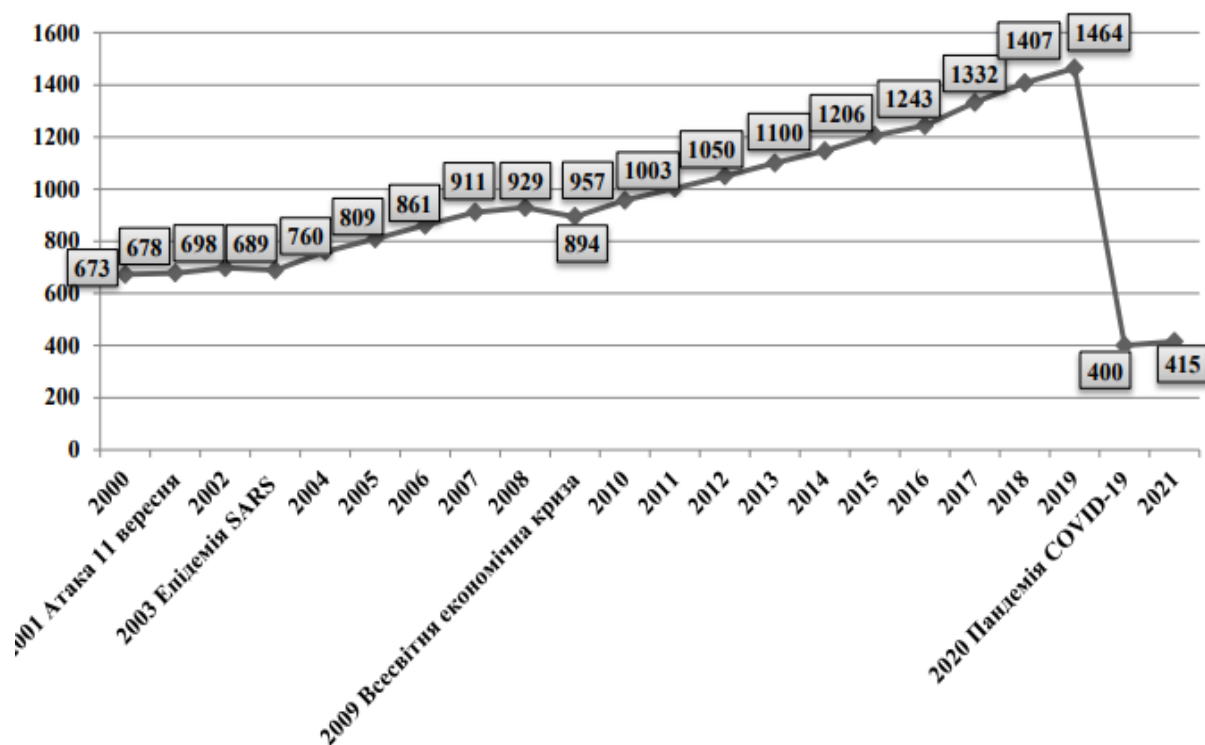


Рис. 2.2. Динаміка міжнародних туристів у світі (млн. осіб)

Після світової фінансової кризи 2008-2009 рр. було останнє зменшення кількості іноземних туристів у світі аж до 2020 року, яка виникла як результат глобальної пандемії [46; 72-75], (рис. 2.3).

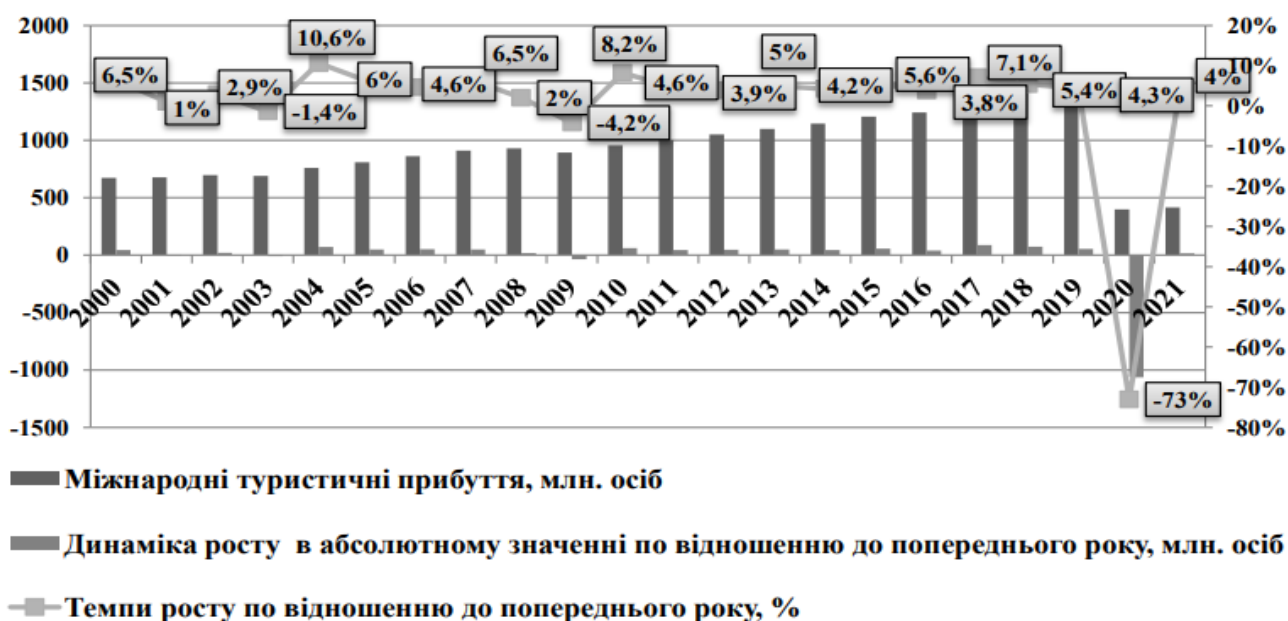


Рис. 2.3. Тенденції розвитку світового туристичного ринку послуг, млн.осіб.

На 2021 рік кількість міжнародних туристів у світі зменшиться на 1 мільярд. Втрата загального доходу від експорту міжнародного туризму з \$0,9 трильйона до \$1,0 трильйона у 2021 році. Понад 100 мільйонів робочих місць у туризмі знаходяться під загрозою втрати.

Перше видання Всесвітнього туристичного барометру ЮНВТО за 2022 рік зазначило, що зростання рівня вакцинації населення у поєднанні із пом'якшенням обмежень на туристичні подорожі через налагодження транскордонної координації і протоколів дали змогу вивільнити відкладений попит у світі.

Варто зазначити, що у 2021 році 67,4% відвідувань припали на країни Європи і вважались найбільш відвідуваними регіонами у світі. Наступним за рейтингом з показником 19,7% по рівню інтересу серед іноземних туристів стали Сполучені Штати Америки. Країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону відвідали 5% туристів світу, а країни Африки та Близького Сходу відповідно 4,3% і 3,5% [46; 74], (рис. 2.4):

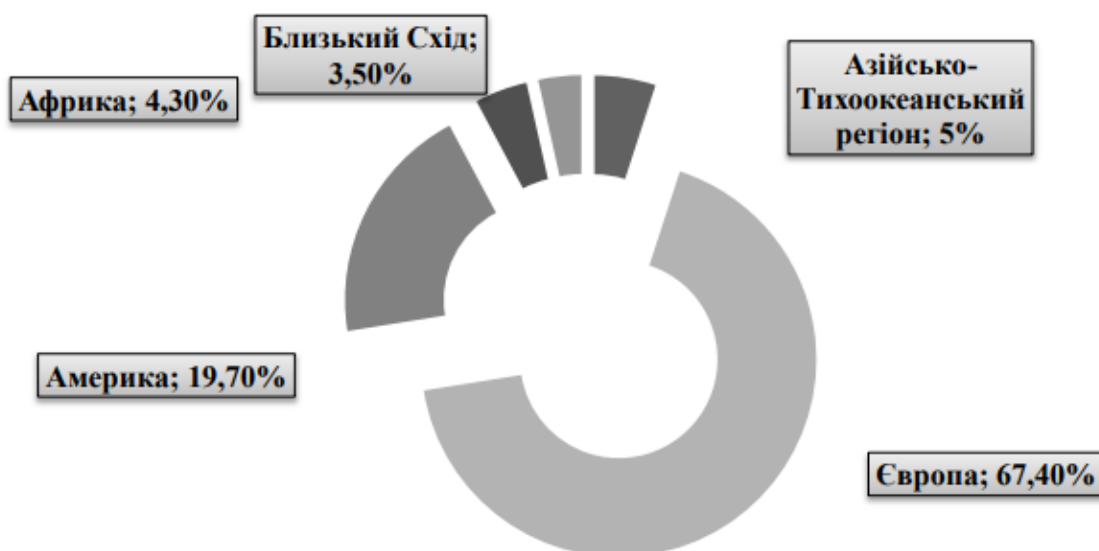


Рис. 2.4. Структура міжнародних потоків туристів за регіонами у 2021 році

Крім того, існують певні регіональні особливості у наслідках кризи для міжнародної туристичної галузі. Зокрема, досліджено взаємозв'язок між борговою кризою, яка спостерігалася в багатьох країнах Європейського Союзу в

2008-2010 роках, і спадом туристичного ринку. Наприклад, у розпал кризи Греція мала бюджетний дефіцит у 13% ВВП і державний борг понад 300 мільярдів євро. Одним з відповідних резонансів у відповідь на кризу стали численні страйки, які вплинули на рівень туризм, зокрема: систематичні затримки або скасування рейсів, відмова в бронюванні, закриття готелів і ресторанів тощо [49].

Зниження цін на туристичні послуги у Греції та збільшення потоку туристів з України, Росії та Білорусі не дуже вплинули на кризовий стан. Падіння грецького ринку виявилось одним із найсильніших у Європі.

Після кризи 2008-2009 рр. деякі країни та регіони швидше за інших зуміли адаптуватися до нових умов, змінивши власні моделі розвитку або скориставшись ситуацією, що склалася. Наприклад, у Чехії багато туристичних агентств, побоюючись хвилі банкрутств, почали переорієнтовувати свою діяльність на інші види, такі як продаж квитків і різні онлайн-сервіси. І Таїланд, так і другі країни Південно-Східної Азії протягом короткого періоду слугували альтернативою Туреччині, яка зазнала занепаду не лише через економічну кризу, а й через політичну нестабільність та іміджеві скандали на багатьох турецьких курортах [17].

Кількість міжнародних туристів у 2019 році становила близько 1,5 мільярда. За даними Всесвітньої туристичної організації UNWTO і зазначає, що 2019 рік став десятим поспіль роком позитивної динаміки для світового туризму. Однак зростання кількості міжнародних туристів у 2020 році уповільнилося, таку ж статистику ми можемо спостерігати з поточним 2021 роком [76], представлено на рис. 2.5.

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO), за перші 10 місяців 2020 року міжнародний туризм впав більш ніж на 70% до рівня 1990 року [76].

У 2020 році міжнародний туризм впав на 71,9% через обмеження на подорожі, занепокоєння споживачів і глобальну боротьбу з коронавірусом. Все це зробило цей рік найгіршим в історії туризму.

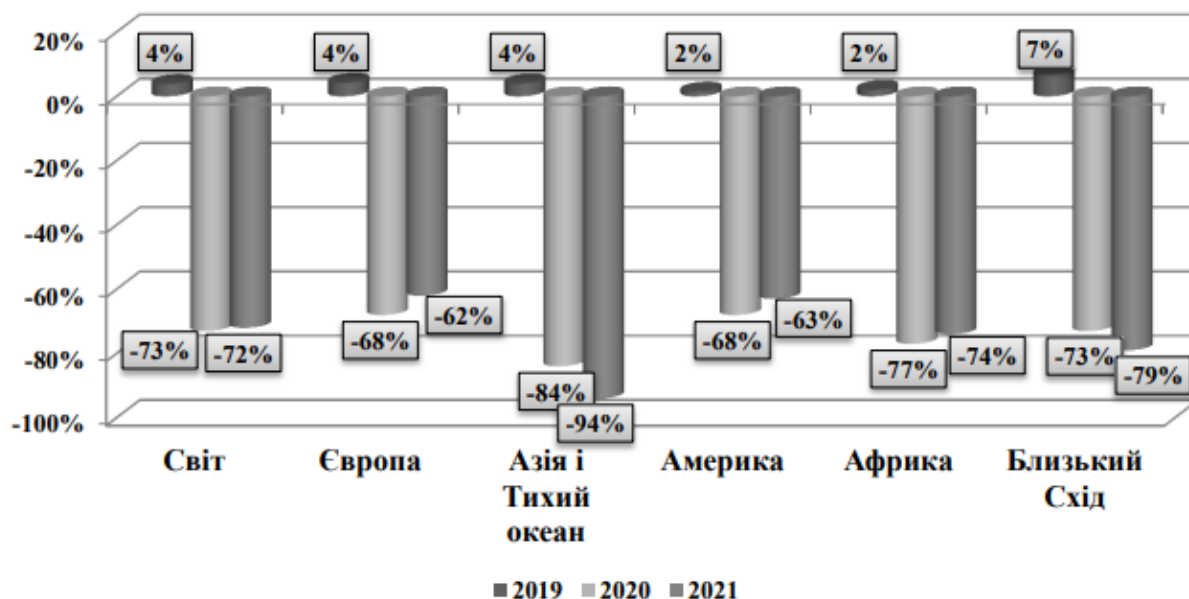


Рис. 2.5. Абсолютний приріст іноземних туристів за регіонами

За статистичними даними Всесвітньої ради подорожей і туризму, туристична індустрія у 2018 році забезпечила 319 млн робочих місць, а обсяг коштів у цю галузь склав 8,8 трлн доларів. У 2015-2019 роках туристичні послуги постійно становили близько 24% від загального обсягу експорту послуг, в абсолютних значеннях отримані в діапазоні 1,2-1,4 трлн дол. США, де 5% займають розвинені країни, 40% - країни, що розвиваються, і 2% - країни з перехідною економікою [45].

Також за даними Всесвітнього туристичного барометра ЮНВТО, серед світових лідерів за кількістю туристів є десять країн: Велика Британія, Іспанія, Італія, Китай, Мексика, Німеччина, США, Туреччина, Таїланд та Франція [71]. У 2020 році кількість доходів від міжнародного туризму знизилася на 71,9% у 2020 році порівняно з аналогічним періодом минулого року, вірус зменшив кількість туристів (табл. 2.4).

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), через пандемію туристичний потік на глобальному рівні у 2020 році зменшився на 1 млрд осіб порівняно з 2019 роком, що означає зниження на 74%. Слід зазначити, що після світової фінансової кризи 2009 року світовий туристичний ринок впав лише на 4%.

Країни-лідери за кількістю туристів

Місце	Країна	Прибуття, (млн. осіб) 2018рік	Прибуття, (млн. осіб) 2019рік	Прибуття, (%) 2020рік
1	Франція	89,4	90,2	*
2	Іспанія	82,8	83,5	-76,1
3	США	79,2	79,3	-72,0
4	Китай	62,9	65,7	-84,1
5	Італія	61,6	64,5	-57,3
6	Туреччина	45,8	51,2	-72,3
7	Мексика	41,3	45	-46,5
8	Таїланд	38,2	39,8	-79,4
9	Німеччина	38,9	39,6	-63,0
10	Великобританія	38,7	39,4	-60,5

Через наслідки кризи в галузі охорони здоров'я світові доходи від міжнародного туризму в 2020 році впали приблизно на 63% порівняно з попереднім роком і досягли приблизно 538 мільярдів доларів США [61]. У 2019 році доходи від туризму в усьому світі досягли приблизно 1,47 трильйона доларів.

У середині грудня 2020 року Всесвітня туристична організація опублікувала звіт, згідно з яким кількість поїздок за кордон за перші десять місяців впала на 72% і повернулася до рівня 1990 року [61]. Низька довіра клієнтів, обмеження на подорожі та глобальна боротьба з коронавірусом зробили 2020 рік найгіршим в історії туризму.

За даними UNWTO-IATA, за перше півріччя 2022 року 35 напрямків у всьому світі скасували всі обмеження на подорожі, пов'язані з COVID-19. Більшість із цих повністю відкритих напрямків знаходяться в Європі: Албанія, Болгарія, Великобританія, Греція, Ірландія, Ісландія, Киргизстан, Латвія, Литва, Ліхтенштейн, Молдова, Норвегія, Північна Македонія, Польща, Румунія, Сербія, Словенія, Угорщина, Хорватія, Чорногорія, Чехія, Швейцарія та Швеція [44; 72].

У 2021 році Європа показала найбільші регіональні показники порівняно з 2020 роком, коли кількість туристів зростає на 44 мільйони осіб, тобто на 19%,

завдяки високим показникам у літній сезон та четвертому кварталі 2021 року, у 2021 році обсяг прибутку від туризму у Європі склав 281 мільйон доларів. США, що на 44 млн дол. США більше, ніж рік тому, але кількість міжнародних доходів на 62 відсотки нижче, ніж у 2019 році [45].

Країни Південної Європи та Середземномор'я продемонстрували найвищі результати серед субрегіонів у 2021 році +57% порівняно з 2020 роком, хоча міжнародні доходи залишилися на 55% нижчими за рівень до пандемії. У країнах Центрально та Східної Європи також було зафіксовано зростання на 16% у 2021 році, але воно все ще було на 65% нижче, ніж у 2019 році. Країни Західної Європи (-10%) і Північної Європи (-26%) спостерігали зниження доходів у 2021 році порівняно з 2020 роком, що у порівнянні з 2019 роком показало зафіксовано зменшення на 65% і 81% відповідно [45; 63].

Кількість міжнародних туристів у 2021 році до 27 країн-членів ЄС зросла на 13%. порівняно з 2020 роком, але лишилась нижче на 62%, ніж у 2019 році. Відкриття нових напрямків, а також підвищення рівня вакцинації та запровадження цифрового сертифікату щодо COVID-19, країни ЄС спростили процедуру подорожей у межах та за межами ЄС.

У Європі пряма частка туризму у ВВП впала з 4,3% у 2019 році до 2,2% у 2020 році, як частка ВВП. Виходячи із результатів за регіонами у 2021 році, прямий внесок туризму у ВВП країнами ЄС, за оцінками, зріс до 2,6% у 2021 році [74].

Експортні надходження в 2020 році від міжнародних туристичних послуг впали \$1,1 трлн. або на 63% на порівняно з 2019 роком, отже падіння прибутку до показників початку 1990 років. Прямий внесок туристичної галузі у світовий ВВП зменшився на \$2 трлн. США порівняно з 2019 роком [33].

У 2021 році доходи від міжнародного туризму впали \$1,1 трлн. або на 73%, порівняно з допандемічним 2019 роком і під час пандемії COVID-19 склав приблизно \$700 млрд., тобто прибуток впав більш ніж на \$1 трлн. Це незначне покращення порівняно з 2020 роком через збільшення витрат на подорожі, але менше половини від \$1,7 трлн., отриманих у 2019 році. Прямий внесок

туристичної галузі у світовий ВВП становив 1,9 трлн доларів. США та зменшився на 1,6 трлн. США порівняно з 2019 роком [33; 72-75], (рис. 2.6):

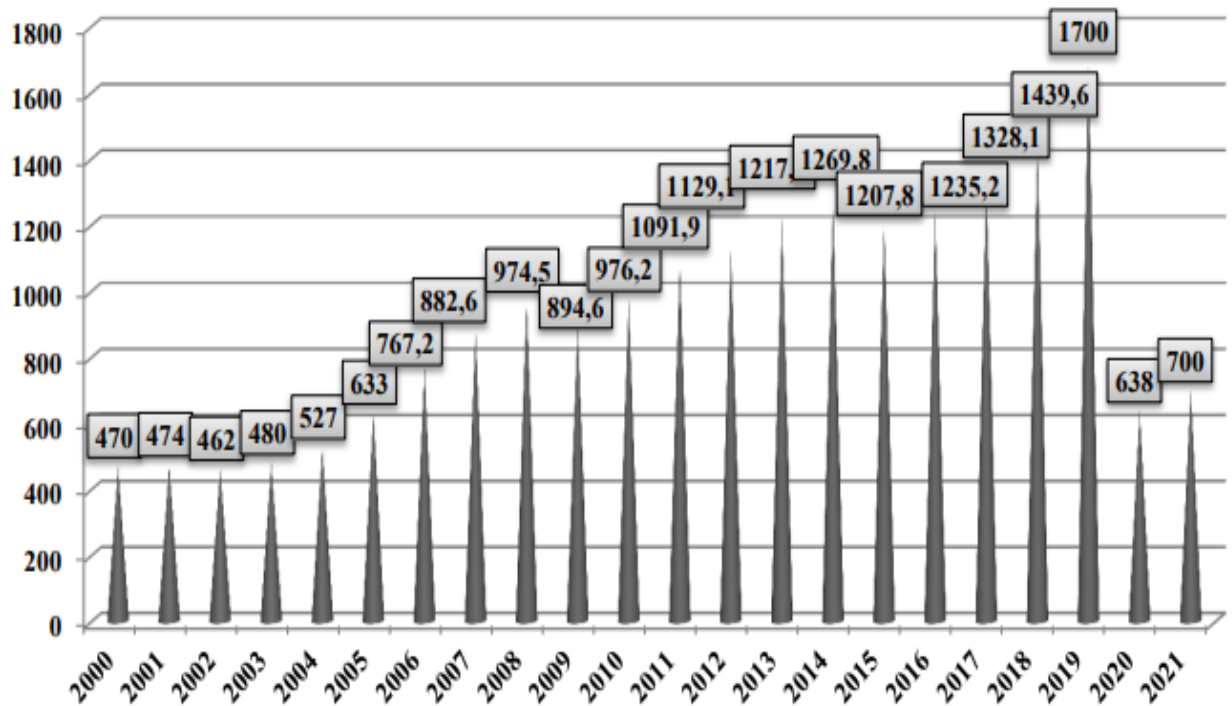


Рис. 2.6. Динаміка доходів від міжнародних туристичних послуг

У 2021 році середня вартість подорожі переважила 1500 дол. США порівняно з 1300 дол. США у 2020 році, це пов'язували із значними заощадженнями, що тривалий час відкладали, та довшим по терміну перебуванням, а також значним ростом цін на транспорт та проживання. У листопаді 2021 року спостерігався найнижчий рівень кількості закритих напрямків. Країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону залишаються регіоном з максимальною кількістю закритих напрямків для туризму. Відновлювання залишається нерівномірним через появу нового штаму Omicron і зростанням великої кількості інфекцій у окремих регіонах світу [73].

Франція та Бельгія зафіксували відносно менші скорочення витрат на туризм у 2021 році, на -37% і -28% відповідно порівняно з 2019 роком. Саудівська Аравія (-27%) і Катар (-2%) також засвідчили в 2021 році трохи кращі результати [74].

Серед головних напрямків туризму: обсяги у Мексиці та Туреччині впали відповідно на 24% та 16% порівняно з 2019 роком. Перспективи відновлення після небаченого спаду у 2020 та 2021 роках очікується, що ринок міжнародних туристичних послуг продовжить своє плавне відновлювання у 2022 році [72-75].

У кінці березня 2022 року у 12 напрямках не діяли обмеження щодо COVID-19, і все більше напрямків пом'якшили або скасували обмеження на поїздки, допомагаючи задовольнити відкладений попит на послуги.

ЮНВТО розрахував індекс довіри, який показав незначне зниження чисельності подорожуючих за січень-квітень 2022 року.

Прогнози ЮНВТО свідчать про те, що кількість міжнародних туристів у 2022 році може зрости на 30-78% порівняно з 2021 роком. Однак це все одно буде на 50-63% менше, ніж до пандемії. Нещодавнє зростання кількості випадків COVID-19 і штаму Omicron негативно вплине на відновлення початкових планів 2022 року, адже окремі країни можуть знову ввести обмеження на поїздки та інше. Тим часом, нова компанія по вакцинації та результати є нерівномірним, у багатьох країнах все ще повністю закриті кордони, головним чином в країнах Азії та Тихоокеанського регіону.

Досить складне економічне середовище може чинити подальший тиск на успішне відновлення міжнародного туризму через зростання цін на нафту, зростання інфляції, потенційне підвищення процентних ставок, високий рівень боргу та триваючі збої в ланцюзі поставок. Проте нинішнє відновлення туризму на багатьох ринках, головним чином у країни Європи та Америки, а також і загальною вакцинацією та узгодженим скасуванням обмежень на туристичні подорожі дозволить відновити минулу довіру споживачів до міжнародного туризму до 2022 року.

У час, коли міжнародний туризм відновлюється, спостерігається, як внутрішній туризм продовжує заохочувати відновлювання сектору у зростаючій кількості напрямків, особливо на тих, які мають досить великі ринки всередині країни. За оцінками експертів, внутрішній туризм та мандрівки недалеко від дому, а також активний відпочинок на природі, сільський туризм та натуральні

продукти є одними з визначальних туристичних трендів, які будуть продовжувати формувати тенденції туризму у 2022 році.

Тому, 2022 рік став роком чергового пристосування до дійсності, спричиненої пандемією та новими світовими туристичними трендами. Рік, коли компанії туристичній індустрії продовжують адаптуватися, вчитися на світовому досвіді та думках споживачів, які подорожують під час COVID.

У майбутньому ділові подорожі та відпочинок, майбутні напрямки роботи, світова кліматична ситуація, підтримка місцевої економіки та туристичних спільнот і розвиток нових технологій є одними з ключових питань, які потребують вирішення та які останнім часом набувають все більшого значення, тому і потребують вирішення окремі напрями стратегій на шляху їх відновлення [72; 73].

Збій, спричинений COVID-19, показав, наскільки цей сектор вразливий до зовнішніх загроз, і тому коронавірус може бути не останнім явищем, яке вплине на розвиток туристичного сектору у найближчий час. З цієї причини, а також для того, щоб подорожі могли оговтатися від глобальної пандемії, усі зацікавлені сторони туристичної індустрії запрошуються працювати разом і створити сектор, який буде вкрай стійкішим до криз, стійким і дужче технологічним у майбутньому.

Таким чином, туризм давно став одним із важливих елементів інфраструктури багатьох країн, який опосередковано, а часом і прямо впливає на загальний розвиток країни. Саме розвинена інфраструктура в поєднанні з наданням високоякісних послуг і сприятливими кліматичними умовами, історико-культурною та архітектурною спадщиною є основою і в кінцевому підсумку перетворює туризм у високорентабельний сектор економіки кожної країни. Тому туризм розглядають як один із впливовіших факторів на ефективний та динамічний економічний розвиток країни.

Через пандемію індустрія туризму зазнала величезних втрат, оскільки ця пандемія стала найповажнішим викликом у 2020 році та досі негативно впливає на туризм та поглиблює світові економічну та соціальну кризи. COVID-19 і

запровадження суворих протиепідемічних заходів світом прискорили трансформацію міжнародного туризму, тож нинішня криза – це шанс створити більш стійку туристичну економіку, почати розробку нових туристичних послуг з усіма протиепідеміологічними заходами, зорієнтувати важливі зусилля державних органів у напрямок розвитку та підтримки національного (внутрішнього) туризму та реабілітаційний напрямок у рекреаційному секторі.

2.2. Сучасний стан розвитку туристичного бізнесу в Україні

Туризм є одним із найбільш стабільно зростаючих секторів у світі і є основою економіки багатьох розвинутих країн і країн, що розвиваються. Завдяки стрімкому розвитку світовий туризм визнаний економічним явищем 20 століття. Протягом багатьох років туризм постійно демонстрував свою стійкість і здатність не тільки «відновлюватися» після економічних криз, але й сприяти ширшому економічному та соціальному відродженню.

Пандемія COVID-19 найбільше вдарила по туристичній сфері в країнах по всьому світі. Згідно з показниками, що містяться у звіті Всесвітньої ради подорожей і туризму (WTTC), підготовленому спільно з Oxford Economics, частка туризму в світовому ВВП в 2020 році впала до рівня \$4,7 млрд., тоді як у 2019 році цей показник становив 10,4% , або \$9,2 млрд. Це означає, що минулого року частка туризму у світовому ВВП скоротилася вдвічі. У 2020 році туризм втратив майже \$4,5 трлн., а його частка у світовому ВВП зменшилася на 49,1% [46].

У 2020 році через пандемію коронавірусу в усьому світі було втрачено близько 62 мільйонів робочих місць у туристичному секторі, що на 18,5% менше, ніж у попередньому році.

Сьогодні кількість людей, які працюють у туристичній галузі, становить 272 мільйони осіб. До пандемії на міжнародний туризм, включаючи його прямі та непрямі наслідки, припадало кожне четверте нове робоче місце, або 10,6% від загальної чисельності робочих місць у світі - 334 млн. осіб [48].

За офіційними даними, туристична галузь України вже втратила за час пандемії щонайменше \$1,5 млрд. Тисячі працівників туристичної сфери України втратили роботу. Всі країни світу намагаються підтримати туристичний сектор, запроваджуючи різні програми підтримки бізнесу і збереження робочих місць. Як показує попередній досвід, конструктивний і безперервний соціальний діалог між урядами та соціальними партнерами відіграє ключову роль у розробці ефективних відповідей на соціальні та економічні виклики. Діючи в односторонньому порядку, уряди не в змозі усунути причини та наслідки кризи або забезпечити стабільність і соціальне відновлення. Соціальний діалог є незамінним інструментом для продуманого врегулювання кризи та швидшого відновлення, а також є найважливішим управлінським заходом для впровадження реформ.

Під впливом пандемії, за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), кількість міжнародних туристичних прибутків на всіх континентах світу значно скоротилася.

За прогнозними даними, також спостерігається спад у розвитку міжнародного туризму через війну в Україні, так як, війна створює нові виклики глобальному економічному середовищу та може ускладнити відновлення довіри до глобальних подорожей [54].

Світова індустрія туризму вже відчуває наслідки війни в Україні. Неждане зменшення кількості росіян та українців, які виїжджають за кордон після російського вторгнення, завдало великої шкоди відновленню туристичної галузі одразу після COVID-19.

Авіаційні компанії по-новому планують рейси, намагаються літати не над територією росії, також світові санкції не дозволяють росіянам розраховуватись за кордоном картками всесвітньо відомих фінансових систем.

Популярні туристичні країни оцінюють, яким буде на тлі російської агресії спад туризму. Водночас Україна та міжнародне співтовариство вимагають припинити співпрацю з росією, особливо у сфері туризму.

Західні держави після вторгнення Росії в Україну заборонили російським пасажирським літакам влітати у свій повітряний простір, і як наслідок, вся туристична індустрія росії зазнала кардинальних змін [53].

Західні санкції щодо росії різко звужили список місць, куди її громадяни можуть виїжджати за кордон, фактично країну ізолювали від решти світу. Поки що росіяни можуть літати тільки в 15 країн, в основному це країни колишнього Радянського Союзу, а також: В'єтнам, Занзібар, Іран, Ізраїль, Катар, Об'єднані Арабські Емірати, Таїланд та Туреччину, і лише деякі російські авіакомпанії. Багато людей просто їдуть куди завгодно, маючи квиток в один кінець і готівку. Наприклад, до Вірменії, Грузії, Об'єднаних Арабських Еміратів, Узбекистану.

Як наслідок, через пандемію COVID-19 кількість міжнародних туристів на всіх континентах значно скоротилася. Зараз прогнозують зменшення туристичного потоку через війну в Україні [54].

Станом на березень 2022 року лише 12 напрямків не мали обмежень через COVID-19, і все більше напрямків починають пом'якшувати або скасувати обмеження на подорожі, допомагаючи задовольнити відкладений попит. Втім високий рівень невизначеності, що постає внаслідок військового наступу росії проти України, у поєднанні із складною економічною ситуацією та пандемічними обмеженнями на подорожі, які все ще діють, можуть вплинути на загальну довіру та падіння тенденцію зросту туризму у 2021 році [52].

Війна в Україні створює нові виклики світовому економічному середовищу та загрожує перешкодити поверненню довіри до світових подорожей. Закордонні ринки США та Азії, які почали відкриватися, можуть мати особливий вплив на подорожі до Європи, оскільки ці ринки історично були більш схильними до ризику. Закриття повітряного простору України та росії, а також заборона присутності російських авіакомпаній у багатьох країнах Європи впливають на подорожі Європою, що спричиняє обхідні туристичні маршрути на довгомагістральних рейсах між Європою та Східною Азією, що призводить до досить тривалих за часом рейсів і набагато вищих витрат.

Україна з її мальовничими краєвидами, історичними містами та прекрасним морським узбережжям також була популярним туристичним напрямком у світі. Але зараз повітряний простір України закритий для пасажирських літаків, а міста та інфраструктура руйнуються.

У 2020 році на росію та Україну припадало 3% світових витрат на міжнародний туризм, і майже \$14 млрд. світового доходу від туристичної сфери можуть бути втрачені, якщо конфлікт триватиме [54].

По оцінкам Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) щодо глобального економічного зростання у цьому році може зменшитись на 1%, чим прогнозувалося раніше, а інфляція, яка була досить високою на початку року, може зрости ще на 2,5% [53].

Нещодавнє зростання цін на нафту і збільшення інфляції ведуть до подорожчання житла та транспорт, створюючи додатковий фінансовий тиск на бізнес, споживчі витрати та заощадження. Цей прогноз узгоджується з аналізом потенційного впливу конфлікту на глобальне економічне відновлення та зростання Конференцією ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD), яка також у своєму прогнозі на 2022 рік знизила відсоток глобального економічного зростання з 3,6% до 2,6% і попередила, що більш вразливими до кризи будуть країни, що розвиваються.

Міжнародна банківська система SWIFT, яка об'єднує понад 11 тисяч фінансових організацій та установ в усьому світу, насамкінець лютого 2022 року призупинила банківське обслуговування карток семи російських банків через війну в Україні. Це завдало шкоди російській фінансовій системі та обмежило її здатність до міжнародної торгівлі. Це унеможливило росіянам користуватися банківськими рахунками та кредитними картками за кордоном [53].

Найбільших втрат українських туристів у сезоні 2022 року зазнала Туреччина, де туристична галузь до пандемії складала 10% ВВП країни, вже у 2021 році після зняття обмежень на поїздки країну відвідали майже 4,7 млн. росіян і 2,1 млн. українців, що становило 25% від усіх 24,7 млн. іноземних туристів протягом року [55].

Хоча Туреччина не запровадила санкції проти росії та не закрила свій повітряний простір для її авіакомпаній, вторгнення в Україну розвіяло надії туристичної сфери на відновлювання. Прогнози доходів від туризму на цей рік також були значно знижені В'єтнамом.

Італія – одна з найпопулярніших країн серед іноземних туристів, яка одночасно з Європейським Союзом приєдналася до санкцій проти росії, хоча у звіті британської газети The Guardian говориться, що росіяни навряд чи увійдуть до топ-20 країн за кількістю відвідувачів цієї країни, в той же час, за терміном перебування в країні вони посідають дев'яте місце, а за сумою ввезених в країну грошей - поступаються лише німцям, вони активно скуповували нерухомість в Італії, а в деяких регіонах з'явилися цілі міста з російськими мешканцями: цілі населені пункти, де більша кількість будинків та віл належить саме громадянам росії. Продаж розкішних вілл росіянам становить значну частину доходів італійців: тут відкривалися компанії, орієнтовані на громадян країни-окупанта [55].

З метою подолання негативних економічних наслідків у галузі туристичних та рекреаційних послуг, які спричинені пандемією, необхідно розробити та реалізувати низку заходів на рівні органів державної влади та місцевого самоврядування щодо підтримки розвитку внутрішнього туризму та рекреації, активізація діяльності компаній у сфері туризму та рекреації та спрямування реабілітації для подолання наслідків коронавірусу, оскільки наслідки захворювання є серйозними та вимагають тривалого періоду відновлення, який надається у оздоровчо-туристичному комплексі.

Україна має величезний потенціал для розвитку туристичної сфери, географічно вигідне розташування в самому центрі Європи, велика кількість пам'яток, сприятливий клімат – усе це підтверджує, що потенціал туристичної сфери економіки в Україні може бути одним із основних інструментів зростання рівня соціально-економічного розвитку України [76].

Нинішня Україна відноситься до країн із значним, але нереалізованим потенціалом туристичної сфери, тому основними завадами є економічні, правові,

екологічні, соціальні, адміністративні та культурні фактори. Таким чином, українська економіка не отримує у достатньому обсязі фінансові надходження від туристичної галузі [71].

Сьогодні розвиток потенціалу туристичної галузі України дає наступні переваги:

- зростання фінансових коштів, у тому числі надходження іноземної валюти від іноземних туристів, тим самим збільшуючи доходи населення країни;
- зростання валового національного продукту,;
- сприяння збереження культурно-історичної спадщини країни;
- поповнення бюджету за рахунок збільшення податкового навантаження приймаючої сторони та інші доходи;
- збільшення зайнятості населення та створення нових робочих місць;
- залучення іноземних інвестицій тощо [65].

Це все значиме, що збільшення потоку туристів в Україні пожвавить національну економіку. Водночас слід зазначити, що туристична галузь України зараз переживає непрості часи, оскільки неухильно зменшується з 2014 року кількість туристів.

За статистичними даними Державного агентства розвитку туризму України, у 2015 році загальна кількість туристів в Україну становила 2019576 осіб. З 2014 по 2016 рік кількість іноземних, виїзних і внутрішніх подорожуючих значно скоротилася внаслідок військових дій на Донбасі та анексії Криму. Але в 2016-2019 роках спостерігалось різке збільшення кількості туристів в Україну, до рекордної кількості у 2019 році в 6132097 осіб [44].

Туризм є дуже перспективною сферою України, про це свідчить значна кількість туристів, які обслужили туроператори та турфірми, а також динаміка туристичних потоків в Україні за останні роки (рис. 2.7), [44, 49].

У 2020 році кількість туристів в Україні зменшиться до 2360278 осіб, тобто на 3771819 осіб, тобто на 61,51% менше порівняно з 2019 роком через пандемію COVID-19 і відповідно до світових тенденцій [44, 49].

Незважаючи на COVID-19 та різні потрясіння у світі, люди досить активно відвідують Україну. За статистичними даними Державного агентства розвитку туризму України у 2021 році нашу країну відвідали 4271991 іноземні туристи, це на 26,3% більше, ніж у 2020 році, в той же час, він в 3,5 рази нижчий, аніж до пандемії.

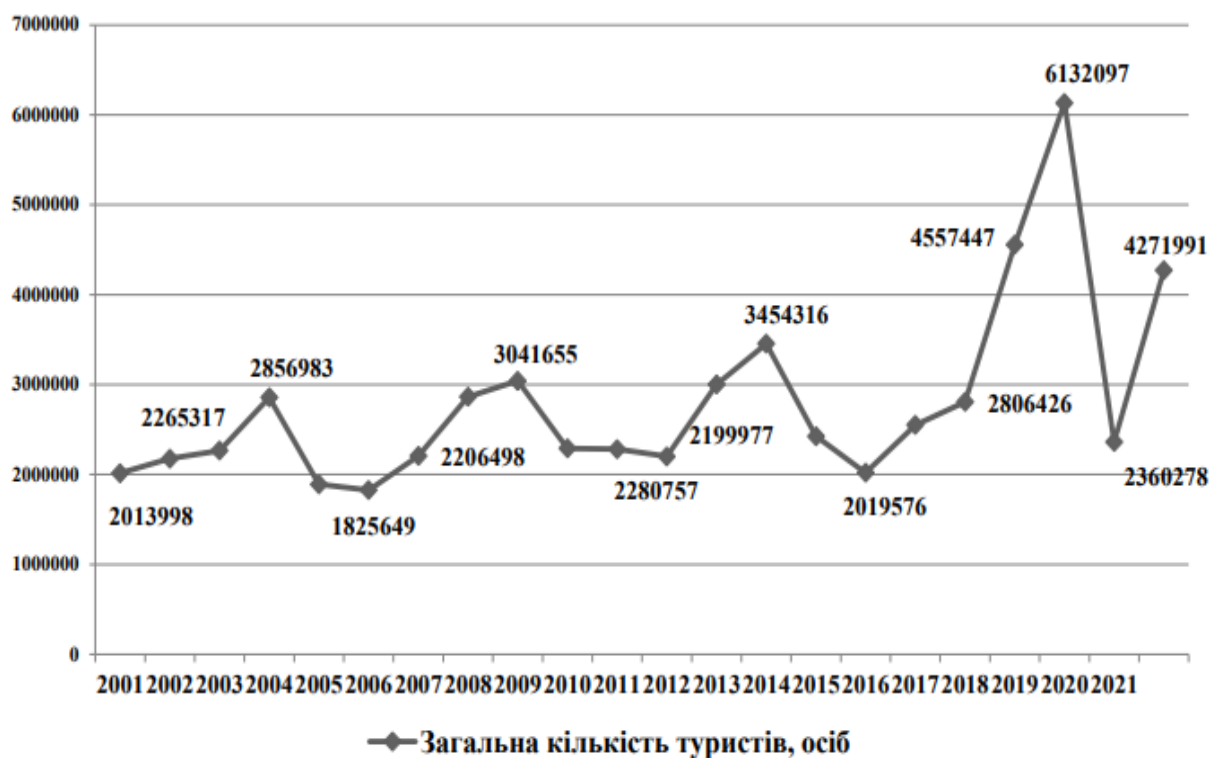


Рис. 2.7. Динаміка чисельності туристів в Україні, які обслужили турагенства та туроператори

Також у 2021 році, за статистичними даними Державної служби статистики України нашу країну відвідали туристи: 70% з країн Європи, 25,5% з країн Азії, 3% з Північної Америки, 1,4% з країн Африки. На країни Океанії та Південної Америки прийшло 0,6% та 0,2% відповідно.

У 2020 році в Україну прибуло туристів: 79,2% з країн Європи, 17,7% з країн Азії, 1,5% з країн Північної Америки, а також по 0,7% туристів з Океанії та країн Африки (рис. 2.8), [49].

2020 рік поставив індустрію туризму в екстремальні умови та кардинально змінив ставлення туристів до вибору країн для відпочинку. Одночасно 2021 рік

відзначився плавним поновленням туризму, як і для України, так і для всього світу. Відбувся істотний перегляд маршрутів подорожей і зростання внутрішніх туристичних подорожей по всьому світу.

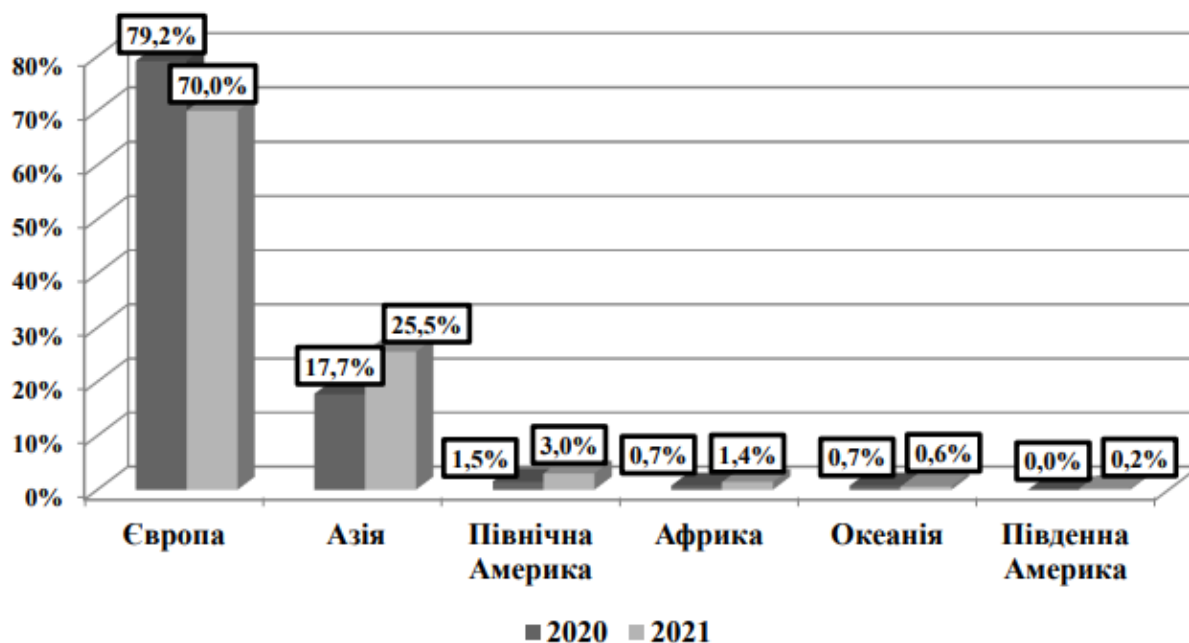


Рис. 2.8. Структура іноземних туристів в Україну за регіонами

Примітно, що динаміка туристичних потоків в Україні у 2010-2020 рр. і співвідношення виїзних, в'їзних та внутрішніх туристів за певний період докорінно змінилося, це пов'язують з належними етапами розвитку України [44, 48], (рис. 2.9.).

Чисельність туристів в Україну у 2015 році склав 15 159 осіб у відношенні до 357 021 туристів, які виїхали в цьому ж році, що є мінімальним значенням за даний період. Однак чисельність іноземних туристів в Україну стала поновлюватися, і показник частково вирівнявся. У 2019 році потік туристів в Україну становив 86 840 іноземних туристів, а у 2020 році через світову пандемію впав до 11 964 осіб.

Пандемія зіграла вагому роль у зменшенні кількості туристичних подорожей за кордон для людей всього світу, зокрема в Україні на сьогоднішній день можна оцінити втрати, які були наслідком карантинних заходів у останні

півтора роки. Втім ця ситуація стала мотивом для відкриття нових туристичних ринків і бурхливого розвитку внутрішнього туризму.

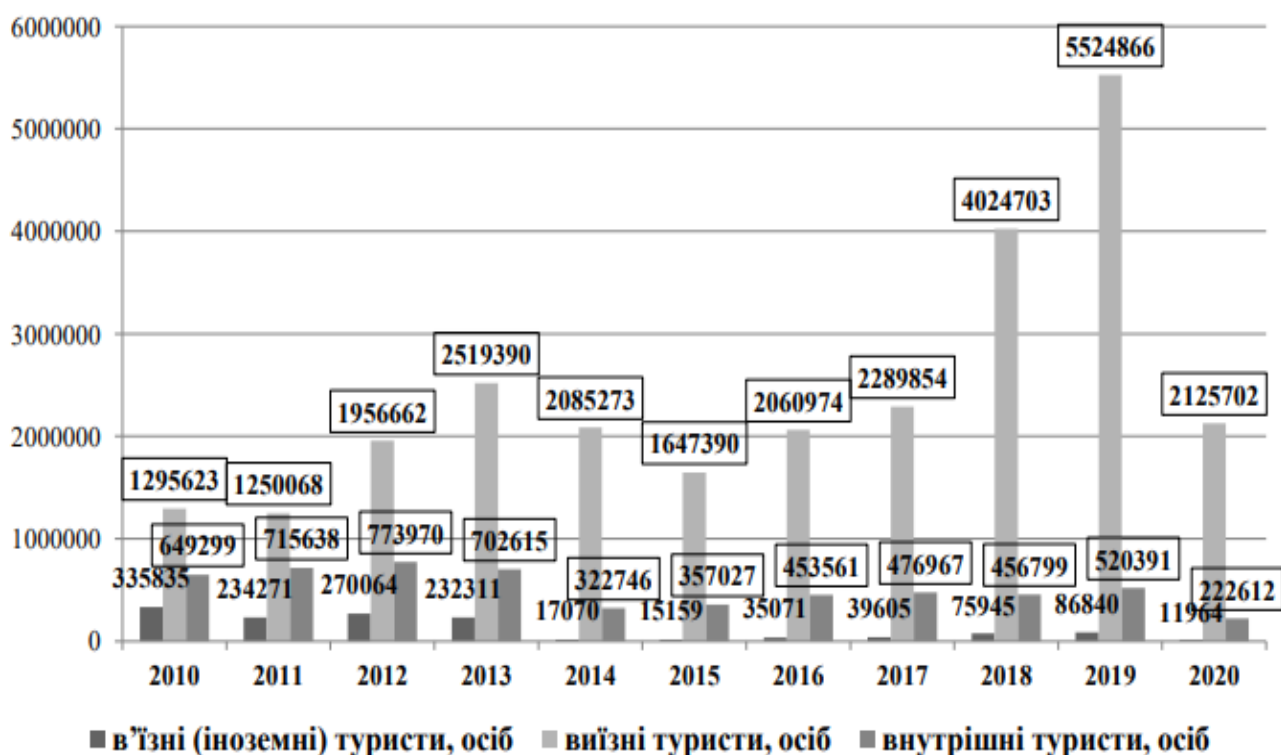


Рис. 2.9. Динаміка туристичних потоків України

Для сучасного туризму на перший план виходить не тільки вартість подорожі і особисті вподобання, але й враховуються карантинні обмеження, діючі правила в'їзду до країни подорожі та ситуація з COVID-19.

За статистичними даними Державного агентства розвитку туризму України чисельність іноземців, які перепнули державний кордон України у 2021 році становив 4,27 млн. чоловік, тобто зросла у порівнянні з 2020 роком на 26,3%.

Найбільше чисельність іноземних туристів, які прибули в Україну в 2021 році були з Молдови, Білорусі, Польщі, Росії та Румунії. В Україну з Молдови прибуло 1,054 млн. іноземних туристів, з росії – 519 тисяч осіб, з Польщі – 311 тис. осіб, з Білорусії – 273 тис. осіб, з Румунії – 264 тис. осіб, з Туреччини – 247 тис. осіб, з Угорщини – 227 тис. осіб, з Німеччини – 154 тис. осіб, з Ізраїлю – 133 тис. осіб та з США – 103 тис. осіб (табл. 2.5 та рис. 2.10), [44, 49].

Таблиця 2.5

Країни в'їзного туризму в Україну

Країна	2019	2020	2021	2021/2020
Молдова	4278329	933243	1054068	+13%
росія	1432 665	390337	518982	+33%
Польща	1115784	272180	310724	+14%
Білорусь	1756641	463548	272869	-41%
Румунія	751913	229437	264216	+15%
Туреччина	306428	149183	246652	+170%
Угорщина	828220	217570	227354	+4%
Німеччина	270538	74046	154133	+208%
Ізраїль	295695	57698	133105	+240%
США	35679	42833	103233	+230%

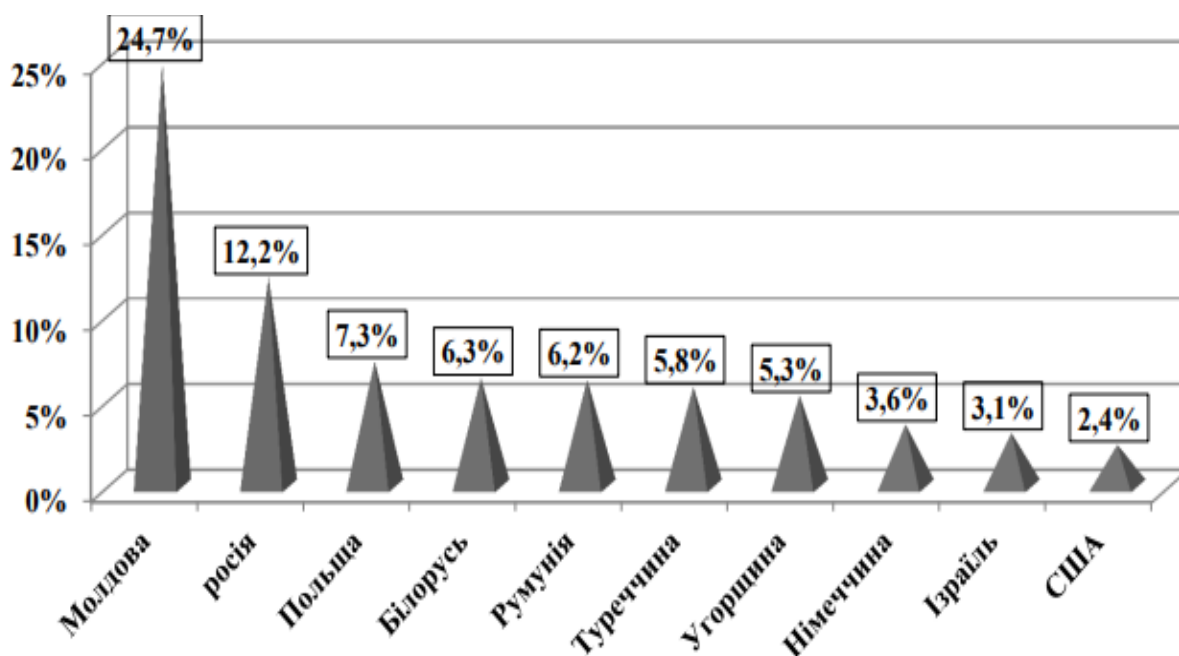


Рис. 2.10. Структура туристичного потоку в Україну за регіонами

Крім того, активний інтерес до України виявляють громадяни деяких країн, кількість яких прогнозується зростати: Саудівської Аравії (56 тис. осіб), Італії (56 тис. осіб), Великобританії (56 тис. осіб), Грузії (49 тис. осіб), Азербайджану (48 тис. осіб), Індія (48 тис. осіб), Франція (39 тис. осіб), Чехія (38 тис. осіб), Словаччина (31 тис. осіб), Вірменія (25 тис. осіб), Нідерланди (24 тис. осіб). Були й «самотні» подорожуючі з Пуерто-Ріко, Сен-П'єра та Мікелону, а також з Макао [57].

У 2021 році кількість громадян Саудівської Аравії, які прибули в Україну переважно з туристичною метою, зросла у 103 рази, що є абсолютним рекордом зростання. За попередніми оцінками, це ще 850 мільйонів гривень до бюджету України. Туристичний сезон в Україні у 2021 року також запам'ятався величезною зацікавленістю туристів із країн Перської затоки. Прямі авіасполучення, лібералізація візового режиму з країнами Перської затоки та вдалий маркетинг допомогли це досягти [57].

Доцільно зауважити, що у 2021 році в Україні завдяки успішній рекламі у туристичній сфері спостерігався величезний потік іноземних туристів з арабських країн, що було проривом у туристичній галузі нашої країни, але він стався не випадково. Задля цього було розпочато авіасполучення та здійснено рекламну кампанію в Україні. Але не останню роль у досягненні цього відіграли закриті кордони, світовий туристичний ринок та карантинні обмеження в популярних туристичних країнах. Щоб мати можливість конкурувати з іншими країнами Європи, як тільки ці бар'єри зникнуть, нам потрібно продовжувати інвестувати в розвиток [56].

Іноземці витрачали в середньому 929 доларів США за 7-9 днів перебування в Україні. Серед іноземних туристів найбільше грошей під час перебування в Україні витрачали громадяни Об'єднаних Арабських Еміратів - приблизно 2220 дол. США, громадяни Оману та Саудівської Аравії витратили дещо менше 1500 дол. США, туристи з Канади - 1250 дол. США, подорожуючі з США - 1125 дол. (рис. 2.11).

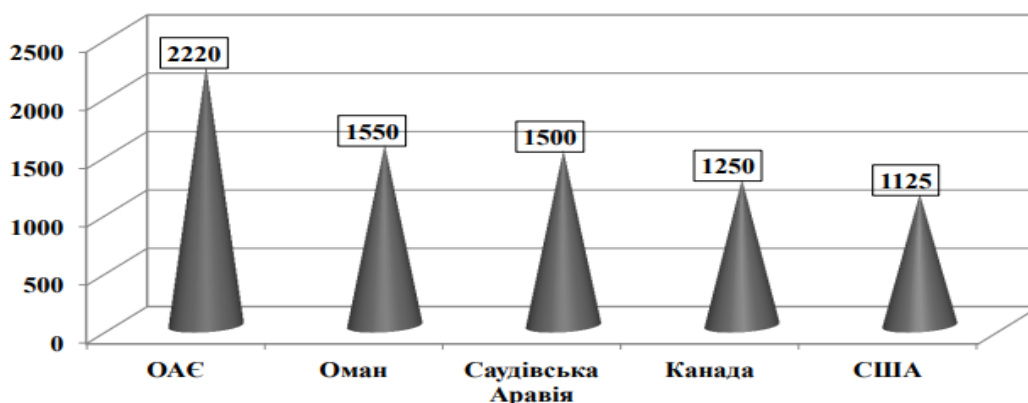


Рис. 2.11. Країни з найбільшими витратами серед туристів

Основною метою у 2021 році поїздок іноземних туристів в Україні були: для 29,5% респондентів - відпустки, відпочинок та оздоровлення; для 25,9% - відрядження; для 22,4% - візит до родичів та друзів; для 12% - це поїздка на оздоровлення та лікування; для 4% - це шопінг; для 1,2% туристів була поїздка для пошуку своїх родичів (рис. 2.12) [49].

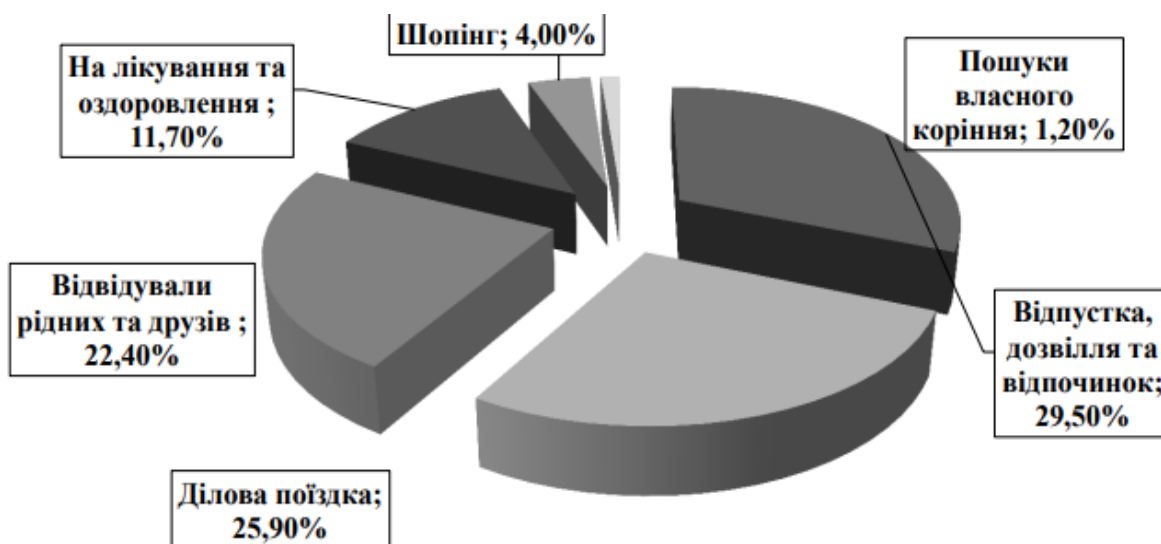


Рис. 2.12. Розподіл іноземних туристів за метою туристичної поїздки

Тож, 2021 рік для України відзначився значною кількістю туристів, аніж у пандемічний період. Так, дані про туристичний збір у 2021 році зросли на 20% порівняно з даними 2019 року, що стало можливим завдяки відкриттю для України нових туристичних ринків Саудівської Аравії та ОАЕ. Прогноз на 2022 рік ще більш оптимістичний, очікувались повторні і перші візити з нових країн, які виявили інтерес у 2021 році.

Лояльність іноземців, які минулого року відвідали Україну, досить висока – на рівні 60%. Крім того, за даними ДАРТ, 36,5% іноземних туристів подорожували в Україну з родиною, 35,4% подорожували самотійно, 22% туристів разом з друзями подорожували, 5,1% туристів відвідали нашу країну із колегами по роботі та 1,2% туристів у складі туристичних груп [49] (рис. 2.13).

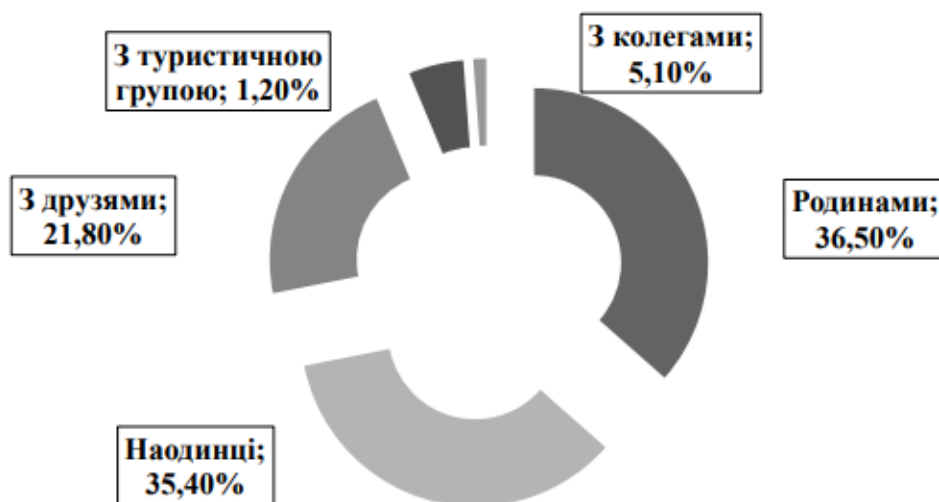


Рис. 2.13. Розподіл іноземних туристів в Україну за видами компанії

Глобальна пандемія коронавірусу дуже негативно вплинула на індустрію туризму. Через пандемію у 2020 році туристична сфера України недоотримала у бюджет близько 60 млрд. грн. Вже у 2021 році до різного рівня бюджетів України надійшло рекордні 244 млн. грн. туристичних зборів, що на 86,8% більше, ніж у 2020 році - 130,6 млн. грн, а також на 20% більше, ніж у попередньому 2019 році - 196 млн. грн.

Із сплачених 244 млн. грн. - 154 млн. грн. сплатили юридичні особи, ще 90 млн. грн. – фізичні особи-підприємці. За статистичними даними у 2021 році Київ найбільше коштів перерахував до державного бюджету у вигляді туристичного збору, а саме 68 млн. грн.. друге місце серед п'ятірки міст/регіонів по сплаті туристичного збору посіла Одеська область з сумою 26,8 млн. грн., на третьому – Львівська область, яка заробила 23 млн. грн., на четвертому місці Київська область з 15,3 млн. грн. [44].

У 2021 році державний кордон з Україною перетнули 14,7 млн. українських туристів.

Найбільш популярними напрямками для українських туристів були: Польща – 4,49 млн. осіб, Туреччина – 2,05 млн. осіб, Угорщина – 1,72 млн. осіб, Єгипет – 1,46 млн. осіб. Найбільш активними напрямками у Європу біли:

Румунія – 825 тис. осіб, Словаччина – 343 тис. осіб, Німеччина - 267 тис. осіб, Греція - 199 тис. осіб, Італія - 194 тис. осіб [45].

Загалом у 2021 році 8,83 мільйони українців напряму подорожували з України до Європейського Союзу. За межами Європи українці обрали багато інших напрямків: Росія – 918 тис. осіб, Молдова – 380 тис. осіб, Білорусь – 213 тис. осіб., ОАЕ – 199 тис. осіб, Грузія – 159 тис. осіб, Чорногорія – 124 тис. осіб.

Згідно з даними Міжнародної служби пошуку авіаквитків, яка офіційно працює у 13 країнах Європи, Азії і Америки, найбільш популярним напрямком для українських туристів у 2021 році стала Туреччина, друге місце у Польщі, третє місце у Грузії. До трійки найпопулярніших напрямків 2021 року, незалежно від туристичного сезону, увійшли Туреччина, Польща та Грузія. Польща стабільно посідала друге місце протягом року, програючи Грузії лише під час літнього відпочинку [49].

Розподіл українських туристів за країнами, куди вони подорожували як туристи, свідчить про те, що географічна структура потоків українців у 2021 році порівняно з 2020 роком трохи змінилася, а саме зменшилась кількість туристів з Росії та Молдови, а до Єгипту та Угорщини – зроста.

У таблиці 2.6 наведено десять країн, куди відбувся найбільший виїзд з України у 2019-2021 рр. [42, 47].

Таблиця 2.6

Країни виїзного туризму з України

Країна	2019	2020	2021	2021/2020
Польща	9885607	3962053	4489042	+13,3%
Туреччина	1469957	965457	2055001	+113%
Угорщина	3369867	1635810	1724080	+5,4%
Єгипет	1540969	729238	1462439	+100%
росія	3945290	1039949	918700	-11,7%
Румунія	1207863	626363	825146	+31,7%
Молдова	1484916	328785	380456	+15,7%
Словаччина	1043260	336456	343178	2+%
Німеччина	702485	222172	267675	+20,5%
білорусь	1253767	496514	213481	-57%

Також зазначимо, що у 2020 році наплив туристів до Туреччини зріс майже вдвічі, що пов'язували з тим, що Туреччина та Єгипет не ввели жорстких обмежень на туристичні поїздки під світової пандемії, тому враховуючи закриті кордони інших країн, українські туристи майже не мали вибору [45, 48] (рис. 2.14.)

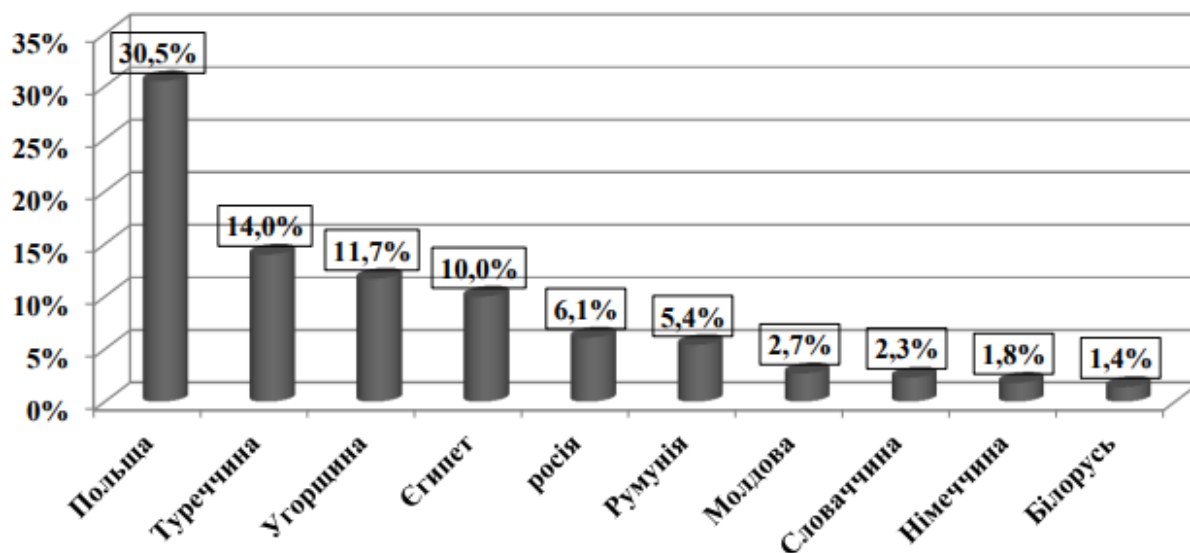


Рис. 2.14. Структура виїзду туристів з України до інших країн світу

Туреччина є одним з найпопулярніших туристичних напрямків у світі. Найбільше іноземних туристів прибуло в країну з росії, у 2021 році в Туреччині відпочило близько 4,7 млн. росіян. Друге місце займає Німеччина з приблизно 3 мільйонами відпочиваючих. На третьому місці Україна з близько 2 мільйонів українців. Після війни, яку росія розв'язала в Україні, кількість мандрівників з цих країн значно зменшилася. Незважаючи на всі зусилля, в березні 2022 року до Туреччини приїхало на 50% менше туристів з росії, ніж за минулий рік. Цього року Туреччина очікує 1,5-1,7 млн. туристів з росії, що становить близько 30% від 4,7 млн, які відпочивали в Туреччині минулого року [54].

Що стосується українських туристів, то очікується зменшення: з 2 млн. у 2021 році до 100 тис. осіб у 2022 р.

Варто зазначити, що у 2019 році обстановка на ринку туристичних послуг України в певній мірі стабілізувалася, а також підвищився інтерес іноземних та

вітчизняних туристів, що позитивно вплинуло на розвиток туристичної галузі. Дослідження показують, що у 2020 році спостерігалось значне зниження всіх показників туристичної активності, що в основному пов'язано зі світовою пандемією. У 2021 році становище на світовому туристичному ринку, як і в Україні, почала стабілізуватися, зокрема кількість українських туристів перевищила показник 2020 року на 26%, що продемонструвало поступове поживлення туристичної діяльності в Україні.

Розвиток туризму в Україні є особливо важливим, адже саме туристична галузь дозволяє покращити соціально-економічне становище країни. Індустрія туризму створює додаткові робочі місця та підтримує майже 50 суміжних галузей, а саме один турист забезпечує робочим місцем 10 осіб. Створити робочі місця в туризмі в 20 разів дешевше, ніж у промисловості. Туристична галузь в Україні може і повинна стати галуззю реалізації господарських механізмів, джерелом фінансування бюджетів різного рівня: державного та місцевого [42].

Відомо, що іноземний туризм активно сприяє зміцненню державної скарбниці та іміджу багатьох країнах світу, це одна з найважливіших категорій експорту, а часто й основне джерело валютних надходжень. В умовах пандемії стан дещо змінився, але під час відновлювання економіки невизначеність туристів можна використати, щоб зацікавити їх поїздкою у нашу країну. Для України 2020 та 2021 роки були складними для всіх учасників туристичної індустрії. Але, це кризове становище відкрило перед нами грядущі новітні перспективи, і вітчизняна індустрія туризму за цей період зробила значний крок у розвитку.

Таким чином, 2020 рік став для індустрії туризму досить екстремальним та кардинально перемінив ставлення споживачів туристичних послуг до вибору країн для подорожей. В той же час, 2021 рік засвідчив послідовне поновлення потоків туристів, як і в Україні, так і в світі. Відбулося суттєвий перегляд маршрутів подорожей і підвищення рівня внутрішніх подорожей, і для того, щоб індустрія туризму продовжувала поновлюватися та розвиватися в майбутньому, у кожній країні світу вживаються різні підходи та заходи.

Висновок до другого розділу

Туризм, є одним найдинамічніших та досить трудомістким сектором економіки, в теперішній час потрапив до переліку найбільш постраждалих галузей внаслідок різних криз. По мірі того, як деякі країни поволі знімають обмеження на подорожі, тому туристична діяльність у багатьох країнах почала відновлюватись, і охорона здоров'я вбачає зоставатися найпріоритетнішим завданням, а скоординовані протоколи охорони здоров'я, які повинні захищати робітникам туристичного бізнесу, населення країни та подорожуючі, водночас підтримуючі компанії та працівників, зобов'язані безпремінно дотримуватися.

Уряди різних країн погоджувались із висновками Організації об'єднаних націй, що варто активізувати міжнародне співробітництво, особливо це стосується питань обмеження на подорожі та прикордонний контроль, щоб зберегти фінансування, які забезпечують людей коштами для існування, та підтримати національну економіку, виразивши відповідальність і солідарність.

РОЗДІЛ 3

ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІКУ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

3.1. Вплив процесів інтеграції України до світових ринків туристичних послуг

Індустрія туризму пропонує значні можливості як інструмент для стійкого розвитку, за допомогою якого країни, що розвиваються, можуть скоординувати зусилля усіх зацікавлених сторін на всіх рівнях для вирішення проблем, що виникають, і повною мірою використовувати потенціал туризму як фактор позитивних змін, серед яких ЮНВТО прирівняло:

– стійке економічне зростання – як економічна потужність, сектор туризму грає визначальну роль у світовій економіці. Реалізація потужного економічного потенціалу туризму на пряму залежить від розвитку економічного середовища, що характеризується стабільною та сприятливою політикою. Це вимагає зусиль для вирішення проблеми наявного обмеженого та слабкого ділового клімату, особливо в країнах, що розвиваються, враховуючи недостатню кількість робочої сили та кваліфікації; досить обмежений доступ до фінансових ресурсів; низький рівень інвестування, у тому числі прямих іноземних інвестицій;

– зайнятість, соціальна справедливість та скорочення бідності – туризм є елементом глобальної економіки, яка сприяє зростанню та спрямована на розширення можливостей для усіх, забезпечення рівності та ефективної зайнятості;

– ефективне використання наявних ресурсів, захист довкілля та зміна клімату – це така екологічна відповідальність, яка є ключовою вимогою для стійкого розвитку країни. Відповідно до Паризької угоди 2015 року туристична галузь потребує більших зусиль для моніторингу, звітності та скорочення споживання наявних ресурсів і викидів за допомогою стратегій зменшення погіршення стану довкілля та надлишкового споживання ресурсів;

- культурна спадщина, цінності та різноманітність - туризм пропонує значні можливості щодо збереження всесвітньої культурної спадщини, тоді як культура пропонує такі інноваційні способи створення соціально-економічних привілеїв через туризм;

- взаємопорозуміння, безпека та мир - перетворюючи міць туризму, який орієнтований на мандрівників, можна використовувати як миротворчу силу. Навики можуть сприяти створенню та підтримці умов для взаємодії, міжкультурних зустрічей та інтерпретацій у мирному та конфліктному середовищі.

Незважаючи на те, що Україна активно інтегрована у сферу обслуговування всієї системи міжнародних економічних відносин, вплив міжнародного туризму на її соціально-економічний розвиток може стати важливою складовою, яка прискорить економічне зростання та прискорить процеси детінізації, підвищення рівня соціальної захищеності та гарантій. Потенціал туристичного ринку України є значним і використовується не повністю. Україна може використовувати досвід країн світу у своїй туристичній галузі. Для України характерно: зручне економіко-географічне розташування на перетині основних транспортних шляхів сполучення, близьке розташування до споживчих і туристичних місць; нераціональне використання резервів туристичного ринку; різноманітне багатство умов і природних ресурсів, унікальність архітектурних, культурних і релігійних пам'яток; поєднання різних напрямків; спадщина командно-адміністративної системи, структура економіки та причини економічних криз. Саме із цією метою аналіз обсягів туристичних потоків, географічна структура, динаміка, вплив на валові макроекономічні показники зможе означити головні інструменти підвищення рівня соціально-економічного розвитку країни та подальшого підвищення інтеграції галузі до системи міжнародних туристичних операцій.

Для того, щоб визначити ключові сфери, які безпосередньо беруть участь у створенні туристичного продукту, і наслідки максимізації збільшення туристичного потоку, слід розрізняти сектори розміщення та харчування. Крім

того, кумулятивний результат і ефективність розвитку даного сектору може виражатися в прибутках від іноземних туристів, відсотку зайнятих у цій галузі, прямому внеску індустрії туризму до ВВП країни, прирості іноземної валюти, перебудови структури відпочинку, якою можуть користуватися населенню країни; обсяг залучених інвестицій, в тому числі іноземних; збільшення податкових надходжень до бюджетів різного рівня.

Це демонструє невисокий рівень інституційного розвитку галузі в Україні, відсутність потужної маркетингової системи, яка б просувала туристичний бренд за кордоном і приносила реальний ефект. Можна стверджувати, що за кордоном проглядається тенденція відмови від користування турагенств та туроператорів, в той же час, туристи бажають самостійно сформувати пакет туристичних об'єктів та перелік послуг. У цьому аспекті важливо наситити інформаційний простір інформацією про можливості української туристичної сфери та суміжних агентств у сфері споживання туристичних товарів на окремих територіях тощо.

Виникає потребу у розробці такого механізму, який дозволить українській туристичній галузі вийти на міжнародний ринок. Базою для цього механізму слугують нинішні норми конкурентоспроможності туристичної галузі України (рис. 3.1), які дозволяють обґрунтувати достатньо вигідне економіко-географічне положення, а також наявний рівень соціального розвитку. Забезпечення груп ресурсів і культурних аспектів для створення гідного і конкурентоспроможної туристичної послуги, а також визначення доступності комплексу товарів і послуг з метою задоволення туристичних потреб населення та іноземних гостей.

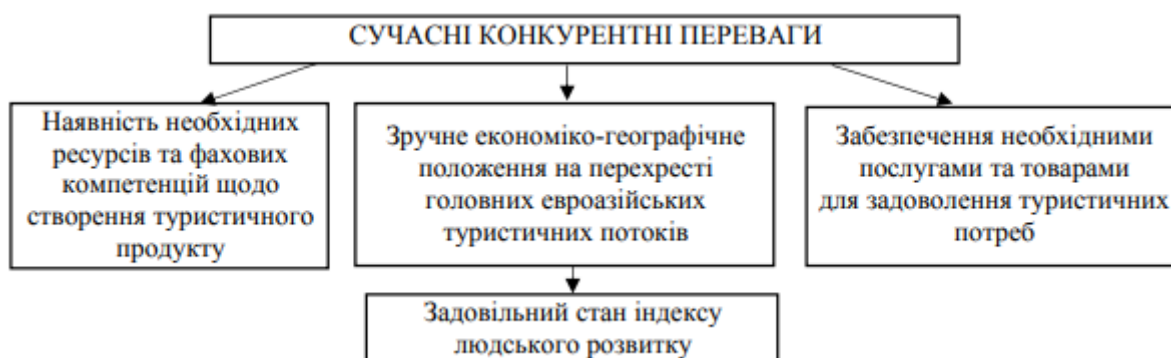


Рис. 3.1. Сучасні конкурентні переваги туристичної сфери України

Слід зазначити, що загрозою для ефективної туристичної діяльності є недостатнє використання результатів науково-технічного прогресу в індустрії туризму (рис. 3.2.).

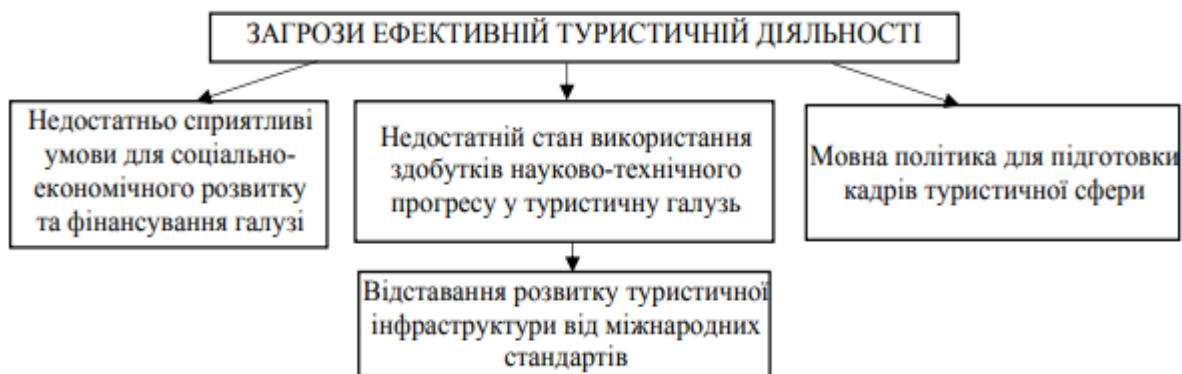


Рис. 3.2. Сучасні загрози ефективній діяльності туристичної сфери України

На ефективність туристичної діяльності також негативно впливають недостатньо сприятливі умови соціально-економічного розвитку країни та фінансування сектору, мовна політика підготовки кадрів у туристичну сферу та недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури країни від світових стандартів. Таким чином, сутністю інтеграційного механізму виходу туристичної галузі України на міжнародний ринок є структурні та валютно-інвестиційні основи, до яких належать такі складові: нормативно-правова, інституційно-управлінська, гуманітарно-соціальна, інформаційно-інноваційна та логістика (рис. 3.3).

Нормативно-правова складові включає документи міжнародних інститутів; система забезпечення якості здійснення; формування стратегій розвитку на регіональному та державному рівнях.

Інституційно-управлінська складова містять інституційну та організаційну систему співпраці між суб'єктами туристичного бізнесу на державному та міжнародному рівнях. Соціальна та гуманітарна складові здійснюються через систему освіти, професійного навчання та соціального захисту як основи сприяння стійкого розвитку. Інформаційно-інноваційні та логістичні складові

використовуються внаслідок впровадження продуктів науково-технічного прогресу у сфері туризму, транспортної інфраструктури та PR-технологій.



Рис. 3.3. Інтеграційний механізм входження туристичної галузі України на міжнародний ринок

У 2019 році внаслідок прийняття Постанови КМУ державний механізм регулювання українського туристичного сектору зазнав перетворення, а саме утворили Державне агентство розвитку туризму України, який став центральним органом виконавчої влади. До його основних функцій відноситься: підтримка ефективної реалізації державної політики у сфері курортів та туризму; розробка заходів, що стимулюють створення конкурентоспроможної туристичної пропозиції, спроможної активізувати внутрішні і зовнішні туристичні потоки; координація роботи всіх зацікавлених учасників туристичного ринку у сфері маркетингу вітчизняного туристичного продукту; адаптація міжнародних

стандартів туристичних організацій для їх подальшого впровадження в національній законодавчій базі функціонування туристичної індустрії; розробка ефективних механізмів інтеграції українського туристичного ринку до загальноєвропейського туристичного простору; здійснення розподілу об'єктів туристичної інфраструктури за категоріями тощо. Даний орган підпорядкований Кабінету Міністрів України через Міністерство культури та інформаційної політики.

Тому для розвитку української туристичної галузі та залучення додаткових туристичних потоків може служити важливим інструментарієм підвищення рівня соціально-економічного розвитку регіонів та держави. В умовах децентралізації велика кількість об'єднаних територіальних громад одержала кошти на розвиток інфраструктури, зокрема туристичної.

3.2. Механізм державного сприяння розвитку конкурентних переваг на міжнародному ринку туризму

Найважливішим кроком у формуванні механізму державної підтримки розвитку конкурентних переваг країн, що розвиваються, на міжнародному туристичному ринку в рамках стійкого розвитку є визначення стратегії розвитку туризму в країні (місті, регіоні), для чого необхідно застосовувати стратегічний аналіз та аналіз конкуренції. Одним із досить відомих та ефективних інструментів є SWOT-аналіз, який широко використовується в зарубіжній практиці управління бізнесом. Цей метод є універсальним та особливо застосовується для ефективного аналізу переваг та недоліків туристичного ринку в країнах. На базі підсумків стратегічного аналізу розробляються пріоритети розвитку туризму, а також стратегії протидії негативним факторам. Цей аналіз дозволяє пояснити ситуації, за якими розвивається туристичний ринок у країнах, що розвиваються, також збалансувати дію внутрішніх переваг та недоліків з впливом придатних резервів та загроз. Такий аналіз дозволяє визначити не тільки можливості даної країни, а й усі наявні переваги над конкурентами.

Комплексний розгляд усіх чотирьох складових SWOT-аналізу дозволяє визначити основні стратегічні напрямки розвитку туризму, сформулювати цілі та визначені завдання. Крім того, SWOT-аналіз дозволяє окреслити план стратегічного розвитку індустрії туризму в країнах, що розвиваються, у майбутньому, передбачить необхідні дії та заходи та врахує нові можливості.

До сильних сторін і можливостей країн, що розвиваються, на міжнародному ринку туристичних послуг відносяться: кваліфікація персоналу та високий рівень контролювання якості, що сприятиме швидкій адаптації до змін ринку; високі технології, які впливатимуть і створюватимуть нові види туризму з високою доданою вартістю (освітній, медичний) шляхом віртуалізації, автоматизації та підвищення якості послуг, внаслідок чого ступінь привабливості туристичної галузі для будь-якої країни збільшується в усіх сегментах. Підвищення конкурентоспроможності туристичної послуги в цих країнах відбуватиметься за рахунок впровадження цифровізації, діджиталізації, віртуалізації, полегшення електронних розрахунків, розвитку онлайн-платформ, зменшення транспортних витрат у вартості туристичної послуги та збільшення розважальної складової; розвиток консалтингової діяльності у туристичній галузі, що дасть змогу працювати із платоспроможними споживачами.

Заходи урядової політики щодо забезпечення стійкості виправдані з огляду на розмір і динаміку глобальних туристичних подорожей, географічне розповсюдження COVID-19 та їх економічні наслідки. Уряди в усьому світі впроваджують політично-інституційні і економічно-соціальні заходи щодо зменшення впливу коронавірусу на туристичну галузь. Країни світу, що розвиваються, вживають багато заходів для координації політичних дій на регіональних, національних та міжнародних рівнях, задля мінімізації втрат робочих місць і закриття суб'єктів туристичної діяльності. Основними завданнями для країн світу є:

- підтримка охорони здоров'я;
- зменшення економічний вплив коронавірусу на туристичний бізнес і персонал;

- надання ліквідного капіталу;
- надання податкових пільг;
- стимулювання інвестування задля забезпечення ліквідності малому бізнесу та сектору охорони здоров'я.

Попередній аналіз антикризових заходів країн щодо пандемії виділяє такі основні категорії та види заходів:

- населення, мають на увазі захист подорожуючих туристів внаслідок недостовірної інформації за межами свого місця проживання.

- підприємства (компанії), які забезпечують відновлення туристичного бізнесу у країнах, які найбільш постраждали від пандемії; фінансова підтримка (наприклад, перенесення термінів оплати ПДВ) малим і середнім туристичним компаніям. Щоб вижити туристична індустрія Чилі, ОАЕ, Малайзії, Сінгапуру, Гонконгу та Республіки Корея, зробила значне вкладення фінансів у ліквідність цих компаній. У цих країнах призупинили нічний податок у 2021 році, запровадили заходи щодо запобігання поширення вірусу, скоротили тривалість робочого часу, надання лікарняних та вихідних, також запровадили податкові пільги, гарантії, субсидії, заходи щодо державних закупівель і несвоєчасних платежів, а ще дозволи підприємцям уводити нові робочі процеси та знаходити нові збутові ринки;

- промислова галузева) політика, яка дозволяє скоординувати цілеспрямовані дії та відновлювання. У деяких країнах було запроваджено механізми координації для контролю побічних негативних реакцій, зокрема Гонконг, Малайзія, Республіка Корея, Сінгапур, які були направлені на виявлення підгалузей, які найбільше потребують допомоги та потребують негайної допомоги. Підтримка промисловості була пріоритетною для забезпечення цілеспрямованої та ефективної реакції. У таких країнах, як Австралія, Італія, Ізраїль і Нова Зеландія, також активізували маркетингову діяльність з метою зміни іміджу країни та стимулювання попиту на альтернативних ринках. Також країни створили необхідні інструменти для обміну оновленими статистичними даними між компаніями, зокрема, Failte

Ireland розповсюджувала інформаційні бюлетені щодо стану розвитку COVID-19 щотижня, а Німеччина створила веб-сайт, на якому щоденно оновлювала опитування респондентів щодо настроїв у секторі. Туристична галузь таких країн, Республіка Корея, Сінгапур, Чилі та Гонконг отримали значну фінансову допомогу з урядового пакету Управління туристичної інфраструктури та підприємництва (TIEZA) та Департаменту туризму, а саме 271 млн. дол. США. Департаменти туризму країн виділили близько 118 млн. дол. США на стимулювання туризму, а саме створення нових кампаній для збільшення внутрішніх подорожей, створення пропозиції, які орієнтуються на країни, що розвиваються, найменш постраждалі від COVID-19, організація міжнародних заходів відповідно до нових санітарно-гігієнічних вимог тощо.

Уряд ОАЕ запусив інформаційні кампанії, задля уникнення паніки серед іноземних туристів, які запланували відвідати країну, надіючи інформацію про вірус і про те, як запобігти його поширенню, також взяв на себе забезпечення тимчасових карантинних приміщень у готелях для постраждалих і підозрілих на інфекцію, а також забезпечив їх їжею та всіма необхідними речами.

У Малайзії після фінансової допомоги, оголошеної Центральним банком, було введено низку податкових заходів для регіонів, які особливо постраждали від коронавірусу, де до кінця 2020 року скасували податок на розміщення в готелях і туристичних об'єктах..

Для того, щоб дослідити специфіку функціонування туризму та його вплив на розвиток країн, що розвиваються, необхідно провести паралелі за основними критеріями, а саме місце і роль туризму в сучасних умовах.

Сьогодні актуальним залишається питання створення правової бази регулювання держави у сфері туризму та її адаптації до сучасного міжнародного середовища, податкова політика та сприятливий інвестиційний клімату для залучення коштів у туристичні об'єкти країн, що розвиваються. Першочергово це стосується готельно-оздоровчої та медичної інфраструктури у вищезазначених країнах, спрямованої на зниження рівня безробіття та

популяризацію культурних цінностей та туристично-рекреаційного потенціалу регіонів.

Туристична політика у багатьох країнах світу реалізується через центральні органи державної влади, за допомогою суб'єктів підтримки інфраструктури, правових важелів та міжнародних інституцій. Державна підтримка розвитку туризму має як узагальнені, так і специфічні риси, які пов'язані, із природно-кліматичними умовами, із соціально-економічним розвитком, з рівнем розвитку інфраструктури та з обов'язковим законодавством у сфері туризму. Слід зазначити, що механізм реалізації державної політики у галузі туризму має передбачати: підготовку державних та регіональних цільових програм розвитку туризму; розробка системних дій, спрямованих на досягнення поставленої стратегічної мети; державні постанови щодо розвитку туристичної галузі. Наголошуємо, що туристична політика держави має передбачати спрямований вплив державних органів влади на розвиток туристичної сфери з метою створення умов для ефективного взаємодіяння держави, місцевої влади та приватного сектору у сфері розвитку туризму та швидке реагування для сучасних викликів.

Для ефективної будови системи державного регулювання туризму у країнах, що розвиваються, слід використати відповідний досвід розвинутих країн.

На сучасному етапі світова практика державного управління розвитком туризму налічується чотири організаційні моделі, які представлені на рисунку 3.3.

Для першої моделі характерно використання у країнах з високорозвиненою і диверсифікованою економікою, для яких туризм є не пріоритетною галуззю, але спеціальні неурядові туристичні організації мають необхідний потенціал і ринкову вагу, щоб забезпечити безперебійне функціонування галузі та компенсувати брак державне фінансування (США).

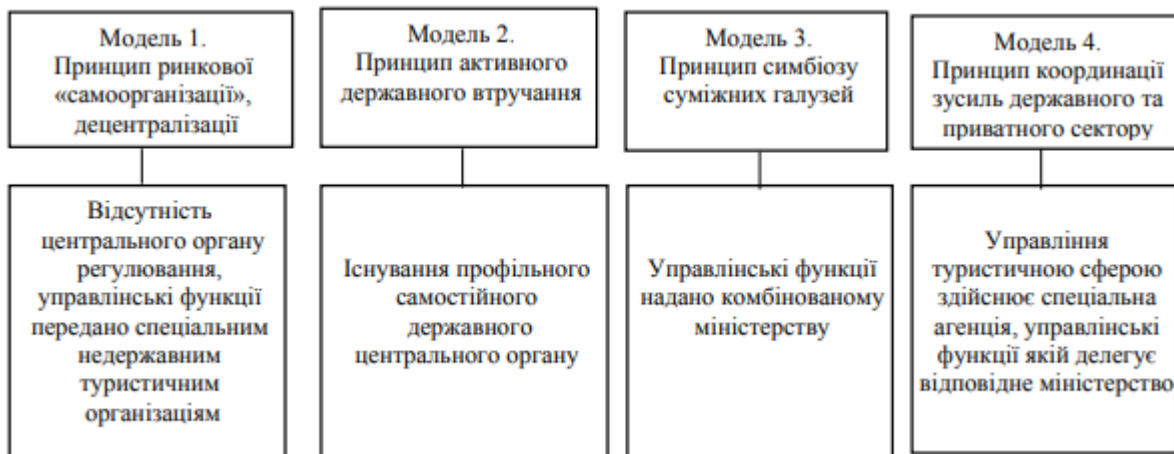


Рис. 3.3. Організаційні моделі державного регулювання розвитку туризму

Друга модель визначає централізований підхід у державному регулюванні через наявність владного органу, зокрема міністерства, органу влади, який виконує жорстке контролювання за розвитком туризму. Ця державна система управління визнає важливість туризму як двигуна економічного зростання та вимагає значних інвестицій фінансового капіталу для реалізації активної туристичної політики.

Ця модель найбільш поширена в країнах, що розвиваються, макрорегіонах Америки, Африки, Близького Сходу та Азіатсько-Тихоокеанського регіону (Бразилія, Венесуела, Еквадор, Єгипет, Індія, Малайзія, Мексика, Парагвай, Сирія, Туніс та ін.). Варто зауважити, що це є характерним для країн, з відставанням у впровадженні новітніх технологій, підготовці висококваліфікованих кадрів.

Третя модель, за якою управління здійснюється в рамках багатопрофільного міністерства, є найпоширенішою серед європейських країн.

Четверта модель фактично є варіантом (підвидом) третьої, але варта уваги через зв'язки по актуалізації державно-приватної співпраці у туризмі з ціллю розробки і впровадження механізмів активізації потоків туристів, подолання кризових та негативних явищ у туристичній сфері, забезпечення правого вживання та доступу до туристичних ресурсів країни, маркетинг національних туристичних послуг тощо, зокрема у Великобританії та Польщі.

Тому, можна зробити висновок щодо наявності взаємозв'язку між участю туризму в соціально-економічній розвитку економіки країни і обраною моделлю організаційного регулювання туризму.

Цікавим є практичний досвід державного регулювання сфери туристичного сектору у Великобританії, Польщі та країнах, що розвиваються. Первинні умови розвитку туризму в Україні і Польщі були аналогічними, але завдяки більш ефективним перетворенням у структурі державного регулювання туризму та всієї економіки туризм у Польщі розвивався активніше та досяг кращих результатів. Також варто зазначити, що Польща має одні з найкращих показників у регіоні за середнім доходом на одного туриста. Велика Британія є одним із світових лідерів у туристичній сфері, має чітко розроблену структуру державних органів у цій сфері та ефективний механізм взаємодії із приватним сектором, що є важливим через низький рівень розвитку структур туристичного бізнесу та середовища в країнах, що розвиваються.

Більшість країн, що розвиваються, мають систему державного регулювання туризму недостатньо розвинену, та недієві регіональні структури, які є відповідальними за його розвиток. Тому, враховуючи досвід країн-лідерів, перетворення таких систем повинно відбуватися у напрямках деякої децентралізації і регіонального координування окремих функцій і повноважень для місцевих туристичних органів, формування ефективної співпраці між державними органами, туристичними структурами та бізнесом, розроблення ефективного механізму покращення туристичного іміджу країни у світі та рекламування туристичного потенціалу за допомогою створення конкурентних пропозиції національних туристичних послуг.

Факторами, які повинні визначати характеристики туристичної політики в країнах, що розвиваються, повинні бути: верховенство права, політична стабільність, розвинене громадянське суспільство, ефективна економіка, зростання рівня та якості життя, охорона культурної спадщини та довкілля. Як рушійна сила для гармонізації законодавства щодо макроекономічного регулювання туризму в країнах, що розвиваються, необхідно на національному

рівні прийняти закон «Про комплексний розвиток туризму», в основі якого зазначити обов'язкові вимоги до туристичних послуг, інформацію, яку надають туристам, особливо про запобігання поширенню вірусних і інфекційних захворювань, тематичне страхування, заходи соціальної підтримки тощо. Необхідно встановити загальні умови фінансової підтримки для туристичних організацій, які займаються виробництвом і реалізацією туристичних послуг, за створення системи ефективного фінансового захисту прав та інтересів туристів.

Важливо також визначити пріоритетність галузі в нормативно-правових актах, що регулюють туризм, і підкреслити, що метою макроекономічного регулювання туристичного сектору є підтримка країн, що розвиваються, як достатньо привабливих напрямів туризму, сприяння конкурентоспроможності, диверсифікації та високій якості послуг, інновації та стійкий розвиток, особливо у випадку малих і середніх компаній, сприяють взаємозв'язку туризму з іншими структурними елементами соціально-економічного та культурного розвитку країни.

Тому надзвичайно важливо розробити та впровадити національну стратегію конкурентоспроможного туризму, при цьому уряд повинен оцінити та визначити потенційні ланки або пов'язані з туризмом ланцюжки створення вартості в економіці та керувати нею для досягнення не лише економічних, але й соціальних результатів, які покращують якість життя населення, охороняти природне середовище, обмежувати негативний вплив туризму тощо. Слід зазначити, що ефективна стратегія розвитку туризму має включати цілеспрямовану політику, інституційні та регуляторні механізми щодо стимулювання приватного інвестування.

Метою стратегії є підтримка підвищення конкурентоспроможності туризму в країнах, що розвиваються, шляхом забезпечення сталого розвитку.

Розкриємо роль міжнародного туризму як рушія економічного прогресу країн, що розвиваються під дією механізму державного регулювання.

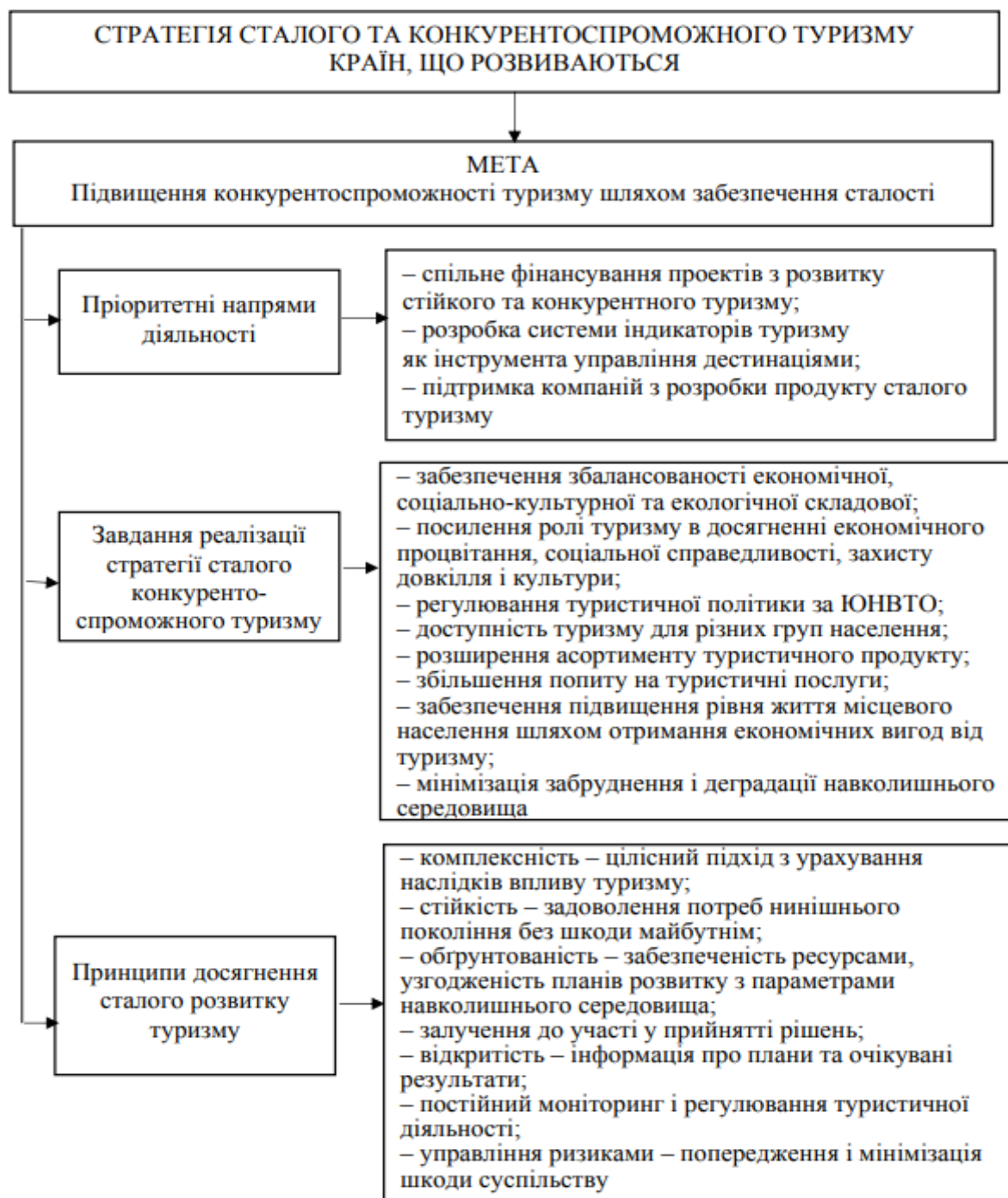


Рис. 3.4. Стратегія сталого і конкурентоспроможного туризму країн, що розвиваються

Слід зазначити, що внесок туризму в економічне зростання країни, створення робочих місць, збільшення національного потенціалу і скорочення бідності в країнах, що розвиваються, залежить від наступних факторів:

- ступінь інтеграції сектору туризму до національної економіки завдяки багатовекторним зв'язкам з іншими галузями та інтеграції до регіональних та глобальних ланцюгів створення вартості;

- рівень доходу від туризму, включаючи іноземну валюту, який використовується для фінансування розвитку національної інфраструктури, підтримки місцевого бізнесу, розвитку навичок тощо;

- дієвість прийнятих урядом політик та стратегій, спрямованих на збільшення внутрішнього та іноземного інвестування у туристичну галузь, передачу технологій і ноу-хау тощо;

- національна діяльність, спрямована на забезпечення того, щоб туристична діяльність здійснювалася відповідно до принципів стійкого розвитку та відповідає економічним, екологічним та соціальним цілям.

Проаналізувавши статистичну інформацію ЮНВТО, зазначимо наступні характеристики міжнародного туризму в країнах, що розвиваються:

- зумовлені відмінностями в соціально-економічному розвитку країн окремої групи, рівні розвитку інфраструктури туристичної галузі, забезпечення туристичними ресурсами, існує нерівномірність участі у міжнародному туристичному обміні країн, що розвиваються;

- перевага внутрішньорегіонального туризму над міжрегіональним;

- розвинені країни є основними зовнішніми ринками, що генерують туристичні потоки для країн, що розвиваються;

- країни із середнім рівнем доходу є найкращими напрямками, але країни з низьким доходом демонструють найвищі темпи зростання надходжень від міжнародного туризму.

Більшість країн, що розвиваються, вважають туризм важливим рушієм економічного прогресу та зменшення бідності. Однак слід зазначити, що зв'язок між цими явищами не є автоматичним. Це значною мірою залежить від можливості туризму створювати робочі місця та системні зв'язки, особливо із сільським господарством та сферою послуг, а також стимулювати розвиток

базової інфраструктури шляхом будівництва доріг, портів і аеропортів та надання послуг фінансових установ тощо.

Важливою в даному випадку є факт національної стратегії, яка включає політичну, нормативно-правову та інституційну базу з достатніми механізмами для стимулювання розвитку перспективних напрямів на внутрішніх ринках та здійснення зусиль щодо мінімізації негативного впливу туризму на внутрішні ринки, довкілля та культурну спадщину.

У країнах, що розвиваються, міжнародний туризм може вважатися потенційним стратегічним напрямом економічного зростання, оскільки витрати на туризм, як альтернативну форму експорту, забезпечують іноземну валюту. Потім він використовується як імпорт основних товарів для наступних виробничих циклів, що, у свою чергу, призводить до зростання економіки в країнах-одержувачах.

Туризм має вирішальне значення для платіжного балансу та макроекономічної стабільності. Прямий внесок туристичного сектора у валовий внутрішній продукт, зайнятість, дохід і надходження в іноземній валюті є найбільшим у країнах, що розвиваються, які сильно залежать від туризму, особливо це у малих острівних державах.

Наслідки та характеристики туризму в країнах, що розвиваються, також можна розглядати через такі категорії, як: зайнятість, національна економіка, інвестиції, диверсифікація економіки.

Тому при формуванні та розробці ефективної системи управління індустрією туризму необхідно проаналізувати та врахувати всі функції прямого та опосередкованого його впливу з метою формування позитивних та запобігання негативним тенденціям туристичної дестинації і місцева громада.

Визначивши місце і роль міжнародного туризму, ми дізнаємось про напрямки та механізми регулювання туристичної галузі в країнах, що розвиваються. Регулювання економічного процесу в індустрії туризму потребує системних дій у сфері управління, економіки, організації та фінансів.

Туризм створює взаємопов'язане складне середовище та потребує розробки узгодженого та комплексного механізму державного регулювання, який забезпечує інтеграцію туризму в тотальну економічну, соціальну та екологічну політику країн, що розвиваються, і стимулює реалізацію існуючих конкурентних переваг, що представлено на рис. 3.5.



Рис. 3.5. Напрями і механізми державного регулювання туристичної галузі країн, що розвиваються

Враховуючи багаторівневість і складність системи управління туристичною галуззю, допускаємо, що організаційний механізм може бути основною ланкою у економічному регулюванні розвитку туризму.

Основними засобами активізації організаційного механізму є:

- розподіл виконавчої відповідальності між місцевою та центральною владою в туристичному секторі країн, що розвиваються (тобто здійснення функціональної децентралізації);
- створення структурних ланок туристичних організацій та координація дорадчої та консультативної діяльності органів управління;
- поглиблення та активізація партнерських відносин між регіональними підприємствами та органами місцевого самоврядування у наданні туристичних послуг;
- функціонування туристично-інформаційних центрів та створення системи на якісно новому рівні з підвищенням професійної компетентності відповідальних осіб в органах місцевого самоврядування та посадових осіб, відповідальних за якісний розвиток туризму.

Першочерговими завданнями, які має вирішити індустрія туризму в країнах, що розвиваються, для підвищення економічного зростання, належать:

- реалізація принципів стійкого розвитку, створення інститутів охорони та обліку туристичних ресурсів;
- створення центрів просування, формування та моніторингу туристичної галузі в країнах, що розвиваються;
- вирішення проблеми якісної підготовки кадрів туристичної галузі та управління компаніями готельно-ресторанного сектору;
- координування роботи туристичних компаній з усіма виробниками туристичної послуги;
- забезпечення відрахування туристичними компаніями частини своїх прибутків до місцевих бюджетів з метою створення високоякісної інфраструктури та запобігання витоку доходів шляхом створення міцних зв'язків між галуззю та іншими секторами економіки;

- проведення оцінки економічної ефективності туризму і рекреаційного потенціалу територій з метою виявлення регіонів, найбільш сприятливих для розвитку туристичного сектору та його окремих різновидів;

- пропозиції класифікації місць відпочинку за ступенем важливості, природно-географічними умовами, функціональною належністю;

- розробка сучасних методів визначення норм антропогенного навантаження різноманітних комплексів природного середовища та ступеня взаємодіяння туристів з місцевим населенням.

Законодавство країн, що розвиваються, у сфері туризму потребує значного перегляду, максимального приведення у відповідність з міжнародними стандартами та поміркованого застосування. Дізнаємося основні напрямки створення ефективного законодавства у сфері туризму в цих країнах.

Індустрія туризму формується системно з урахуванням усіх частин законодавства, в тому числі й тих, що стосуються суміжних галузей. Суттєвим напрямком законодавчих змін має стати система спрощеного регулювання на рівні туризму, як міжнародного та внутрішнього. Слід зазначити, що для ефективного застосування світового досвіду країни повинні узгоджувати свою діяльність з міжнародними стандартами та враховувати рекомендації міжнародних туристичних організацій.

Основною умовою функціонування туризму, який на сучасному етапі розвитку світової економіки набув особливого значення, є забезпечення безпеки туристів. Тісна співпраця з питань безпеки на регіональному та міжнародному рівнях, зокрема для протидії поширенню пандемії, є обов'язковою. Слід вжити заходів для забезпечення туристів необхідним страхуванням для усунення можливих ризиків (хвороба, крадіжка, репатріація).

Чинне законодавство повинно заохочувати дії, які сприяють:

- швидкому поверненню на батьківщину туристів, які постраждали від нападів і крадіжок;

- повернення майна туриста,

- створення безпечних умов у зв'язку зі світовою пандемією тощо.

Рекомендації щодо підвищення ефективності регулювання і організації туристичного бізнесу у країнах, що розвиваються, включають:

- інституційний вектор – створення організацій та відповідних структур (туристичні асоціації, робочі групи, ради), які мають розробляти і реалізовувати нові туристичні проекти та ініціативи. Все це потребує зміни ролі приватних (недержавних) організацій в бік посилення їх впливу на регіональні і національні органи влади; проводить консультативну та дорадчу діяльність, здійснює моніторинг, аналіз і вивчення політики у сфері туризму та державної нормативно-законодавчої бази (візової, економічної, податкової політик тощо), досліджує пропозиції по реалізації національної (регіональної) політики у туристичній сфері;

- маркетинговий вектор – це формування найбільш сприятливого туристичного іміджу країни (регіону) і просування його на потенційні ринки туристичних потоків за підтримкою спеціалізованих веб-сайтів, рекламної продукції, івент-інструментів, виставкової і ярмаркової діяльності тощо;

- підготовка кадрів для туристичної сфери - ініціювання дорадчих органів з підготовки кадрів для туристичної галузі; створення відповідних шкіл ресторанного та готельного бізнесу; організація консультативних тренінгів або семінарів по новим стандартам обслуговування для підрядників та інших зацікавлених учасників; створення інформаційно-ресурсного центру з друкованою літературою та відеоматеріалами; сприяння отримання пільгового кредитування проектів у туристичній сфері для малого бізнесу.

Таким чином, можна запропонувати наступні рекомендації:

1. Створення державного механізму для туризму на основі моделі менеджменту, заснованої на співпраці між недержавними і державними установами, виходячи за рамки моделі державно-приватного співробітництва, що полягає у залученні громадських організацій, створення нової моделі для соціального партнерства.

2. Науковим, підприємницьким, екологічним, освітнім та культурним організаціям у країнах, що розвиваються, розпочати роботу координаційних рад

щодо перспектив розвитку індустрії туризму, оскільки це створить можливість для розробки та реалізації конкурентоспроможної, доступної та сталої стратегії туризму в країнах, що розвиваються, а також популяризувати розвиток природного туризму (м'який, гірський, природний, зелений, пригодницький, сільський, екологічний, екотуризм тощо).

3. Координаційна рада з питань перспектив розвитку туризму для координації створення системи індикаторів сталого туризму в цих країнах.

4. Пропозиція системи якості туризму як одного найбільш ефективного механізми контролю, де інститути мають відповідати за реалізацію туристичної політики та пріоритетність приватного елементу.

5. Розробка стратегії стимулювання міжнародного попиту для збільшення потоку туристів до вказаних країн. проводити активну політику макроекономічного регулювання туризму з метою створення та просування власних національних туристичних продуктів.

Висновки до третього розділу

У рамках реалізації стратегії розвитку індустрії туризму та з урахуванням основних цілей сталого розвитку були запропоновані наступні заходи для збільшення використання потенціалу туризму та рекреації, а саме: забезпечення поширення знань та навичок, необхідних сприяти сталому розвитку; значно підвищити ефективність використання води; допомога країнам, що розвиваються, у нарощуванні науково-технічного потенціалу для переходу до більш раціональних моделей споживання та виробництва; розробити та впровадити інструменти для моніторингу впливу стійкого туризму на сталий розвиток, який сприяє створенню робочих місць, розвитку місцевої культури та виробництву продукції; забезпечення захисту гірських екосистем, у тому числі їхнього біорізноманіття, з метою підвищення їхньої здатності забезпечувати переваги, необхідні для сталого розвитку. Усе це дає змогу розробити стратегію

розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг у вимірах сталого розвитку та змоделювати показники міжнародних туристичних потоків.

Враховуючи аналіз розвитку туризму в Україні, можна зробити висновок, що основними галузевими факторами, які перешкоджають використанню конкурентних можливостей у сфері туризму, є низький рівень розвитку інституцій та інфраструктури туризму, відсутність державної політики щодо їх відповідності світовим стандартам, але водночас є важливим елементом реалізації потенціалу конкурентного маркетингу туристичного продукту на міжнародних ринках.

ВИСНОВКИ

Під поняттям «туризм» доцільно розуміти сукупність відносин, а також єдність явищ й зв'язків, які супроводжують людину під час подорожей.

Класифікація туризму полягає у групуванні останнього у відповідності до окремих однорідних ознак, що знаходяться в залежності від певних практичних цілей. До одного з видів туризму відноситься міжнародний туризм, під яким розуміються поїздки осіб, що подорожують із туристичними цілями поза межі країни, де вони проживають на постійні основи. У міжнародному туризмі виокремлюють 2 його форми, а саме – в'їзний й виїзний, що різняться у відповідності до напрямку туристичного потоку.

Міжнародний туризм характеризується рядом особливостей. До головної з них відноситься величезний вплив комплексу публічно-правових норм, що мають зв'язок з перетином державних кордонів туристами. Відвідування туристом іноземної держави є неможливим без дотримання багатьох туристичних формальностей, на кшталт: норм митного, валютного, прикордонного, а також іншого законодавства, яке встановлюються державою, що відправляє й приймає, чи групою держав.

Внесок міжнародного туризму в світову економіку являється дуже істотним. На кожне з робочих місць, яке безпосередньо має зв'язок з туризмом формується ще майже 1,5 опосередкованих (чи індукованих) робочих місць. Розвиток туризму сприяє інвестиціям й відкритості для товарної торгівлі. Проблеми, наявні в галузі туризму, спричиняють погіршення стану економіки на світовому рівні.

Пандемія залишила істотний слід на туризмі як і в розвинених країнах, так і в країнах, які розвиваються. Проте, негативний вплив на людей найбільш помітно демонструється в останніх, в особливості в найменш розвинутих країнах й малих острівних країнах, які розвиваються. У відповідності даних Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2019 році було здійснено 1,5 млрд міжнародних туристичних поїздок, що перевищує минулий рік на 4%. Згідно

інформації Всесвітньої туристичної організації при ООН, у зв'язку з пандемією COVID-19 світовий туристичний потік скоротився на 1 млрд осіб у 2020 році у порівнянні з попереднім роком. Як і раніше, лідером світового туризму, лишається Франція.

Що стосується місця європейського туризму на міжнародному ринку, то, у відповідності до критерію «туристські прибуття», частка останнього у 2019 р. складала 51%, у відповідності до експорту туристських послуг (доходів від туризму) – 39%. Більше 75% (тобто найбільшу частину європейського ринку) припадає на країни Євросоюзу, до найбільших туристичними центрів якого відносяться Франція, Італія, Іспанія й Німеччина.

Нині туристична галузь починає поступово відновлюватись, адаптуватись до нових умов діяльності (якими виступають карантинні обмеження), тому очевидним є те, що в перспективі її очікує нова хвиля зростання, але від дій урядів залежить наскільки швидким воно буде.

Туризм, один із найбільш динамічних і трудомістких секторів нашого часу, опинився серед найбільш постраждалих внаслідок нинішньої кризи. На карту поставлено засоби для існування мільйонів людей, і їм необхідно надавати підтримку. У міру того, як країни поступово знімають обмеження на поїздки і туристична діяльність у багатьох частинах земної кулі потроху відновлюється, охорона здоров'я має залишатися пріоритетним завданням, а скоординовані протоколи охорони здоров'я, які захищають працівників бізнесу, населення та подорожуючих, одночасно підтримуючи компанії та їхніх працівників, повинні неухильно дотримуватися.

Уряди країн погоджуються з висновками ООН, що необхідно активізувати міжнародне співробітництво, особливо у питаннях обмежень на поїздки та прикордонного контролю, щоб зберегти джерела, які забезпечують людей засобами для існування, та підтримати економіку, виявивши відповідальність та солідарність.

Необхідно продовжувати та активізувати такі зусилля, які через кілька тижнів після спалаху епідемії були здійснені Групою Світового банку (ГСБ),

Азіатським банком розвитку (АБР), Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР) та ЮНВТО з метою прискорення відновлення туристського сектору за трьома напрямками Пакету технічної допомоги з метою відновлення туризму у зв'язку з COVID-19, з акцентом на збереження людського капіталу, а також адаптацію та посилення інтеграції.

Криза також дає можливість переосмислити роль та місце сектору туризму та його внесок у досягнення цілей у галузі сталого розвитку, в охорону природи та виконання Паризької угоди про зміну клімату; можливість працювати у напрямку формування більш стійкого та інклюзивного туристичного сектора, що має підвищений потенціал протидії лихам.

Лише колективними зусиллями та за допомогою міжнародного співробітництва можливо перетворити туризм, збільшити його внесок у реалізацію

Порядку денного на період до 2030 року та зробити його інклюзивним та вуглецево нейтральним сектором, який активно використовуватиме інновації та досягнення цифровізації, брати до уваги цінності та враховувати потреби і інтереси місцевого населення та забезпечувати гідні можливості зайнятості.

2020 рік поставив туристичну галузь України в екстремальні умови та кардинально змінив підхід туристів до вибору країн для відпочинку. У 2020 році за даними Державної служби статистики зафіксоване зниження кількості туристів на 3771819 осіб або 61,51%. Основною причиною цього факту є глобальна пандемія. Водночас 9 місяців 2021 року ознаменувалося поступовим відновленням туристичних потоків, як для України, так і для світу загалом. Відбулося значне переосмислення туристичних маршрутів та підвищення рівня внутрішніх поїздок у всьому світі.

На даний момент уряд України впровадив наступні заходи для підтримки підприємств туристичної галузі: звільнення постачальників туристичних послуг від сплати ПДВ, податку на прибуток і єдиного соціального внеску (ЄСВ), земельного податку та податку на нежилий фонд нерухомості; скасовано сплату

туристичного збору до кінця 2020 р. та звільнено від оподаткування при сплаті оренди та землекористування орендарів державної та громадської власності.

Для досягнення відновлення після пандемії COVID-19 та стабільного розвитку туристичній галузі в майбутньому знадобиться налагодити партнерські зв'язки на всіх рівнях – це надійний підхід, що дозволяє задіяти уряд; забезпечити послідовну координацію по вертикалі між національними та місцевими органами влади; підвищити рівень координації між секторами, що надають підтримку туризму, включаючи повітряний, наземний та морський транспорт, торгівлю, природоохоронну діяльність, культуру, зайнятість та інші партнерські зв'язки між державним та приватним сектором.

Тільки повна взаємодія усіх елементів туристичної індустрії може привести до появи істотного синергетичного ефекту, вираженого в якості зростання конкурентоспроможності сфери вітчизняного туризму. В подальшому конкурентоздатними будуть ті оператори туристичного ринку, які раніше за інших зможуть додати своєму туристичному продукту нові споживчі якості і властивості і зуміють зацікавити споживача новаціями

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про туризм" (зі змінами та доповненнями) від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
2. Закон України "Про захист персональних даних" від 01 червня 2010 року № 2297-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.
3. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» від 3 липня 2015 р. ВВР України. 2015. №14. Ст. 96.
4. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» від 19 грудня 2019 р. ВВР України. 2020. №7, 8, 9. Ст.48.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розкриття туристичного потенціалу України» від 17 листопада 2021 р. №1238.
6. Постанова КМУ «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження турсервісної діяльності, що підлягає ліцензуванню, та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Міністерством економічного розвитку і торгівлі» №747 від 19.09.2018.
7. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» №168-р від 16.03.2017.
8. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного і внутрішнього туризму» №390-р від 27.06.2003.
9. Аппельт Г. В. Визначення змін у туристичній галузі, що сформувалися під впливом загальноприйнятих заходів безпеки у зв'язку з пандемією COVID-19. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2020. Вип. 43. С. 58–62.
10. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. Бізнес Інформ. 2020. №4. С. 21–27.

11. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 94–99.
12. Бігус М. М., Гальків Л. І., Добушовський П. А. Туристичний бізнес під впливом сучасних змін, зумовлених світовими викликами. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. № 3. С. 7–12.
13. Божидарник Т. *Міжнародний туризм: підручник*. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
14. Бондаренко Ю. Г., Романюк Е. В. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Journal of Lviv Polytechnic National University Series of Economics and Management Issues*. 2021. Vol. 5. No. 1. С. 132–143.
15. Бондаренко Ю. Г., Кулиняк І. Я., Гвоздь М. Я. Роль і вплив державних важелів управління на сферу відпочинку населення в кризовій ситуації. *Review of Transport Economics and Management*. 2020. Вип. 3. С. 33–47.
16. Головкова Л. С., Юхновська Ю. О. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. *Бізнес Інформ*. 2020. №2. С. 179–186.
17. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. *Агросвіт*. 2021. № 5- 6. С. 63–67.
18. Гурська І.С., Герасимів Г.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. *Агросвіт*. 2019. № 20. С. 88–92.
19. Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52-1. С. 29–34.
20. Демків Ю. М., Стукач Т. М. Українська туристична галузь у світовому середовищі: адаптація за умов впливу глобальної міжнародної кризи COVID-19. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 4. С. 18–25.
21. Дехтяр Н. А. Наявність вільного часу як чинник формування попиту на туристичні послуги. *Економічний простір*. 2020. № 160. С. 96–102.

22. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.
23. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. Бізнес Інформ. 2021. №1. С. 177–184.
24. Луцький М.Г., Марченко В.М., Давиденко В.В., Кам'янецька О.В. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. К.: Сузір'я, 2007. 484 с.
25. Машіка Г. В., Горюнова К. А. Правові та економічні аспекти туристичної галузі України під час пандемії COVID-19. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 3. С. 5–11.
26. Михайліченко Г., Клімова А. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2020. № 2. С. 21-37.
27. Панова І.О. Туризм під час пандемії: наслідки та перспективи. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 226–232.
28. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Шадурська Б. О., Петрович Й. М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». 2020. Т. 4. № 1. С. 72–82.
29. Роїк О.Р., Лущик М.В. Розвиток туристичної сфери України в умовах підвищених епідемічних ризиків. Економіка та суспільство. 2020. №22. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-9>.
30. Світлична В.Ю., Тонкошкур М.В., Кравцова С.В. Туризм під час пандемії: стан та перспективи розвитку. Електронний фаховий науково-практичний журнал "Інфраструктура ринку". Вип. 49. 2020. С. 213—217.
31. Чабан О. Р. Проблеми розвитку туристичного бізнесу в світі під впливом пандемії COVID-19. Сучасні міжнародні відносини: Актуальні проблеми теорії і практики. 2021. 2021. С. 327-331.

32. Чаркіна Т.Ю., Зайцева В.М., Реукова А.О., Пікуліна О.В. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. Економіка та держава. 2022. № 2. С. 49-56.

33. Юрченко Н.І. Сучасні тенденції маркетингових досліджень у туристичній галузі. Бізнес Інформ. 2020. №10. С. 450–459.

34. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua>.

35. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>.

36. Офіційний сайт порталу відкритих даних Світового банку (World Bank Open Data). URL: <https://data.worldbank.org>.

37. . Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC). URL: <https://wtcc.org>.

38. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL: <https://dpsu.gov.ua>.

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

40. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua>.

41. Офіційний сайт аналітичного порталу Слово і діло. URL: <https://www.slovoidilo.ua>.

42. Бондаренко А. Г., Дугієнко Н. О (2020). Вплив пандемії COVID-19 на міжнародний туризм. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Світове господарство і міжнародні економічні відносини, Вип. 3 (26), С. 3–7. DOI <https://doi.org/10.32782/easterneurope.26-1> Available at: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/26_2020/3.pdf.

43. Вплив російського вторгнення в Україну на світовий туризм та майбутнє туристичної професії. URL: <https://tourism.udau.edu.ua>.

44. Війна і туризм: Туреччина без туристів з Росії та України. URL: <https://www.dw.com/uk/viina-i-turyzm-turechchyna-bez-turystiv-z-rosii-ta-ukrainy/a-61738948>.

45. Гроші або демократія. Як війна в Україні впливає на світовий туризм. URL: <https://www.rbc.ua>.

46. За 2021 рік ринок туризму в Україні впав на 9%. Чи вдасться його перезавантажити у 2022 році? URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/01/26/681795/>.

47. Непочатенко В. О. (2020). Covid-19 і туризм: аналіз ситуації та економічні шляхи виходу з кризи. Ефективна економіка, № 7. Available at: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8079>.

48. Нова сторінка. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/novaya-stranitsa-voynazizmenit-puteshestviya-1649942226.html>.

49. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та українській реалії. URL: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19.pdf>.

50. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. URL: 210488verstka-134-145_0.pdf.

51. Сучасні тенденції та новітні тренди в туризмі після COVID-19. URL: <213044-Текст статті-484747-1-10-20201022.pdf>.

52. Туристичний барометр України. URL: <https://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-statistics-barometer-poster-2020.pdf>.

53. Туристична статистика України 2020. URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html.

54. Український туризм через пандемію втратив близько 60 мільярдів. Офіційний сайт аналітичного порталу Слово і діло. 2021. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/01/20/novyna/pandemiyu-vtratyv-60-milyardiv>.

55. Частка туризму у світовому ВВП за рік знизилася вдвічі. Інформаційне агентство Interfax-Україна. 24.04.2021. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/739849.html>.

56. April 2020, ILO and ILO, Sectoral Brief, The impact of COVID-19 on the tourism sector, May 2020.

57. Bilanyuk O., Bilous S., Malska M., Mashuk Y. The influence of global processes on the strategic development of festive tourism in Ukraine. Collective monograph /ISMA University (Latvia). Riga: ISMA, 2019. P. 244-253.

58. Chaban O. Problems of tourism business development in Ukraine COVID-19 Pandemic. Polit. Challenges of science today. 2021. С. 158. <http://fmv.nau.edu.ua/політ-2021/>.

59. COVID-19 and tourism an update. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2021d3_en_0.pdf.

60. COVID-19: Measures to Support Travel and Tourism. URL: <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>.

61. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та український реалії. URL: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12.pdf>.

62. Economic Impact Reports. World Travel & Tourism Council. 2021. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>.

63. Global Sustainable Tourism Council, The Case for Responsible Travel: Trends and Statistics 2019 by CRESTI, 2019. URL: <https://www.gstcouncil.org/caseresponsible-travel-trends-statistics-2019>.

64. ILO Global Summit: COVID 19 and the world of work. July 1-2 & 7-9. 2020. Virtual Meeting. URL: <https://global-summit.ilo.org/>.

65. ILO, Sectoral Brief, The impact of COVID-19 on the tourism sector, May 2020.

66. ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Fifth edition. 30.06.2020. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5dcomm/documents/briefingnote/wcms_749399.pdf.

67. International Civil Aviation Organisation Air Transport Statistics as of July 2020. URL: <https://www.icao.int/sustainability/Pages/Economic-Impacts-of-COVID-19.aspx>.

68. International Monetary Fund, World Economic Outlook, June 2020 15 UNWTO, "Briefing Note – Tourism and COVID-19. Issue 1. How are countries supporting tourism recovery?". June 2020. URL: <https://doi.org/10.18111/9789284421893>.

69. International Renewable Energy Agency. Global Renewables Outlook: Energy transformation 2050. 2020. URL: https://www.irena.org/-/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2020/Apr/IRENA_Global_Renewables_Outlook_2020.pdf.

70. Recovery Scenarios 2020 & Economic Impact from COVID-19 Infographics. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact/Recovery-Scenarios-2020-Economic-Impact-from-COVID-19>.

71. Tourism Grows 4% in 2021 but Remains Far Below Pre-Pandemic Levels URL: <https://webunwto.west.amazonaws.com/public/2022-01/-unwto-barometer-en.pdf>.

72. Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism. August 2021. URL: <https://www.un.org/en>.

73. Sverige Radio. Kraftigt ökat intresse för vandring. 21 April 2020. URL: <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=7457258>

74. UNWTO World Tourism Barometer January 2022 Overview. URL: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/public/2022-01/2201-Barometersmall.pdf>.

75. UNWTO World Tourism Barometer January 2022 Excerpt. URL: https://webunwto.s3.eu.com/202201/UNWTO_Barom22_01_January_Excerpt.pdf.

76. UNWTO World Tourism Barometer. URL: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>.

77. UNWTO Tourism Data Dashboards. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-dashboard>.

78. UNWTO Tourism Ambassadors. URL: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-ambassadors>