МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

ТА МИТНОЇ СПРАВИ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Міжнародний туризм в економічній структурі розвинених країн»

Здобувача вищої освіти першого (бакалаврського) рівня 4 курсу, групи МЕБ-19-1
спеціальності 292 «Міжнародні Економічні відносини»,
освітня програма «Міжнародні економічні відносини/International Economic Relations»
_____ Навального Андрія Михайловича
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник _____ Коляда Олена Володимирівна к.е.н., доцент
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
Гарант освітньо-професійної
програми _____ Белінська Яніна Василівна д.е.н., професор
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
Допущено до захисту за рішенням кафедри _____
протокол від «10» «05» 2023 № 12

Завідувач
кафедри _____ Стежко Надія Володимирівна д.е.н., професор
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Ірпінь – 2023

Реєстрація № 16 15.05.2023 _____
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки до захисту
(до захисту, на доопрацювання) 10.05.23 (дата) _____ (підпис)

Результат захисту 3 (б) 13.06.2023 _____
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії: _____ А.А. Калеснюк
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії:

_____ Н.В. Сенько
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ Я.В. Белінська
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ О.В. Колода
(підпис) (ініціали, прізвище)

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.П.: керівника, голови комісії членів комісії, секретаря, (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КЕРІВНИКОМ ТА РЕЦЕНЗЕНТОМ				
І.Зміст кваліфікаційної роботи (якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій)	від 0 до 30	15		15.06.2023 Капелюш А.А. Бенко Ж.В. Белінська Я.В. Колода О.В. Рибенко О.І.
2.Дотримання вимог щодо оформлення	від 0 до 10	7		
3.Вчасне виконання роботи на всіх етапах у встановлені кафедрою терміни	від 0 до 5	5		
4. Рецензент	від 0 до 5	3		
РАЗОМ БАЛІВ*	від 0 до 50	30		
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
І.Доповідь	від 0 до 10	7		
2. Роздатковий матеріал	від 0 до 5	3		
3. Знання теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповідати на запитання	від 0 до 25	22		
5. Апробація (участь у конференціях)	від 0 до 10	0		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	32		
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	від 0 до 100	62		

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЄКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
62	D	3	15.06.2023	Капелюш А.А. Бенко Ж.В. Белінська Я.В. Колода О.В. Рибенко О.І.

Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЕКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	Б	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	ЄХ	2 (незадовільно)

Навчально-науковий інститут економічної безпеки та митної справи
Кафедра міжнародних економічних відносин
Спеціальність 292 "Міжнародні економічні відносини"
Освітня програма "Міжнародні економічні відносини"

Затверджую
Завідувач кафедри _____
_____
«12» 08 2022

Завдання на кваліфікаційну роботу

здобувачу вищої освіти

_____ Навальному Андрію Михайловичу_____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи
«Міжнародний туризм в економічній структурі розвинених країн»
Затверджена наказом ректора від «9» 11 2022 № 1187
2. Строк здачі закінченої роботи 04.05.2023
3. Цільова установка «Міжнародний туризм в економічній структурі розвинених країн»
4. Мета роботи полягає в дослідженні тенденції розвитку міжнародного туризму та їх вплив на економіку країн в світі.
5. Об'єкт дослідження: світовий туристичний ринок.
6. Предмет дослідження: особливості розвитку міжнародного туризму в країнах світу.
7. База дослідження законодавчі та нормативні акти України, статистична інформація Державної служби статистики України, Національного банку України, Державної служби зайнятості, міжнародних організацій: Міжнародної організації з міграції, Світового банку, ЮНЕСКО та ін.
8. Вихідні дані до роботи: наукові розробки українських та зарубіжних вчених із проблем міждержавних міграційних зв'язків країни.
9. Перелік графічного матеріалу: рисунки, таблиці, графіки які відповідають даній тематиці роботи
10. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

РОЗДІЛ 1. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ, ЯК ФОРМА МІЖНАРОДНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

1.1 Туризм як галузь економіки
1.2 Сутність та класифікація міжнародного туризму
1.3 Форми і види міжнародного туризму

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ МІЖНАРОДНОГО

ТУРИЗМУ

2.1 Характеристика туристичного ринку країн світу

2.2 Аналіз міжнародного туризму в країнах світу

2.3 Проблеми функціонування міжнародного туризму в Україні

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

11.Календарний план виконання кваліфікаційної роботи

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	2	3	4
1	Вибір теми	до 01.11.2022р.	15.10.2022
2	Вивчення літературних джерел та складання плану роботи	до 10.12.2022 р.	10.12.2022
3	Підготовка І розділу дипломної роботи та надання його керівнику	10.12.2022 р.	10.12.2022
4	Підготовка 2 розділу дипломної роботи та надання його керівнику	1.02.2023 р.	01.02.2023
5	Доопрацювання 1 та 2 розділу дипломної роботи та надання їх керівнику	10.02.2023 р.	10.02.2023
6	Підготовка 3 розділу дипломної роботи та подання їх керівнику	10.03.2023 р	10.03.2023
7	Підготовка вступу та висновків до дипломної роботи та подання її керівнику	01.04.2023 р	01.04.2023
8	Доопрацювання дипломної роботи та подання її керівнику	01.05.2023р.	01.05.2023
9	Отримання відгуку керівника дипломної роботи	до 06.05.2023 р	06.05.2023
10	Допуск дипломної роботи до захисту (попередній захист)	6-10.05.2023р	10.05.2023
11	Отримання зовнішньої рецензії на дипломну роботу	Орієнтовно до 10.05.2023р	10.05.2023
12	Захист дипломної роботи	Орієнтовно 10-15.06.2023 р	12-13.06.2023

12. Дата видачі завдання «25» 10 2022

13. Керівник кваліфікаційної роботи _____ (підпис) Кагуда О. В. (прізвище, ініціали)

10. Гарант освітньо-професійної програми _____ (підпис) Бєлінська Н. В. (прізвище, ініціали)

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти _____ (підпис) Навальний А. М. (прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

«Міжнародний туризм в економічній структурі розвинених країн»

Мета роботи полягає в дослідженні тенденції розвитку міжнародного туризму та їх вплив на економіку країн в світі.

Завданнями роботи є

- розглянути туризм як галузь економіки;
- вивчити сутність та класифікація міжнародного туризму;
- розглянути форми і види міжнародного туризму;
- дати характеристику туристичного ринку;
- провести аналіз міжнародного туризму;
- виявити проблеми функціонування міжнародного туризму в світі;
- ознайомитися із зарубіжним досвідом розвитку міжнародного туризму;
- визначити шляхи розвитку міжнародного туризму на основі світового досвіду.

Предметом дослідження особливості розвитку міжнародного туризму в країнах світу.

Об'єктом дослідження є світовий туристичний ринок.

За результатами дослідження сформульовані загальні висновки щодо подальшого розвитку міжнародного туризму.

Одержані результати можуть бути використані при виявленні перспективи розвитку міжнародного туризму в світі.

Кваліфікаційна робота містить 71 сторінку, 7 таблиць, 10 рисунків, список використаних джерел з 60 найменувань.

Ключові слова: МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ, ВИДИ, АНАЛІЗ, ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ.

Рік виконання кваліфікаційної роботи 2023.

Рік захисту кваліфікаційної роботи 2023.

ABSTRACT

"International tourism in the economic structure of developed countries"

The purpose of the work is to study the trends in the development of international tourism and their impact on the economy of countries in the world.

The tasks of the work are

- consider tourism as a branch of the economy;
- to study the essence and classification of international tourism;
- consider the forms and types of international tourism;
- give a description of the tourist market;
- conduct an analysis of international tourism;
- identify the problems of functioning of international tourism in the world;
- get acquainted with the foreign experience of the development of international tourism;
- to determine ways of development of international tourism based on world experience.

The subject of research is the peculiarities of the development of international tourism in the countries of the world.

The object of research is the world tourist market.

Based on the results of the research, general conclusions regarding the further development of international tourism were formulated.

The obtained results can be used to identify prospects for the development of international tourism in the world.

The qualification work contains 71 pages, 7 tables, 10 figures, a list

used sources from 60 items.

Keywords: INTERNATIONAL TOURISM, TYPES, ANALYSIS, FUNCTIONING PROBLEMS.

The year of performance of qualification work is 2023.

The year of protection of qualifying work is 2023.

ЗМІСТ

ВСТУП 2

РОЗДІЛ 1. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ, ЯК ФОРМА МІЖНАРОДНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН 4

1.1 Туризм як галузь економіки 4

1.2 Сутність та класифікація міжнародного туризму 13

1.3 Форми і види міжнародного туризму 18

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ 24

2.1 Характеристика туристичного ринку країн світу 24

2.2 Аналіз міжнародного туризму в країнах світу 28

2.3 Проблеми функціонування міжнародного туризму в Україні 33

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ 41

ВИСНОВКИ 60

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 63

ДОДАТКИ 69

ВСТУП

На сучасному етапі міжнародний туризм є різноманітністю типів, форм і видів. Форма туризму залежить від цього, чи перетинає турист державний кордон країни проживання. Велике впливом геть розвиток цієї сфери надає міжнародний туристський обмін, що приділяє особливу увагу завжди в'їзному іноземному туризму. Саме цей вид туризму дає окремим країнам можливість підвищення свого економічного розвитку. Спрямованість національної політики в розвитку міжнародного туризму допомагає кращому освоєнню природних і культурно-історичних ресурсів країни, що значно підвищує його економічну ефективність (наприклад, екотуризм, екскурсійні поїздки, ознайомлювальні тури тощо.).

Поняття «міжнародний туризм» у більшості країн, зазвичай, пов'язують із формуванням валового внутрішнього продукту, забезпеченням зайнятості, з валютними надходженнями, активізацією зовнішньоторговельного балансу, що, своєю чергою, одна із значних чинників економічного зростання.

В Україні над проблематикою сутності міжнародного туризму працюють такі вчені, як Гутенєв М., Конишев В., Сергунін А. Туризм у раках концепції формування соціальних інститутів розглядається у наукових Козлова Є. І., Шишин А. С.. Тому при проведенні наукових досліджень у галузі міжнародного туризму в рамках аналізу сутнісних характеристик та еволюції розвитку останнього, насамперед, рекомендується використовувати вищевикладені сучасні наукові джерела. Опора на сучасні наукові праці в галузі теорії туризму, а також на дослідження наведених вище вчених суттєво збагатить теоретичний розділ наукового дослідження щодо встановлення сутнісних характеристик розвитку туристичної галузі. Це допоможе розробити унікальний науковий інноваційний продукт, який цінуватиметься на ринку міжнародного туризму.

Метою дослідження є тенденції розвитку міжнародного туризму та їх вплив на економіку країн в світі.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

- розглянути туризм як галузь економіки;

- вивчити сутність та класифікація міжнародного туризму;

- розглянути форми і види міжнародного туризму;

- дати характеристику туристичного ринку;

- провести аналіз міжнародного туризму;

- виявити проблеми функціонування міжнародного туризму в світі;

- ознайомитися із зарубіжним досвідом розвитку міжнародного туризму;

- визначити шляхи розвитку міжнародного туризму на основі світового досвіду.

Об'єкт дослідження - світовий туристичний ринок.

Предмет дослідження - особливості розвитку міжнародного туризму в країнах світу.

В роботі використані наступні методи дослідження: аналіз; метод аналогій; статистичні методи дослідження; метод індукції і дедукції; описовий метод.

Теоретичне значення проведеного дослідження полягає в систематизації різних підходів до теоретичних основ міжнародного туризму, як форми міжнародно-економічних відносин.

Практичне значення проведеного дослідження полягає в виявленні перспективи розвитку міжнародного туризму в світі.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків розміщених на 58 сторінках та містить список використаних джерел із 60 найменувань.

РОЗДІЛ 1. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ, ЯК ФОРМА МІЖНАРОДНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

1.1 Туризм як галузь економіки

В наші дні туристичні послуги відіграють велику роль у міжнародних економічних відносинах. Міжнародний туризм є не тільки популярним видом відпочинку, але й сферою світової економіки, що швидко росте. Міжнародний ринок туристських послуг є одним із видів туризму, йому притаманні ті самі ознаки, у той час він має свої особливості у зв'язку з його міжнародним характером.

Виникнення приватних ринків, у тому числі ринку туристичних послуг, пов’язане із суспільним поділом праці – незалежним процесом розподілу різних видів праці та виробників та обміну товарами та послугами, заради яких вони функціонують. Важливе значення мало відокремлення торгівлі від ремісничої та сільськогосподарської діяльності. Розвиток торговельних зв'язків привів, таким чином, до поглиблення поділу праці і появи специфічних видів трудової діяльності, таких як прийом і розміщення мандрівників. Основні аспекти ринку туристичних послуг змінювалися з часом: наприкінці 19 століття основною формою організації туристичного роздрібного обслуговування були спеціалізовані магазини, у другій половині 20 століття - оптовий туристичний ринок, сьогодні ринок туристичних послуг глобалізується [1, 88].

Туризм має давню історію, але ще не отримав чіткого визначення, і як експерти, так і туристичні організації мають різні тлумачення. Як складне соціально-економічне явище воно досі вважається недостатньо вивченим і важко піддається кількісній оцінці, що ускладнює прогрес у його науковому пізнанні. Більшість авторів під поняттям «туристичний ринок» розуміють потреби та мотивацію туристів, особливості економічної поведінки різних типів туристів, їх проживання та перебування поза звичайним місцем проживання, їх економічні

відносини з туристами. Вплив туристичного ринку між туристами та виробниками товарів і послуг на навколишнє природне, економічне, демографічне, політичне та інше середовище.

Туризм — форма мобільності населення, пов'язана не зі зміною місця проживання чи роботи, а із задоволенням суспільних потреб. Людей, які здійснюють такі подорожі, називають туристами [9, 94].

Слід розділити поняття «туризм» і «подорожі». Оскільки подорож може не передбачати ночівлі, туризм обов'язково означає ночівлю на постійному місці проживання далеко від дому. Крім того, метою подорожі є одержання доходу або зміна місця проживання, а мета туризму протилежна – витрачання доходу, отриманого туристами вдома [16, 44].

Загальне зростання туристичних потоків на початку 20 століття, зростання значення туризму і поява статистичного обліку мандрівників вимагали чіткого визначення туризму.

Туризм – одне з найважливіших соціально-економічних явищ сучасності, підпорядковане об'єктивним закономірностям суспільного розвитку. Туризм як людська діяльність і галузь економіки активно розвивається і його значення, безсумнівно, буде тільки зростати в майбутньому.

З економічної точки зору туризм є особливим споживанням послуг і товарів, матеріальних і духовних благ, і може стати самостійною галуззю економіки [22, 73].

Отже, туризм - це рекреаційна діяльність, пов'язана з виїздом за межі постійного місця проживання, активною рекреаційною діяльністю, під час якої відновлення працездатності поєднується з оздоровленням, Спортивні, освітні та культурно-розважальні цілі. Туристичні об'єкти (туристичні бази, кемпінги, готелі, притулки, стоянки) можуть сформувати самостійну підгалузь, яка допоможе організувати оздоровчу, рекреаційну діяльність, активний відпочинок і найрізноманітніші туристичні маршрути.

Як специфічний вид діяльності, туризм має на меті надання різноманітних послуг і товарів туристичним організаціям для підвищення попиту туристів, тим

самим задовольняючи потреби клієнтів у культурі, розвагах та оздоровленні. Під туризмом розуміється вид використання вільного часу туристів, до якого відноситься туризм, коли туристи перебувають з різними цілями і завданнями поза місцем постійного проживання на термін не більше одного року.

Визначальними ознаками цього туру є:

- Приїжджий залишає своє постійне місце проживання. Визначення «постійного проживання» включає місця постійного проживання людей та об'єкти, які є звичайним середовищем проживання туристів, незалежно від частоти, з якою туристи відвідують ці місця;

- час затримки. Слід мати на увазі, що туризм має свій характер тимчасового перебування - до року;

- Мета поїздки. Ця функція відрізняється від усіх інших поїздок. Пропозиція СОТ об'єднує цілі туризму в шість широких блоків: дозвілля, розваги, відпочинок; зустрічі з друзями та родичами; офіційні та професійні цілі; реабілітація, терапія; паломництво, релігійні цілі; інші туристичні напрямки [29, 143].

Класифікація туризму має велике значення для регіональної організації та планування туристичної індустрії, а її суть полягає у виділенні рівня, форми та виду туризму за різними напрямками.

Оскільки дослідники недостатньо розглянули цю сферу, загальноприйнятої класифікації туризму не існує. Це пояснюється перш за все невмінням чітко розмежувати форми і види сучасного туризму.

Основою об'єктивного формування ринку туристичних послуг є зростання і диверсифікація суспільного попиту на туристичні послуги, а також відповідне поглиблення суспільного поділу праці.

Ринок туризму – це сфера, що задовольняє потреби населення в послугах, які пов'язані з відпочинком та змістовним проведенням дозвілля в подорожі [30, 250].

Виділяють наступні види туризму (табл. 1.1) [36, 88].

Таблиця 1.1

Класифікація туризму

№	Вид туризму	Характеристика виду
1	Культурно-пізнавальний	Туризм з метою ознайомлення з історико-культурними та природними пам'ятками
2	Мисливсько-рибальський	Метою даного виду туризму є охота на диких звірів і птахів, а також лов риби.
3	Екстремальний туризм	Туризм, пов'язаний з гострими переживаннями туриста під час туру і передбачає його активну участь.
4	Етнографічний	Різновид культурно пізнавального туризму.
5	Лікувально-оздоровчий	Туризм з метою профілактики захворювань, а також лікування конкретних хвороб. Передбачає тривале перебування в спеціалізованих установах (санаторіях, профілакторіях і т.п.)
6	Діловий туризм	Поїздки бізнесменів з діловими цілями. Передбачає відвідування наукових конференцій, семінарів, спеціалізованих виставок.

Джерело : [36]

Загалом, туристична індустрія - це сукупність розваг і пізнавання оздоровчого, спортивного, ділового та іншого призначення, засобів розміщення, транспортування, об'єктів харчування, які входять до організацій, що здійснює туроператорську та турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги та послуги гідів перекладачів. На сьогоднішній день вирізнять багато видів туристичних послуг (рис. 1.1) [39, 15].

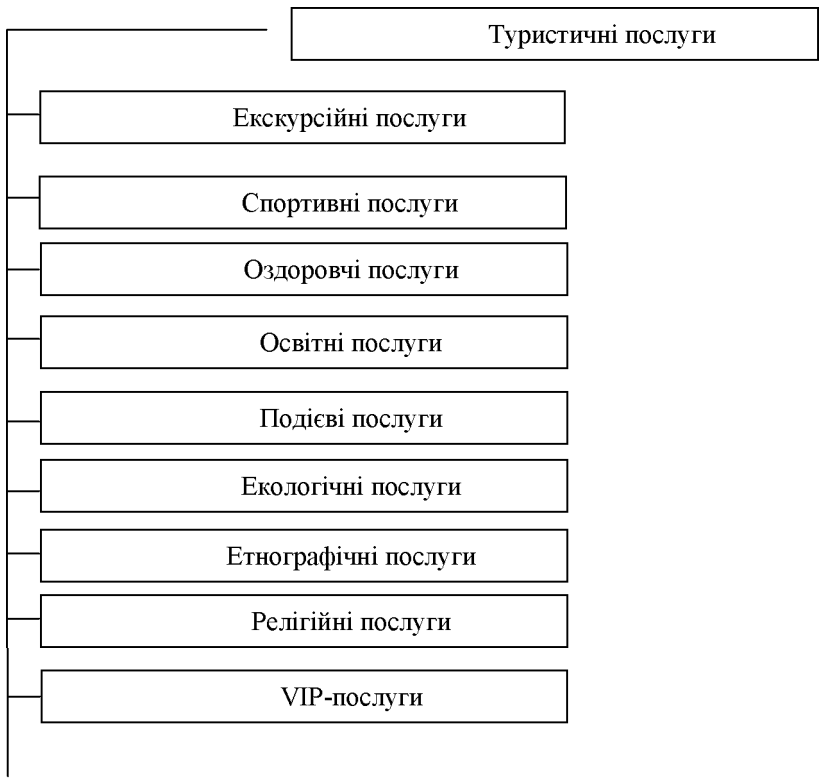




Рис. 1.1 Види туристичних послуг

Нижче розглянемо більш детально різні види туристичних послуг.

Екскурсійні послуги – послуги, що включають в себе всі види пересування за туристичним ресурсу з метою ознайомлення та отримання нових вражень. До них відносять: автобусні екскурсії з закріпленим екскурсоводом, піший огляд визначних пам'яток, польоти на вертольотах і біпланів, поїздки на водних засобах транспорту, тощо. Спортивні послуги - послуги, що включають в себе організацію спортивного дозвілля в залежності від його переваг і фізичної підготовки.

Розрізняють наступні підвиди спортивних послуг (рис. 1.2) [2, 53].

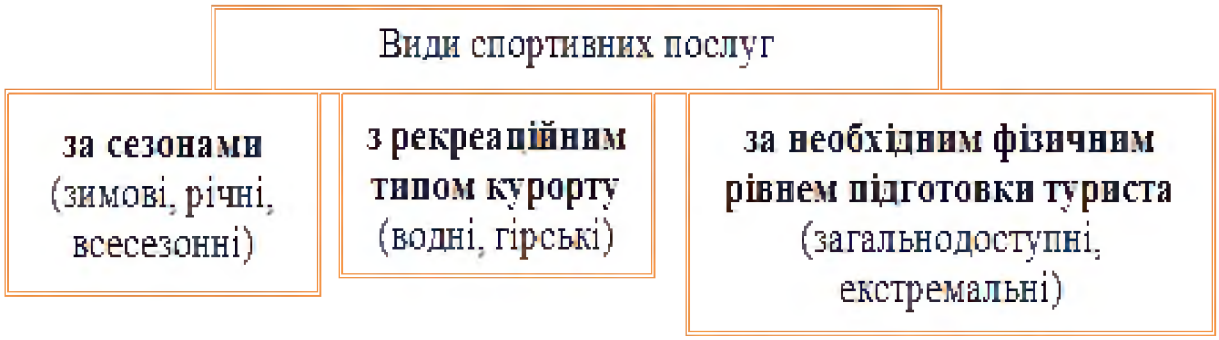


Рис 1.2 Види спортивних послуг

Оздоровчі послуги – послуги, що включають в себе обов'язкові оздоровчі процедури, вони є атрибутом будь-якого курорту. Це можуть бути SPA-процедури (плавання в басейні, масаж, сауна, гідромасаж, грязеві ванни, обгортання, тощо), аеробіка, гімнастика і заняття в тренажерному залі.

Освітні послуги – послуги, що включають в себе, виходячи інтересів туриста, майстер-класи, зазвичай пов'язані з традиціями і звичаями регіону, в якому він перебуває. Наприклад, у Китаї туристів вчать виготовляти паперові ліхтарики, у Франції – дегустувати і розрізняти вина, в Італії - готувати піцу, в Індії – підбір спецій або носіння сарі для жінок, тощо.

Подієві послуги – послуги, що включають в себе можливість відвідати розважальні центри регіону перебування. Це можуть бути як культурно-

пізнавальні (опера, театр, балет), шоу-масові (ігорні заклади, нічні клуби, показів мод) так і спортивні події (гонки «Формула-1», футбольні матчі, національні види спорту тощо) [5, 191].

Екологічні послуги – послуги, що включають в себе можливість проживання і ознайомлення з природними ресурсами регіону, в якому перебуває турист. До них відноситься проживання в екопоселеннях, відвідування заповідників і природних парків, з можливістю ознайомлення з флорою і фауною цього регіону [12, 475].

Етнографічні послуги – послуги, що включають в себе можливість ознайомитись з побутом та традиціями етносу, що проживає в регіоні, в якому перебуває турист. Ця послуга може бути актуальна в країнах, де збереглися стародавні племена, екзотичні звичаї і традиції. Наприклад, на території Марокко, організовують виїзди в пустелю на верблюдах в поселення бедуїнських племен [15, 81].

Релігійні послуги - послуги, що включають в себе можливість ознайомитись з певними релігійними обрядами, однак туроператори повинні більш ретельно опрацювати такі тури оскільки не кожному туристу дозволять перебувати в буддистському монастирі чи іншому релігійному обряді деяких конфесій [37, 115].

VIP-послуги – послуги, що включають в себе розширені можливості в туризмі, наприклад, відвідування закритих для загального відвідування місць або відвідування загальнодоступних місць, в той час, коли в них немає інших туристів [38, 65].

Поділ туризму на типи основується на національній приналежності туристів. Виділяють такі типи туризму:

- Внутрішній, що включає подорожі туристів у межах країни їх постійного місця проживання;

- виїзний, який включає пересування осіб з постійного місця проживання в будь-яку іншу країну;

- в'їзний, це подорожі туристів за межі країни їх постійного місця

проживання [41, 45].

Завдяки сплетенню типів туризму можна отримати різні комбінації, що становлять категорії туризму:

- туризм, що включає внутрішній і в'їзний туризм - у межах країни;

- національний, що поєднує в собі внутрішній і виїзний турім;

- міжнародний туризм, що включає в себе в'їзний і виїзний туризми [43, 325].

Залежно від цього, які цілі подорожі, виділяють такі види туризму: відновлювальний, лікувальний, професійний, діловий, релігійний, етичний, транзитний.

Завдяки формам туризму розробляється тур для туриста і його обслуговування. Виділяють індивідуальну та колективну форми туризму.

Груповий туризм є поїздки туристів, (з шести і більше осіб), що подорожують на єдиних умовах і за єдиним маршрутом. Таким чином, туризм розглядають як туристичний бізнес і як форма вільного проведення часу.

Треба розглянути зміст категорій туризму.

Туріндустрія поєднує у собі підприємства, які забезпечують виробництво, обмін та споживання туристських послуг, створення матеріально-технічної бази туризму [42, 72].

Туристський регіон - це не що інше, як географічна зона, що має у володіннях туристські ресурси, необхідні дані для зустрічі туристів і має необхідний набір послуг, щоб задовольнити потреби клієнтів.

Туристським регіоном може бути як місто, так і цілий альянс країн. Насправді ця відмінність обумовлюється від того, які специфічні потреби туристів і з якою метою вони відвідують регіон. Щоб пояснити визначення «туристський регіон», необхідно деталізувати його на рівні: мега-рівень (світові економіки країн); макро-рівень (країни); мезо-рівень (національні туристські зони); мікро-рівень (включає міста, області, краї).

Шість туристських регіонів, виділені Всесвітньою туристською організацією:

– Європейський. У цей регіон включені країни Європи, і навіть колишні республіки СРСР, держави Східного Середземномор'я;

– Американський. До нього входять країни Південної, Центральної та Північної Америки, зона Карибського басейну.

- Азіатсько-Тихоокеанський. Цей регіон інтегрує країни Австралію і Океанію, Східну і Південно-Східну Азію.

– Африканський. Включає всі країни Африки, за винятком Єгипту і Лівії.

– Південно-Азіатський. До нього входять країни Південної Азії.

- Близькосхідний. Представлений Єгиптом та Лівією, а також країнами Західної та Південно-Західної Азії.

«Туристський ринок» - являє собою систему відносин, в якій відбувається перетворення туристичних послуг у гроші, і навпаки [3, 5].

Туристський продукт - це організоване поєднання туристських робіт, послуг, завдяки яким стає можливим споживання туристських послуг [4, с. 62].

Туристська інфраструктура - це ланцюг споруд наземного та підземного характеру (каналізація, водопровід, газопровід, автостради, паркування, автостоянки, вокзали, аеропорти, автостради, курортні споруди, установи розважального характеру), які є незамінною ланкою для життєдіяльності туристів.

Участь туристичної фірми в здійсненні туристичної поїздки називається організованим туризмом. Для цього виду туризму характерні чітко організовані та узгоджені деталі поїздки. Туристи точно знають маршрут своєї подорожі, в які терміни вони прибувають, та обсяг наданих їм послуг (проживання, харчування, екскурсії).

Разом з організованим туризмом існує і неорганізований туризм, для якого характерна самодіяльність та самообслуговування. Даний вид туризму дозволяє туристам самим вибирати маршрут свого проходження, тривалість часу подорожі, проживання, харчування, екскурсії.

Туристська послуга - комплекс заходів у галузі туристського обслуговування, при якому все спрямовується на те, щоб задовольнити потреби туриста або екскурсанта. У туризмі таким характерним прикладом можуть бути

послуги з харчування туристів, їх розміщення, послуги гіда, екскурсійне обслуговування [6, 109].

Щоб у туризмі здійснювалося все у встановленому законному порядку, неодмінно дотримувалися організацією впливу на реалізацію туристських поїздок і є звані при цьому «Туристські формальності» [10, 105].

Комерційний туризм прагне до своєї головної мети - витягу-прибутку, намагаючись разом з тим встановити найкращу рівність між вартістю туристського продукту і величиною витрат. Коли таке відбувається, послуги, які надають туристські організації, в основному розраховані для осіб або сімей з середнім або високим рівнем доходу, тому весь вантаж, пов'язаний з оплатою, покладається на особистий або сімейний бюджет.

Разом з комерційним туризмом існує і соціальний туризм, необхідний для задоволення туристських потреб тієї категорії населення, яка є в меншому ступені забезпеченою (молодь, школяр, пенсіонери), а також громадяни (вітерани праці , війни), для яких надається підтримка державою, благодійними та недержавними фондами. Всі ці витрати фінансуються із засобів, що відводяться для різних соціальних потреб.

Внутрішній туризм є видом діяльності, який пов'язаний з підготовкою поїздок для осіб у межах країни, що регулярно проживають у цій країні.

У своєму функціонуванні туристична індустрія опирається на матеріально - технічну базу (МТБ). До неї можна віднести туристичні фірми (турагенства і туроператорів), готелі, туристичні бази, кемпінги, підприємства харчування і торгівлі, транспортні підприємства, пункти прокату туристського обладнання та інвентарю, туристичні клуби, бюро реалізації туристичних путівок, контрольно-порятункові служби, станції тощо.

Основою туристичної індустрії є база рекреаційно-природних ресурсів, що має бути привабливою для туристів, але при цьому досить значних розмірів, для запобігання перенасичення туристами.

В цілому, туристична діяльність є рушієм розвитку економіки – за рахунок неї розвивається торгівля, певні галузі виробництва, будівництва, сільського

господарства, інфроктрустура, транспорт, зв'язок тощо.

Туризм приваблює підприємців не тільки відносно невеликими стартовими інвестиціями, а й високим рівнем рентабельності і мінімальним терміном окупності витрат.

На рис. 1.3 представлені основні економічні функції туризму [19, 77].

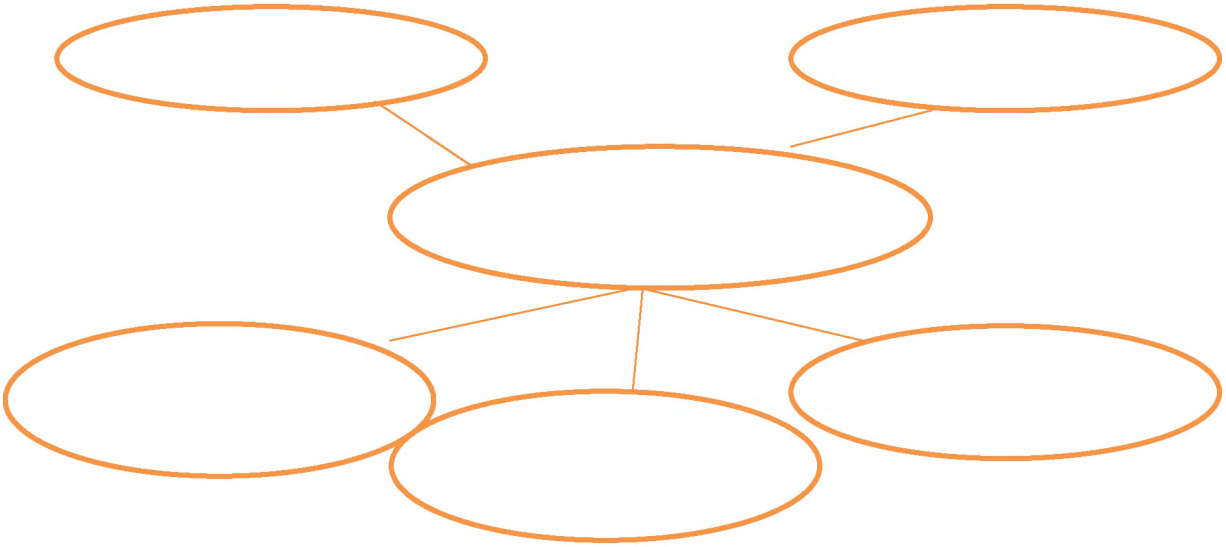


Рис. 1.3 Основні економічні функції туризму [10, с. 130]

Таким чином, можна зробити висновок, що туристична галузь, представлена туристичними послугами та туристичними продуктами, досить різноманітна та перспективна у своєму розвитку. Перелічені туристичні послуги дають змогу розраховувати на зростання ролі туризму в структурі міжнародних відносин.

1.2 Сутність та класифікація міжнародного туризму

Особливістю сьогоднішнього світового ринку є те обставина, що вже за

минулі тридцять років важливість туристичних послуг, їх становище у внутрішньому валовому продукті (ВВП) переважно розвинених країн значно посилилися. Різке прогресування сфери туристичних послуг здійснилося завдяки освіті великого туристичного комплексу: діють систематичні трансконтинентальні туристичні маршрути2, організовані міжнародні готельні ланцюжки, що призвело до потреби вивчення ринку, але це своє чергу викликало зосередження на уточненні споживчих преференцій в досліджуваної області. Туристичні маршрути поширюються насправді по всьому світу. Завдяки оптимістичним сценаріям прогресування світового туризму виникли державні, обласні програми з просування туристського сервісу, що передбачає нарощування мереж готелів, туристських перевезень, розважального комплексу і пунктів соціального харчування для справжнього відшкодування потреби клієнта.

Туризм є однією з найважливіших і найбільш активно сфер світової економіки, що активно розвиваються. Він став розвиватися завдяки економічним явищам минулого століття.

У більшості країн міжнародний туризм - це важливе джерело для формування валового внутрішнього продукту, утворення нових робочих місць, забезпечення зайнятості населення. Він є основою валютних надходжень до бюджету держави.

Міжнародний туризм - діяльність, спрямована на реалізацію подорожей та проживання мешканців з туристичними цілями з однієї країни на територію іншої. Однак існує різниця між внутрішнім туризмом і міжнародним, відмінність полягає в тому, що для другого характерно перетин державного кордону туристами. Перетин кордонів туристами реалізується за допомогою дотримання туристичних формальностей (візових, митних, валютних, санітарно-епідеміологічних).

Розглядаючи поняття «міжнародний туризм», «іноземний туризм» і «закордонний туризм», слід розуміти розбіжності у них. Міжнародний туризм - це поняття, встановлене законом, тому немає причин для існування вищезгаданих визначень, оскільки вони мали місце як економічні категорії в часи радянського

періоду держави і права [21, 851].

Нижченаведені ознаки туризму є основою визначення поняття туризму, де він: є результатом пересування людей; завжди складається з двох елементів: подорож у пункт призначення та ночівлю у ньому; розглядається як виїзд із постійного місця проживання (країни чи регіону); тимчасова подорож (міграція) туриста за туристичним маршрутом.

Міжнародний туризм має такі принципи, як: вільне пересування та вибір місця зупинки на території будь-якої держави; відсутність дискримінації; повага до суверенітету країни та ін.

Документи про статистику туризму містять перелік туристичних послуг, що споживаються туристами, які класифікують таким чином: готелі та ресторани; послуги екскурсійних бюро; послуги бюро подорожей та туристичних агентів та інші.

Міжнародний туризм має кілька відмінних особливостей: порівняно із зовнішньою торгівлею у ньому немає обміну товарами та послугами, він заснований на обміні туристами; послуги з туризму не мобільні, а також не можуть зберігатися; пропозиція не гнучка.

Сьогодні міжнародний туризм дедалі більше впливає залежність національних економік від діяльності туристичного ринку. Саме тому у різних країнах стали виділяти основні та найважливіші функції міжнародного туризму.

Соціальні функції, серед яких можна звернути увагу на кілька моментів:

1. туризм як вид відпочинку, що відновлює сили та працездатності людини, отже, і певної частини ресурсів суспільства;

2. подорожі стимулюють раціонально використати вільний час людини;

3. значна роль туризму у підвищенні рівня життя населення;

4. туристична діяльність належить, зазвичай, до екологічно безпечної сфери діяльності [26, 65].

Про соціальні функції можна дійти невтішного висновку, що вони мають відтворюючий характер: оновлення сил і психофізичних ресурсів як для трудової діяльності, так рутинних побутових занять.

За допомогою економічних функцій міжнародного туризму здійснюються:

1. валютні надходження у країну;

2. може мати місце розширення вкладів у платіжному балансі та ВНП країни;

3. диверсифікація економіки, у вигляді появи нових туристичних галузей;

4. зростання зайнятості, доходів та рівня добробуту національної економіки та суспільства;

5. розвиток інфраструктури країни та інших процесів;

6. залучення ресурсів міжнародного підприємництва [27, 205].

Роль туризму в якості всіх перерахованих вище функціях невпинно зростає.

Гуманітарні функції:

1. поєднання відпочинку та пізнання національних, культурних, побутових та інших особливостей різних народів, у тому числі свого, що розширюють світогляд мандрівника;

2. туризм сприяє зміцненню та розвитку мирних відносин між націями [28, 332].

Туристична політика кожної держави реалізується виходячи з внутрішніх особливостей та умов і зовнішніх факторів.

Економічна ефективність міжнародної туристської діяльності є одним з елементів сукупної ефективності фінансово-господарської діяльності і визначається за допомогою певних показників та критеріїв їх значущості.

Під критерієм пропонуємо розуміти еталонне значення оптимальної відповіді на поставлене питання або вирішення задачі. Основною метою використання критерію є визначення вимог до того, яка ефективність буде вважатися високою, якою є низькою, а яка нейтральною щодо міжнародної туристської діяльності. Для оцінки ефективності міжнародної туристської діяльності використовуються такі показники, як валютні надходження від міжнародної туристської діяльності, які роблять внесок у формування загального державного доходу; валовий дохід - балансовий прибуток, перевищення виручки, отриманої в результаті реалізації продукту (робіт, послуг) над витратами (зокрема

матеріальними); прибуток - різниця між ринковою ціною товару, що реалізується, або послуги, що надається витратами на їхню реалізацію/виробництво/надання (про послугу) [32, 57].

Аналіз наукової літератури показав, що види міжнародного туризму класифікуються в залежності від мети поїздки, термінів, засобів пересування і розміщення, вартості поїздки, вікового складу, сезону та інших ознак. В залежності від цих критеріїв туризм поділяється на декілька видів (рис. 1.4) [34, 89].



Рис. 1.4 Види туризму за класифікаційними ознаками

Таким чином, слід зазначити, що туризм це - вид бізнесу, спрямований на надання туристських послуг, а також спосіб використання вільного часу туристів на території, що знаходиться за межами їх постійного місця проживання з різними туристичними цілями протягом періоду , що не перевищує року. Міжнародний туризм - особливий вид міжнародної торгівлі послугами, характерна форма туризму, пов'язана з перетином туристів державних кордонів і дотриманням різних туристських формальностей (візових, паспортних, митних, санітарно-

епідеміологічних). На сьогоднішній день туризм представлений як один із основних видів міжнародної торгівлі послугами.

1.3 Форми і види міжнародного туризму

Класифікація туризму - це виділення внутрішньо однорідних категорій туристської діяльності з прийнятих підстав. Існують різні класифікації видів туризму, з різних базових класифікаційних принципів чи ознак. «Тезаурус з туристської та дозвільної діяльності» ЮНВТО містить близько 200 термінів, що відображають сутність видів міжнародного туризму.

Загалом класифікації видів туризму можна розділити на дві групи:

- офіційні, що закріплені у міжнародних нормативно-правових актах, а також в актах внутрішніх законодавств;

- неофіційні (наукові, які розроблені для освітніх та наукових цілей) [35, 179].

Неофіційна класифікація туризму складає основі існуючих правових норм про цілі туризму, принципів організації та фінансування, видів туристських ресурсів та інших.

Насамперед міжнародний туризм ділиться на в'їзний та виїзний туризм. Перший вид відноситься до туристів, які приїжджають до місця призначення з інших країн. Наприклад, до Японії приїжджає іноземний турист. Другий вид відноситься до туристів, що подорожують із країни їх походження в іншу країну. Наприклад, коли турист із Індії летить до Італії, для Індії це виїзний туризм, для Італії – в'їзний [7, 115].

Розглянемо базові засади класифікації та відповідні їм види міжнародного туризму. За способом підготовки та організації подорожі розрізняють організований та неорганізований туризм. Перший передбачає участь туроператора (турагента) або комп'ютерної системи (інфопосередника), оплати поїздки з комплексним обслуговуванням заздалегідь, другий вид означає, що туристи вирушають у подорож без участі будь-яких посередників, а послуги сплачують у міру їхнього споживання на місці перебування. Плановий (організований) туризм є основою індустрії туризму, може мати форму пакетованого туризму, маючи на увазі, що він реалізується на основі вбудованих послуг. Такі поїздки проходять за заздалегідь визначеним маршрутом, графіком та програмою.

Залежно від кількості учасників міжнародний туризм ділиться на індивідуальний (до п'яти осіб) та груповий (понад п'ять). На практиці груповим туризмом називають подорож групи у складі понад 12-14 осіб, оскільки саме такі групи одержують пільгові умови перевезення та розміщення. Найчастіше групу туристів збирають на основі спільних інтересів учасників за різними видами та тематикою: культурно-пізнавальні, подієві, освітні, екологічні, гірськолижні. Існує таке поняття, як групи афініті – це групи туристів, яких поєднують професійні інтереси. Учасники таких груп виділяють собі спільні цілі у подорожі.

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

Взявши спосіб пересування за основу класифікації, можна назвати такі типи туризму: піший, транспортний, комбінований. По виду використовуваних транспортних засобів туризм поділяють на: авіаційний, залізничний, автомобільний, автобусний, круїзний, космічний та ін.

З міркувань протяжності маршруту види туризму діляться на: ближній, середній дальності, далекий, прикордонний сусідній, міжконтинентальний, навколосвітній. Залежно від тривалості подорожі:

- короткостроковий (від одного до трьох днів);

- Середньостроковий (від трьох днів до одного місяця);

- Довгостроковий (від одного до шести місяців).

Відповідно до суб'єктного принципу види туризму розбивають на:

- сімейний туризм (туристи – подружня пара з дітьми);

- шкільний туризм;

- молодіжний туризм (туристи віком від 15 до 29 років);

- дитячий туризм (туристи віком до 15 років);

- туризм "старших громадян" (туризм осіб "третього" віку, де туристами є пенсіонери);

- туризм осіб «четвертого» віку (туристи – особи з обмеженими можливостями) [8, 1241].

На основі мотиваційно-цільового принципу туризм поділяють на дві групи: канікулярний туризм та діловий. Канікулярний туризм поєднує у собі такі види, як: культурний, освітній, туризм з метою відвідування друзів та (або) родичів, лікувально-оздоровчий, спортивний, духовно-просвітницький (релігійний), пригодницький, подійний, спеціалізований.

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

Освітній туризм передбачає подорож з метою навчання, яке має систематизовану програму. Найпопулярнішою формою є програма навчання за кордоном.

Лікувально-оздоровчий туризм можна поділити на кілька форм:

- Поїздка з метою народження дитини в іншій країні;

- медичний туризм (поїздка для отримання спеціалізованого лікування);

- туризм, спрямований на оздоровлення;

- туризм, спрямований на реабілітацію та відновлення [11, 155].

Спортивний туризм може переслідувати кілька цілей: відвідування різних

спортивних заходів або участь у них, заняття фізичною культурою та спортом.

Духовно-просвітницький (релігійний) туризм відноситься до подорожей святими місцями, поїздками в різні релігійні центри

Пригодницький туризм включає дослідження віддалених місць і територій. Під час такої подорожі туристи ставлять перед собою різні цілі: перевірка своїх фізичних можливостей, навичок, наскільки вони сильні духом. Тут вони часто ризикують своїм життям та здоров'ям [13, 38].

До спеціалізованих видів туризму можна віднести:

- агротуризм (дає можливість познайомитися із сільським життям та різними сільськогосподарськими роботами, спробувати місцеву «справжню» їжу);

- атомний туризм (тут туристи знайомляться з атомною зброєю, ракетними бункерами, АЕС, транспортними засобами, що перевозили різноманітні матеріали);

- гастрономічний туризм (головна мета подорожі – вивчити нові методи та рецепти приготування страв, продегустувати місцеву кухню тієї чи іншої країни);

- танатотуризм, також можуть називати «темним» туризмом, похмурим, чорним, скорботним (передбачає відвідуванням місць та пам'яток, які історично пов'язані зі смертю, трагедією, стражданнями людей);

- Енотуризм, тобто. винний туризм, (туристи відвідують виноградники та виноробні, дегустую вино, ходять на екскурсії з виробництва);

- екотуризм (головна мета поїздки – відвідування унікальних природних територій, не порушених (мінімально порушених) антропогенним впливом);

- габи-туризм (поїздки в інші країни з метою шопінгу в місцевих магазинах, знайомства з індустрією моди тієї чи іншої дестинації, відвідування модного показу тощо);

- садовий туризм (передбачає подорож (відвідування) до ботанічних садів та місць, які є значущими в історії садівництва);

- генеалогічний туризм, а також «ностальгічний туризм», (має на увазі відвідування родового місця або місця, де жили батьки);

- геотуризм (головна мета - вивчення та вдосконалення знань атмосфери,

гідросфери, літосфери та біосфери нашої планети);

- промисловий туризм (тут туристи відвідують індустріальні об'єкти, діючі (які діяли) промислові підприємства);

- червоний туризм, також революційний

- музичний туризм

- науковий туризм та ін. [14, 110].

Діловий туризм включає поїздки зі службовими або професійними діловими цілями. Даний вид туризму також можна поділити на такі типи:

- Корпоративний туризм - поїздки з метою участі у ділових зустрічах, переговорах, нарадах та інших корпоративних заходах;

- конгресний туризм – поїздки з метою участі у форумах, конгресах, конференціях тощо;

- виставковий туризм – поїздки з метою участі (відвідування) у виставках, салонах, презентаціях;

- заохочувальний чи интенсив-туризм - заохочувальні поїздки, оплачені організацією, у якій працює (працював) турист;

- ознайомлювальний чи ФАМ-туризм - поїздки, що організуються з метою просування нового продукту чи послуги, дестинації, навчання співробітників [17, 25].

Підводячи підсумки всьому вищесказаному, можна зробити наступні висновки.

Міжнародний туризм - це діяльність осіб, мандрівних і що у місцях поза свого постійного місця проживання безперервно, але з понад 1 року, у будь-яких цілях, крім отримання доходу.

Міжнародний туризм - це невід'ємна частина міжнародних економічних відносин, що виконує найважливіші функції розвитку добробуту країн, формує ВВП, створює додаткові робочі місця, активізує зовнішньоторговельний баланс. Позитивно впливаючи на ключові економічні галузі, як транспорт та зв'язок, будівництво, виробництво товарів народного споживання.

Міжнародний туризм можна класифікувати з різних точок зору, на основі

різних принципів та критеріїв. Класифікацію видів туризму займають не лише фахівці та наукові співробітники, а й міжнародні організації, зокрема ЮНВТО. На сьогоднішній день туристична індустрія може запропонувати близько 150-200 різних видів спеціалізованого відпочинку, які спрямовані на задоволення потреб туристів, і на захист навколишнього середовища, пам'яток культурної спадщини.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

2.1 Характеристика туристичного ринку країн світу

Туризм є потужною галуззю, в якій задіяні різні форми підприємництва. Багато компаній, організацій та підприємств знаходять своє застосування у сфері туристичних послуг.

Індустрія дозвілля. До них відносяться різні види бізнесу, що займаються організацією відпочинку та розваг для туристів (тематичні парки та атракціони, шоу-бізнес, екскурсії, театри, концертні компанії, спортивні заходи і т.д.).

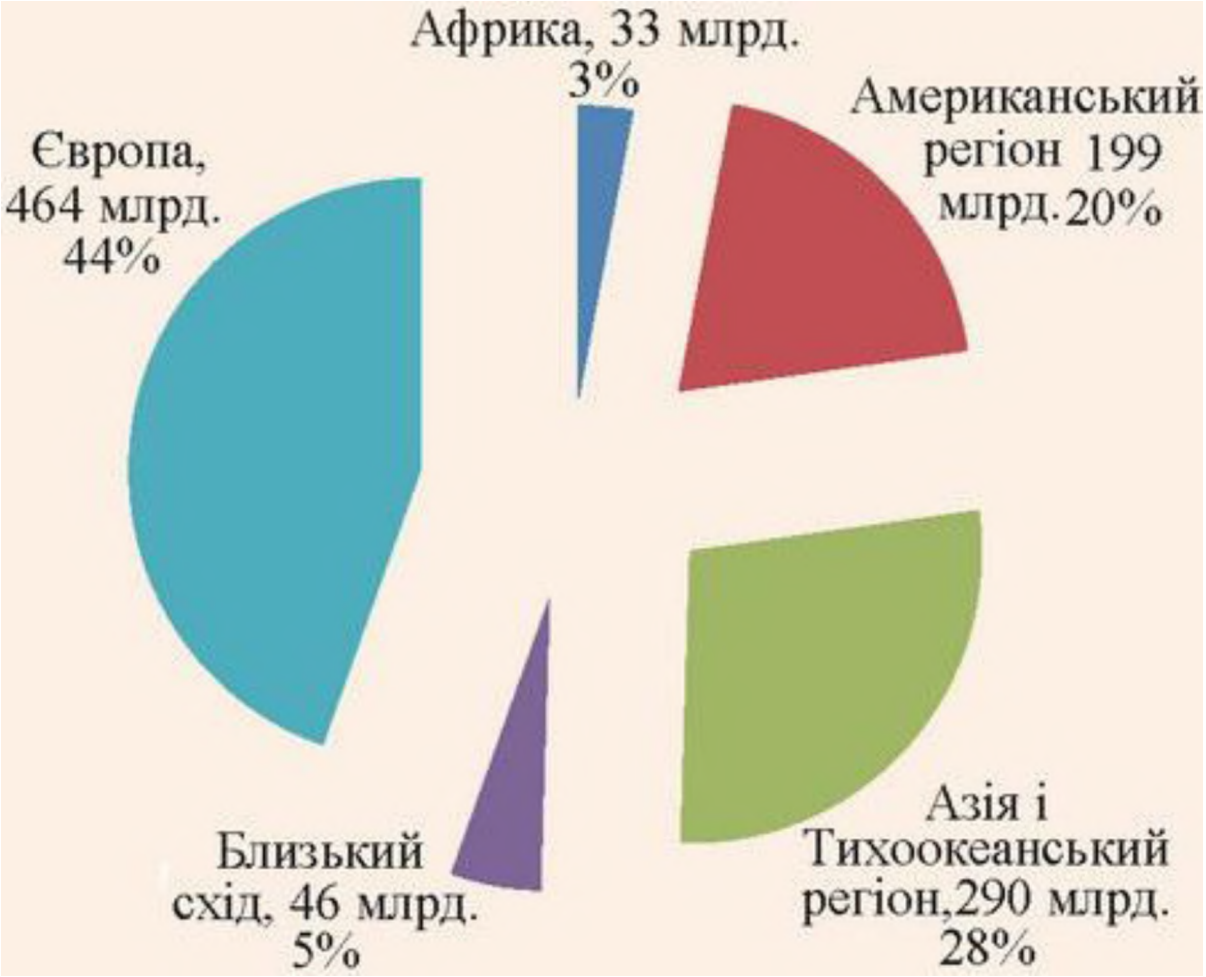
Сфера послуг – підприємства, що надають допоміжні послуги туристам (оренда автомобілів, перукарні, салони краси та фітнесу, пральні та хімчистки тощо).

Туризм – специфічні, суто туристичні форми підприємницької діяльності, що включають, головним чином, туристичні агентства та туроператори, а також підприємства, що спеціалізуються на організації походів, сафарі, яхт-клубів, організації екскурсійних турів і т.д.

Транспорт – всі види транспортних компаній, що пропонують транспортні послуги туристам: авіакомпанії, автотранспортні компанії, залізничні компанії та лінії, судноплавні та круїзні компанії.

Індустрія гостинності включає всі типи підприємств розміщення туристів: готелі, кемпінги, туристичні бази, туристичні табори, пансіонати, молодіжні гуртожитки, гостьові будинки та котеджі, туристичні орендовані котеджі тощо.

Індустрія харчування – галузь, що включає всі види підприємств, які надають послуги харчування туристам під час відпочинку, подорожей та розваг (ресторани, кафе, бари, пересувні магазини харчування тощо).



Діаграма 1. Тенденції розвитку світового ринку

Екскурсоводи – це особи, які здійснюють певний вид туристичної діяльності, пов'язаної з підготовкою, організацією та проведенням турів, а також керівництвом і супроводом туристів під час їх відпочинку та подорожей.

У 1990-х роках в результаті розвитку науки і техніки, міжнародних зв'язків та інтенсифікації інформаційного простору на туристичний ринок стрімко увійшов ще один вид підприємництва – системи бронювання та резервування, які є сполучною ланкою між багатьма іншими суб'єктами туристичного ринку. Наразі на туристичному ринку використовується декілька типів комп'ютеризованих систем бронювання. До них відносяться комп'ютерні мережі бронювання (CRN) для авіа-, залізничного, готельного, корпоративного, національного та глобального бронювання. У своїх дослідженнях європейські фахівці з туризму поділяють всю систему туристичного бізнесу на дві частини: туристичну

індустрію та готельну індустрію, кожна з яких охоплює певні види послуг. [11, с. 46]

На думку експертів, найбільший вплив на розвиток туризму мають готельна індустрія, транспорт, туристичні агентства, туроператори та глобальні комп'ютеризовані мережі бронювання. Вони відіграють найважливішу роль на туристичному ринку.

Гостинність лежить в основі всіх туристичних продуктів. Проживання завжди є частиною туристичного пакету (пакетної послуги), оскільки в ньому необхідно зупинитися на ночівлю. Ці основні послуги надаються готельними закладами різних типів та з різним рівнем обслуговування, тому наявність готельних закладів відповідної якості та стандарту готельних послуг у регіоні чи туристичному центрі має значний вплив на можливість розміщення туристів.

Транспорт є невід'ємною частиною будь-якої подорожі, оскільки передбачає переміщення у просторі. Транспорт значно полегшує ці переміщення. Сучасний транспорт дозволяє туристам долати будь-які, навіть найбільші відстані за відносно короткий час. Транспорт можна використовувати як для огляду визначних пам'яток, так і для трансферу. На розвиток туристичних потоків впливають транспортні можливості (доступність регіонів, частота сполучення, якість та рівень послуг).

Туроператори – це туристичні підприємства, метою діяльності яких є розробка та просування туристичного продукту серед споживачів. Оптові потужності туроператорів впливають на розподіл туристичної пропозиції, вибір та конкурентоспроможну якість послуг, що пропонуються туристам.

Туристичні агентства - це компанії, які займаються продажем туристичних продуктів, туристичні магазини. Їх кваліфікація, досвід та надійність значною мірою визначають вибір споживачів, а отже, і можливості збуту всіх інших гравців туристичного ринку.

Як вже зазначалося, глобальні комп'ютерні мережі почали масово виходити на туристичний ринок з початку 1990-х років. У найближчій перспективі вони можуть стати альтернативним каналом дистрибуції туристичного продукту.

Дослідження експертів з туризму вже прогнозують, що ці мережі займуть значну частку ринку туроператорів і турагентів. Втім, ці ж експерти вважають, що туроператори та турагенції знайдуть свою нішу і залишаться на ринку як спеціалізовані компанії та консультаційні центри. Однак, безсумнівний внесок IT-систем в туризмі вже зараз полягає в прискоренні потоку інформації та розширенні можливостей вибору і бронювання.

Отже, туризм як форма задоволення потреб людей у відпочинку справляє великий вплив на життя світової спільноти. Надходження від міжнародного туризму нині є однією з найзначніших складових так званого невидимого експорту (invisible export). Розвиток туристських зв'язків є важливим засобом нормалізації міжнародного становища, зміцнення дружби між народами і поглиблення взаєморозуміння. Туризм став об'єктивною потребою сучасної цивілізації.

Міжнародний туризм не тільки збільшує валютні надходження в країну, він забезпечує зайнятість населення, а також допомагає раціонально використовувати ресурси. Останнім часом міжнародний туризм надзвичайно швидко розвивається, поступаючись лише автомобільній та хімічній промисловості. Таким чином вивчення явища міжнародного туризму є надзвичайно актуальним на сьогоднішній день.

2.2 Аналіз міжнародного туризму в країнах світу

З розвитком технологій, транспорту, посилення глобалізаційних процесів роблять міжнародний туризм щодалі доступнішим для щораз більшої кількості людей. Але окрім задоволення суб'єктивних потреб особи, котра подорожує, туризм займає велику частку світової економіки. В основі для аналізу в даному розділі використовуватимемо дані Всесвітньої туристичної організації (The World Tourism Organization (далі – UNWTO))

Сьогодні туризм виступає важливою частиною світової економіки. Тому важливо простежити за тенденцією його розвитку у світовому вимірі. За останні 30 років туристичні потоки у світі зросли в 4,5 рази, з 436 млн осіб в 1990 р. до 1953 млн осіб у 2019 р. Зауважмо, що вплив пандемії суттєво знизив кількість туристів, але їхня кількість у світі у 2021 році все ж перевищувала показники 1990 року практично на 50% (див. табл. 2.1). За даними UNWTO, сукупний прямий дохід від міжнародного туризму складає 1185 млрд дол., що становить більше 1,55 % світової економіки.

Таблиця 2.1. – Динаміка розвитку світової туристичної галузі у 1990-2021 рр.

Регіон												
	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Світ, загалом	436,0	529,0	667,0	807,0	949,0	1107,0	1290,7	1468,1	1696,6	1953,1	859,4	670,3
Розвинені країни	297,0	336,0	420,0	459,0	506,0	590,0	650,4	760,3	867,1	1004,6	442,0	344,8
Країни, що розвиваються	139,0	193,0	256,0	348,0	443,0	503,0	640,3	707,8	829,5	948,5	417,3	325,5
Європа	262,7	305,9	388,0	448,9	484,9	582,6	629,3	803,0	890,1	1045,8	460,1	358,9
Україна			6,4	17,6	21,2	26,7	32,2	34,8	44,6	49,5	21,8	17,0
Азія і Океанія	55,8	82,0	110,1	153,6	205,1	171,3	228,7	276,2	300,0	384,6	169,2	132,0
Америка	92,8	109,0	128,2	133,3	150,6	170,9	193,1	258,4	312,8	340,7	149,9	116,9
Африка	14,8	18,8	26,2	34,9	49,9	57,2	81,8	92,7	124,3	150,9	66,4	51,8
Близький Схід	9,6	13,7	24,1	36,3	58,2	53,2	85,3	122,3	138,9	186,7	82,1	64,1

Джерело: [4**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]

За даними таблиці 2.1 бачимо, що пандемія спричинила різкий спад туристичних потоків. Тому варто аналіз розділити на дві частини: до 2020 року (до коронавірусні часи) та 2020-2021рр. – період обмежень від пандемії COVID-19.

У докоронавірусні часи бачимо позитивну тенденцію до зростання в середньому на 20,5% зростав світовий потік туристів щороку, у 2021 році порвіняно з 2020 роком маємо спадання на 22 %. Якщо дивитись в розрізі регіонів, то, найпривабливішим регіоном для туристів є Європа з часткою 53,5% від світового туристичного потоку, але, мусимо зауважити, що середньорічні темпи зростання туристичного потоку в країни Європи є дещо нижчими за загальносвітові в сереньому +19,2% щороку. Найбільші темпи зростання у докоронавірусні часи притаманні країнам Близького Сходу: хоча частка туристів становила лише 9,6 % від загальносвітового потоку, кількість туристів, що відвідали країни Близького Сходу за період 1990-2019 рр. зростала в середньому на 45% щороку. Аналогічні тенденції з дещо меншими показниками притаманні країнам Африки (середньорічні темпи приросту - 34,7 %) та Азії і Океанії (середньорічні темпи приросту - 24,7 %), що перевищує середні світові показники.

Темпи приросту кількості туристів, що відвідали країни Америки є нижчими від середньосвітового рівня з показником 17,7% [4**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Аналіз світового ринку туристичних послуг у натуральному вираженні за 1990-2019 рр характеризується загальним приростом у 162%, при чому таке зростання відбувається переважно через зростання туристичних потоків у країнах , з економікою, що розвивається.

Одним з основних показників кон'юнктури ринку є його структура, динаміка якої у розрізі рівня розвиненості економіки наведена на рисунку 2.1. Аналізуючи динаміку структури ринку в натуральному вираженні слід зазначити, що з 1990 по 2022 рр. відбувалося зростання частки країн, що розвиваються з 32 % до 47 % відповідно, що є результатом значно більшої динаміки розвитку галузі,

ніж у розвинених країнах. Така ситуація свідчить про зростання привабливості для споживачів туристичних ринків країн з економіками, що розвиваються. Починаючи з 2015 р., структура стабілізувалася та залишається практично незмінною. Таким чином, відбувається зростання частки туристичного сектору в економіках країн, що розвиваються, та відповідно важливості подальшого розвитку туризму для економік цих країн.

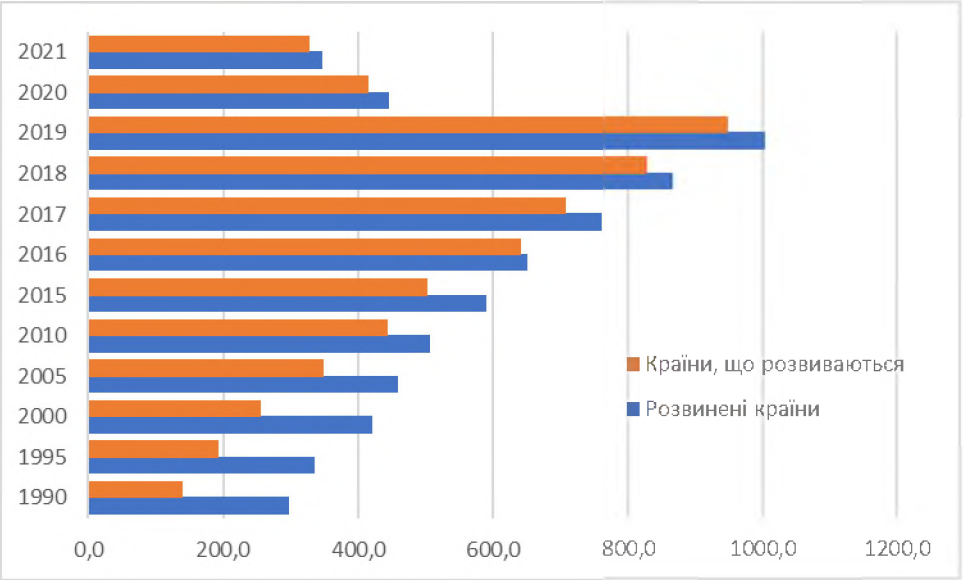


Рис. 2. 1. Динаміка структури світового ринку туристичних послуг у натуральному вираженні

Джерело: [4**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Важливим питанням розвитку ринку є порівняння темпів зростання ринку в натуральному вираженні за сегментами (рис. 2.2).

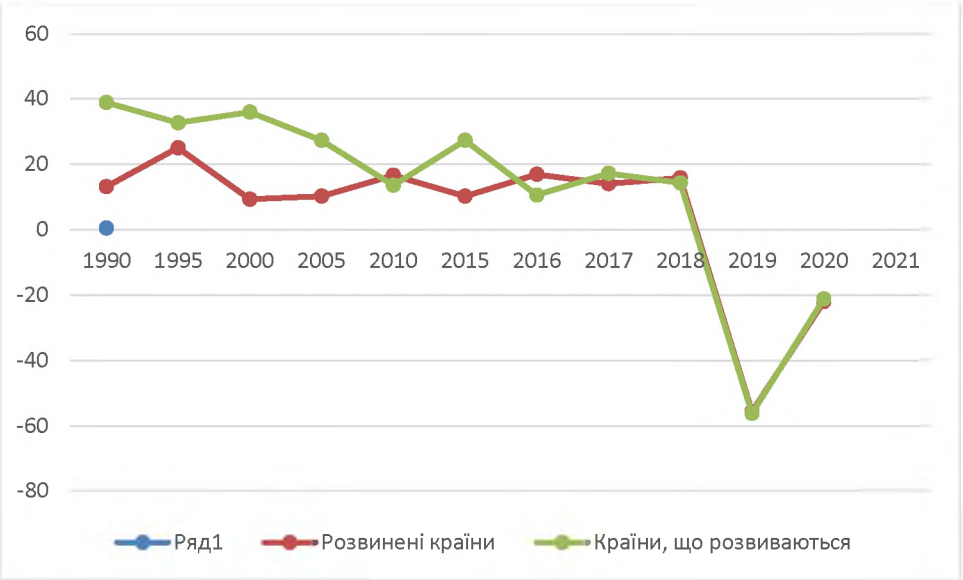


Рис. 2. 2. Порівняння темпів зростання міжнародних прибуттів у розвинених країнах та країнах, що розвиваються

Джерело: [4**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Наведена динаміка показує, що з 2005 р. обсяг ринку туристичних послуг у розвинених країнах зростав у середньому на 6 % у рік, зростання у країнах, що розвиваються, було більш динамічним та складало в середньому 10 % у рік у допандемічні роки.

Як бачимо, близько 2/3 доходів світового ринку туризму отримують розвинені країни і 1/3 – країни з економікою, що розвивається. Тобто частка економічно розвинених країн у структурі у вартісному вираженні значно більше частки країн, що розвиваються, що свідчить про більший дохід від одного туриста у розвинених країнах у середньому на 78 % у 2019 р., це означає, що вартість відпочинку в розвинених країнах дорожча, ніж у країнах, що розвиваються.

Для можливості узагальнити сильні та слабкі сторони туристичної галузі, дестинації (внутрішнє середовище), можливості та загрози з боку інших галузей (зовнішнє середовище), результати якого є основою для прийняття управлінських рішень щодо стратегічного розвитку туристичної галузі використаємо SWOT-аналіз. Для туристичної галузі, на нашу думку, найважливішим етапом SWOT-аналізу є усвідомлення саме загроз. Загрози – це зовнішні чинники, що є бар'єром, перешкодою, небезпекою або тягнуть за собою додаткові витрати [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 156].

Оскільки здійснення SWOT-аналізу туристичної галузі передбачає аналіз території / дестинації, то як приклад застосування використаємо аналіз туристичної галузі країн ЄС. Основні показники зведено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2. – SWOT-аналіз туристичної галузі країн ЄС

Strength – сильні сторони (внутрішні)	**Weakness – слабкі сторони (внутрішні)**
1. Інституційне забезпечення в сфері туризму.	1. Недооцінка ролі туризму в економіці деяких країн

2. Місця (споруди) культурної спадщини (замки, фортеці, церкви). 3. Високі інфраструктурні стандарти (загальної і туристичної). 4. Багатий природний та культурний ландшафт. 5. Інвестиційна привабливість 6. Високий рівень безпеки 7. Розвинений внутрішній туризм.	2. Порівняно високий рівень цін 3. Соціально-економічні проблеми розвитку курортно-туристичних регіонів. 4. Екологічно некоректна поведінка відпочивальників. 5. Погіршення якості навколишнього середовища.
Opportunity – можливості (зовнішні)	**Threats – загрози (зовнішні)**
1. Популяризація культури країн-членів ЄС, їх історичної спадщини, природних багатств на закордонних ринках. 2. Відсутні обмеження в подорожах в межах ЄС. 3. Привабливість медичного туризму деяких країн-членів ЄС (Польща) 4. Висока безпека подорожей. 5. Тенденція до короткотривалих та екскурсійних подорожей	1. Розвиток туризму в інших країнах світу (більшість громадян ЄС уже давно можуть дозволити собі трансконтинентальні мандрівки й екзотичні розваги) 2. Зростання мобільності для виїзду за кордон. 3. Зростання конкуренції між туристичними регіонами/країнами. 4. Економічні кризи. 5. Природні катастрофи. 6. Пандемія COVID-19 7. Неузгодженість дій міжнародних інституцій розвитку транскордонного співробітництва, які мають складну структуру

Джерело: розроблено автором

Країни ЄС славляться як своєрідний центр міжнародного туризму всесвітньовідомими курортами і центрами культурної спадщини, що сприяє зростанні частки туризму у ВВП. Позаяк країни ЄС дуже різноманітні, тут кожен може знайти цікаві для себе місця, і, це тільки сприяє розвитку туристичної галузі.

Оскільки загрози існують і на них вплинути важко, то необхідно вжити заходів уникнення негативних наслідків. SWOT-аналіз розвитку туризму країн ЄС вказує на внутрішні сильні і слабкі фактори, а також на зовнішні можливості і загрози (ризики), які впливатимуть на розвиток туристичної галузі. Сила їх взаємодії і їх комбінування визначають конкурентоспроможність турпродуктів цих країн на зовнішніх ринках.

Отже, на основі аналізу сильних та слабких сторін, можливостей та загроз розвитку туристичної галузі, можна зробити висновок, що перспективний розвиток туризму повинен ґрунтуватися на таких складових: інвестиції та інновації в розвиток інфраструктури; реорганізація транспортного забезпечення; підготовка кваліфікованих кадрів; нормалізація політичного, економічного та законодавчого клімату тощо. Результати SWOT-аналізу можуть бути основою для визначення стратегічних напрямків розвитку туристичної галузі та оптимізації управління туристично-рекреаційною сферою.

2.3 Проблеми функціонування міжнародного туризму в Україні

Аби розуміти проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні, слід розглянути кількість іноземних туристів, що відвідали Україну протягом 2006-2021 років, з яких саме країн та з якої ціллю прибули (рис. 2.1) [47].

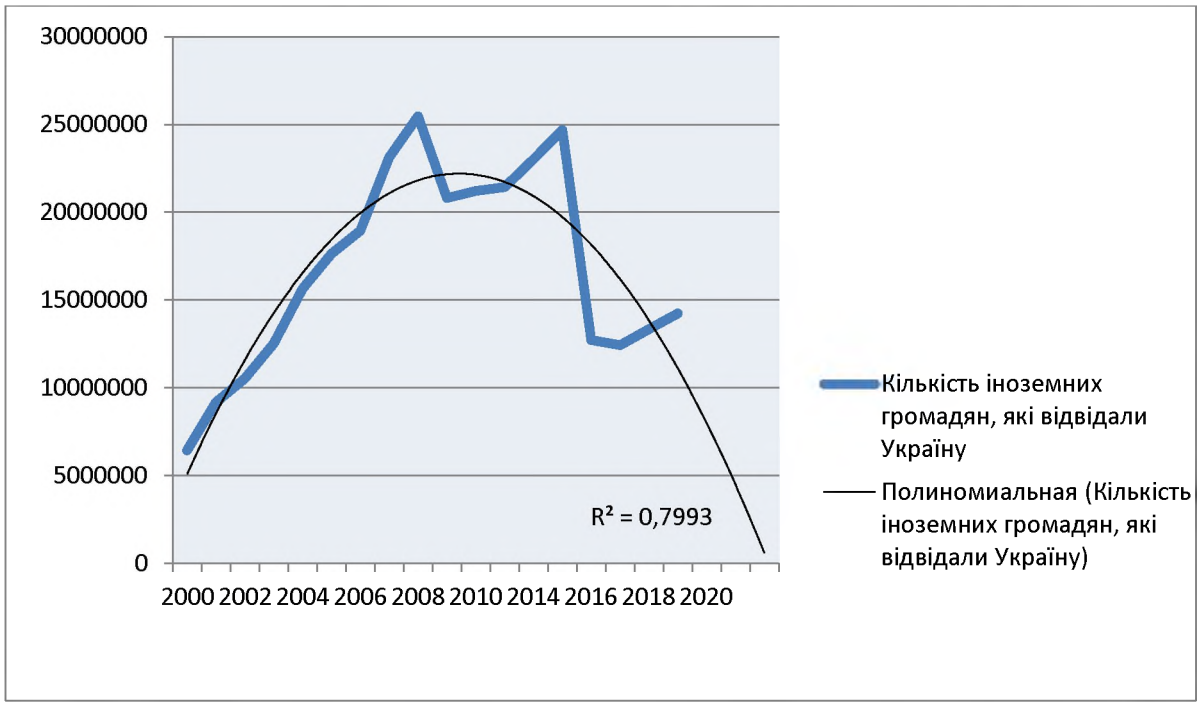


Рис. 2.1 Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну у період з 2000-2021 років [43]

Національний інститут статистики надає інформацію про туристичні потоки в Україні з 2000 по 2021 роки. За цей період відбулося два значних збільшення кількості людей, які відвідали нашу країну – у 2008 та 2015 роках. З 2000 по 2008 рік кількість відвідувань зросла. Такі події, як пісенний конкурс «Євробачення» у 2005 році та Чемпіонат світу з футболу у 2006 році, мали великий вплив на зростання іноземного інтересу до нашої країни. У 2005 році відбулися дві важливі події в українській історії: «Помаранчева революція» та пісенний конкурс «Євробачення-2005», який відбувся в Україні, переможець. Хоча ці дві події протилежно вплинули на туристичні потоки, на перший погляд, кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, не сильно змінилася порівняно з 2004 роком.

Щоб краще зрозуміти динаміку в'їзних туристичних потоків в Україну, необхідно розглянути її у відсотках (рис. 2.2) [47].

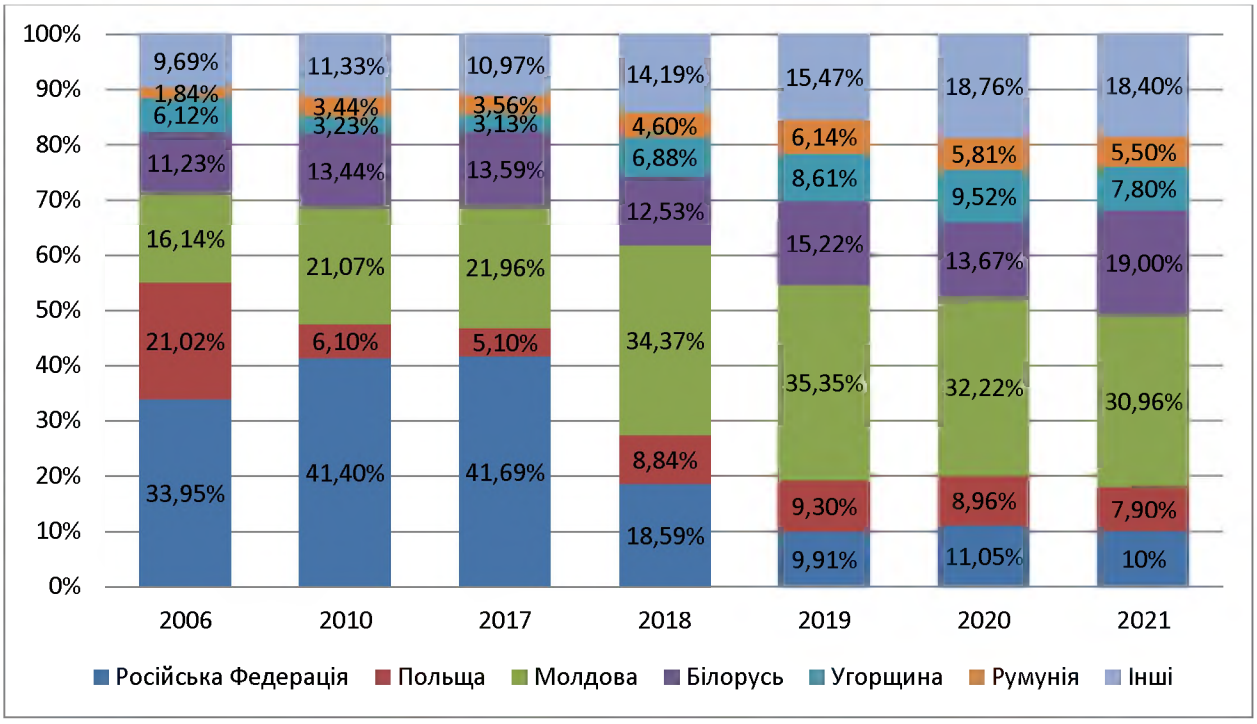


Рис. 2.2 Динаміка в'їзного туристичного потоку в Україну, %

Водночас найбільша частка туристів з Молдови припадала на 2014-2015 роки, становлячи 35% від загальної кількості туристів, тоді як вона знизилася під

час спаду туристів з Російської Федерації, впавши на 23% порівняно з 2015 роком. У 2021 році відсоток повернення з Молдови падає на 14% на користь Угорщини.

У 2021 році загалом зменшиться частка прибуттів туристів з Румунії, РФ, Польщі, Молдови та Білорусі, тоді як кількість прибуттів з Угорщини значно зросте. 45% туристів у 2021 році будуть з Угорщини, що на 36% більше, ніж у 2020 році.

Нарешті, можна сказати, що до 2014 року місце, яке займали за кількістю туристів з Російської Федерації, зараз займають угорські туристи. Водночас варто зазначити, що погана економічна ситуація в Україні може призвести до різкого збільшення кількості приїздів угорців, що спонукає громадян України купувати автомобілі на угорських номерах. Автомобілі були ввезені в країну громадянами Угорщини, яких при перетині кордону вважали туристами.

Слід також сказати, що лідером в'їзного туризму в Україні є країни-сусіди.

СОТ прогнозує відновлення сектору, не вказуючи чітких термінів, і рекомендує зосередитися на кількох сценаріях розвитку подій (рис. 2.3), залежно від того, які фактори та з якою інтенсивністю вони впливатимуть на процес реконструкції світового туризму [55] .

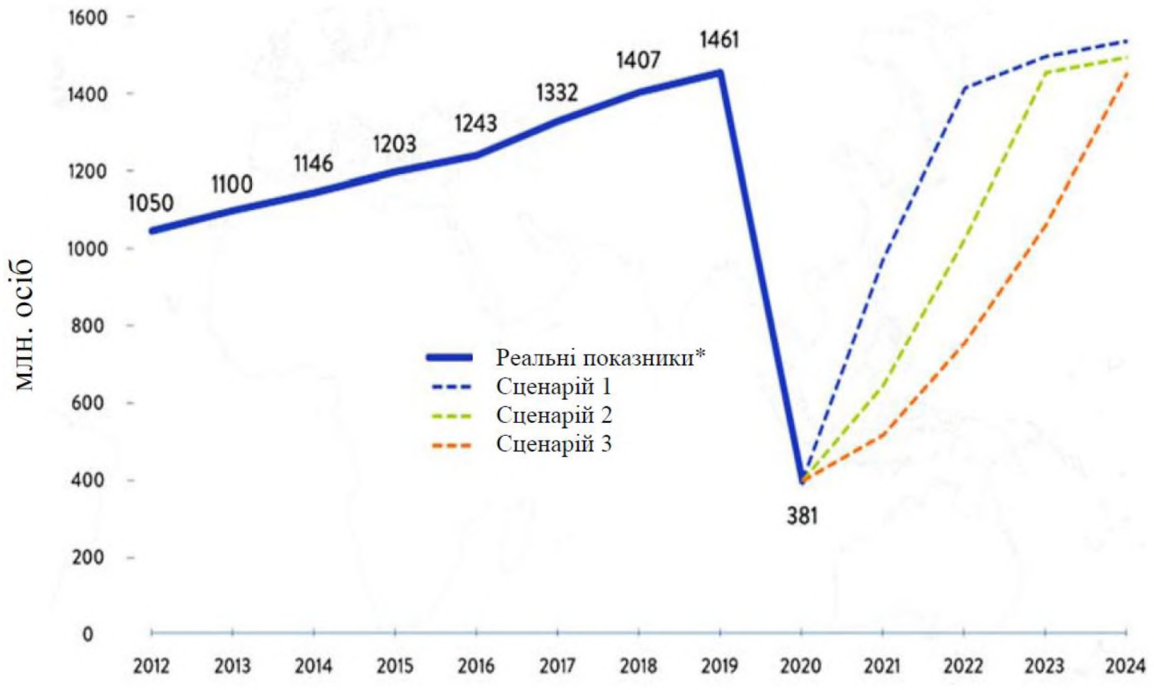


Рис. 2.3 Сценарії відновлення туристичних потоків до 2024 року

Таким чином, основними негативними чинниками відновлення туристичного потоку визнано наявні обмеження у пересуванні, уповільнення вакцинації, глобальну економічну кризу, нескоординовану діяльність щодо врегулювання проблеми між урядами країн світу, низький рівень довіри споживачів та тривале відновлення авіасполучення. Враховуючи всі поточні обставини розвитку міжнародного туризму, було виявлено найбільш актуальні тенденції розвитку, серед яких слід назвати забезпечення соціального дистанціювання під час подорожі, впровадження принципів сталого туризму, всебічну інформатизацію маршруту, повну поінформованість туристів перед покупкою туру та під час перебування у подорожі, переорієнтацію на FIT-туризм, зміну популярних туристичних дестинацій та трансфертних уподобань.

На розвиток міжнародного туризму в Україні впливають наступні фактори:

– збільшення кількості ділових та культурно-пізнавальних поїздок;

– можливість для працівників отримувати більш тривалі відпустки;

– покращення взаємовідносин усередині та між окремими регіонами (культурні обміни);

– швидкий розвиток транспортної сфери, а також значний прогрес у сфері телекомунікацій;

– полегшення процедури вивезення валюти, зниження прикордонного контролю у багатьох країнах та ін.

Попри ускладнення військово-політичної та економічної ситуації в країні, проведення антитерористичної операції на Сході країни та тимчасову окупацію частини території (Донецька, Луганська області), анексію Російською Федерацією півострова Крим негативні тенденції сучасного стану розвитку туристичної галузі України спричинені такими головними чинниками:

1. Погіршення стану безпеки туризму внаслідок проведення антитерористичної операції на Сході країни, несприятливих подій в окремих регіонах (громадські сутички в багатьох туристично-привабливих містах), що

призвело до зниження кількості іноземних громадян, які відвідували Україну впродовж останніх років та скорочення внутрішніх переміщень громадян з туристичною метою.

2. Зменшення доходів громадян України, девальвація національної валюти, високий рівень інфляції, посилення адміністративних бар'єрів в шенгенській зоні (збір біометричних даних для отримання шенгенської візи), підвищення вартості страхових полюсів (у 1,5-2 рази) та зростання вартості путівок на відпочинок за кордоном у національній валюті (в 1,5-2 рази), що стримали розвиток внутрішнього і виїзного туризму та його тривалість.

3. Зменшення кількості внутрішніх, іноземних і виїзних туристів та істотне скорочення попиту на відпочинок як в країні, так і за кордоном, що негативно відобразилися на показниках обсягів та ефективності діяльності суб'єктів підприємницької діяльності туристичної галузі.

4. Анексія півострова Крим Російською Федерацією і втрата пасажирських портів на анексованій території та неспокійна й несприятлива ситуація в акваторії Чорного моря, що істотно погіршило показники функціонування круїзного туризму в Україні, та й загалом у всій акваторії Чорного моря [51].

Однак, незважаючи на досить динамічний розвиток в останні десятиліття, світовий ринок туристських послуг наштовхується на цілу низку проблем, що стримують його поступальний рух. До них слід віднести:

1. Нерівномірність розвитку туризму по регіонах та країнах світу. Ця нерівномірність обумовлена високим ступенем диференціації країн за рівнем соціального та економічного розвитку. Поряд з розвиненими країнами існує більше 50 країн світу, які відносять до найбідніших країн світової спільноти. Звичайно, що ці країни не можуть виділити необхідні кошти на розвиток туризму, їм необхідна у вирішенні цієї проблеми допомога розвинених країн.

2. Багато країн вважають, що оскільки туризм не належить до економічним благам першої життєвої необхідності, не є нагальною потребою людини, то його розвиток можна відкласти на віддалену перспективу, зосередивши зусилля на

підвищенні рівня життя населення, збільшенні їх доходів. Таким чином, розвиток ринку туристських послуг відкладається на невизначений період часу.

3. Проблема нерівності освоєння світового туристського ринку, яка обумовлена низкою факторів: різним туристично-рекреаційним потенціалом окремих країн та регіонів світу; неоднаковим ступенем доступності туристично-рекреаційних ресурсів; відсутністю або дефіцитом коштів на вивчення власних територій з метою визначення та оцінки їх туристично-рекреаційного потенціалу, а також оптимального облаштування в туристському відношенні; високим ступенем сезонності туризму в багатьох регіонах світу; несприятливими природними факторами.

4. Низький рівень державної фінансової підтримки туристичної індустрії або повна її відсутність. У багатьох країнах також відсутні і приватні інвестиції в туристський сектор.

5. Потоки міжнародних туристів вкрай нерівномірно розподілені по регіонах і країнах: переважна більшість туристського потоку посідає європейські країни.

6. Більшість міжнародних туристичних потоків носить внутрішньо-регіональний характер, що пов'язано з високими транспортними витратами (авіаційні та круїзні) при організації поїздок на інші материки.

7. Високий рівень конкуренції на світовому ринку туристських послуг, викликаний як перенасиченням ринку однотипними туристськими продуктами, а й збільшенням кількості країн із планами припливу іноземних туристів.

8. Не проробленість нормативно-правової бази у сфері туристичної індустрії в значній частині країн.

9. Відсутність і неопрацьованість національних програм розвитку туристичної індустрії: програм з підготовки кадрів для галузі, проектів інформаційного забезпечення туристських підприємств, проектів розвитку туристичної інфраструктури, туристських центрів, курортів, туристських кластерів та ін.

10. Високий рівень навантаження, що призводить до екологічних проблем, в

основних центрах світового туризму. Проблема стоїть настільки гостро, що вже складаються та публікуються рейтинги країн та міст, у яких туристам не раді. Туристів часто зустрічають із плакатами «Відправляйтеся додому», а іноді й просто відмовляють в обслуговуванні. Антитуристські акції часто відбуваються у Барселоні, Амстердамі, на островах Ібіца та Майорка, в інших туристичних центрах Європи.

11. Складні візові формальності. Незважаючи на те, що більшість країн світу прагне максимально спростити паспортні та візові формальності, країни Шенгенського союзу не поспішають цього робити.

Багато туристів, які не є громадянами Євросоюзу, але бажають відвідати його країни, часто стикаються з громіздкими, тривалими і дорогими візовими процедурами. Очікується, що гнучкіші та доступніші візові правила можуть призвести до збільшення поїздок мешканців цих шести країн до Шенгенської зони від 30 % до 60 % [48].

12. Загроза життю, здоров'ю та безпеці туристів внаслідок політичних, економічних та соціальних причин, техногенних аварій.

Серед нагальних проблем міжнародного туризму в Україні можна відзначити:

– слабку інформаційну підтримку національних історико-культурних принад як за межами країни так і на внутрішньому просторі, відсутність пільг та програм розвитку різних туристичних сегментів,

– обмеженість або відсутність можливостей для проведення великих ярмарок та конгресів, а також слабкий розвиток транспортної інфраструктури та в багатьох випадках жахливий стан українських доріг [31, 199].

В Україні триває протягом 2017-2021 рр. тенденція збільшення кількості в'їзних туристів після дворазового падіння показника у 2016 році.

Переважна більшість внутрішнього туризму припадає на громадян України., за даними Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України близько 15 млн. українців є внутрішніми туристами. Вони користуються транспортом, послугами готелів, відвідують ресторани, музеї, пам’ятки культури.

У світі частка туризму у валовому продукту коливається від 1% у до 10%, у країнах з відносно великим туристським сектором: США - 2,7%, Велика Британія - 3,7%, Франція - 3,7%, Республіка Німеччина - 3,9%, Іспанія - 5,8%.

Нашу країну можна віднести до групи країн із незначним впливом туристичної галузі на національну економіку, оскільки її частка у валового продукту згідно статистичних даних не перевищує 1%, а за оцінками «Т&Т» близько 1,5%. До негативних наслідків можна віднести негативне торгове сальдо від туристичних послуг та незначну частку контрольованої діяльності операторів виїзного туризму - близько 3% [18, 41].

Ці та інші проблеми (старіння населення, виникнення нових загроз безпеці, подальше розшарування туристів за доходами, рівнем освіти, високі темпи урбанізації в країнах, що розвиваються, глобальна зміна клімату та ін) є стримуючими факторами розвитку світового ринку туристичних послуг.

Підводячи підсумки всьому вищесказаному, можна зробити наступні висновки. Згідно з даними Державної служби статистики, упродовж останніх десяти років динаміка розвитку в'їзного туризму в Україні в середньому становила 12,6% на рік. Проте світова фінансова криза значно вплинула на динаміку в'їзних потоків, у 2009 році потік іноземних туристів скоротився на 18,3% згідно з даними Державної служби статистики та 24% — згідно з даними Міністерства культури та туризму України. Упродовж 2000—2021 рр. динаміка в'їзних туристичних потоків повільно зростала в середньому на 4,4% на рік, проте у 2016 році різко скоротилася на 48,6%, що було зумовлено кризовими явищами у країні та російською агресією [20, 16].

Таким чином, незважаючи на досить динамічний розвиток міжнародного туризму, у світі постійно виникають перешкоди, що створюють нові виклики розвитку світового туристичного ринку. Все це вимагає якісної зміни на рівні кожної держави у підходах до формування нових туристських продуктів, вдосконалення туристичної індустрії відповідно до вимог часу.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Міжнародний туризм активно розвивався не лише у другій половині 20 століття, а й на початку 21 століття. Цьому сприяв той факт, що в багатьох країнах світу, у тому числі і в Україні, ця галузь є однією з найпріоритетніших і активно підтримується з боку держав. Висока роль туризму, у тому числі й міжнародного, визначається тим, що він сприяє зростанню зайнятості населення в країнах світу, а також має високий мультиплікативний ефект.

У світі прийнято виділяти кілька туристських регіонів. Європа продовжує залишатися найбільшим туристським регіоном, що лідирує за всіма основними показниками: кількістю прибуття міжнародних туристів, величиною доходів від туризму, а також розвиненістю туроператорського та турагентського бізнесу. Динаміка міжнародних туристських прибутків у регіони світу представлена в таблиці 3.1 [44].

Таблиця 3.1

Динаміка міжнародних туристичних прибутків у регіони світу у 2019-2021 рр.

№	Регіон світу	2019, млн. прибуттів	2020, млн. прибуттів.	2021, млн. прибуттів.	Абсолютне		Темп росту, в %	
1	Європа	673	713	742	+40	+29	105,9	104,1
2	Азіатсько-Тихоокеанський	322	343	364	+21	+21	106,5	106,1
3	Північна та Південна Америка	210	217	220	+7	+3	103,3	101,4
4	Африка	62	67	71	+5	+4	108,1	106,0
5	Близький Схід	58	59	64	+1	+5	110,3	108,4
	Всього	1 325	1 404	1461	+79	+57	106,0	104,1

Джерело : [44]

Як випливає з даних таблиці 2.1, частку Європи припадає близько 51%

міжнародних туристських прибутків. Саме в Європі розташована найбільш відвідувана туристами країна світу – Франція. У 2021 р. навіть попри політичні проблеми, пов'язані з виступами «жовтих жилетів», Францію відвідало понад 90 млн. чол. Такий великий туристичний потік обумовлений насамперед тим, що країна здатна запропонувати дуже диверсифікований турпродукт, розрахований на будь-які запити туриста.

У Франції широкий розвиток отримав пляжний відпочинок (Лазурне узбережжя), пізнавальний туризм (Париж, Авіньйон тощо), гірськолижний туризм (Французькі Альпи), гастрономічні тури, подійний туризм тощо. Також лідерами в європейському регіоні за кількістю туристських прибутків є такі держави, як Іспанія (83,8 млн. чол.), Італія (64,7 млн. чол.), Німеччина (39,4 млн. чол.), Великобританія (36,9 млн. чол.), Австрія (31,7 млн. чол.) та Греція (31,2 млн. чол.).

Щодо темпів зростання міжнародних туристських прибутків, то в Європі вони склали у 2021 р. 104,1%, як і у світі загалом. Однак, за рахунок того, що Європа є найбільшим туристським регіоном світу, саме тут було зафіксовано максимальний приріст кількості прибутків в абсолютному вираженні: 29 млн. [49].

Також варто зазначити, що як у 2020 р., так і у 2021 р. усі туристські регіони світу характеризувались збільшенням туристського потоку, що свідчить про стійкий розвиток туріндустрії у світі. Проте, слід зазначити, що темпи зростання кількості прибутків за підсумками 2021 р. знизилися порівняно з 2020 р. Причому зниження турпотоку торкнулося всіх регіонів світу без винятку. Найменше скорочення темпів зростання туристських прибуттів було притаманно Азіатсько-Тихоокеанського регіону. В абсолютному ж вираженні приріст кількості туристських прибутків і зовсім залишився на рівні 2020 р.: 21 млн. Найменший приріст туристських прибуттів був характерний для регіону Північна і Південна Америка, де за підсумками 2021 р. він склав лише 1,4%.

Регіон Північна та Південна Америка характеризується мінімальними темпами зростання кількості туристських прибутків: 103,3% у 2020 р. та 101,4% у

2021 р. Можливо, подібна відносно негативна динаміка обумовлена достатньою віддаленістю регіону від основних центрів, що генерують туристські потоки: Європи та Азії. Крім того, у найбільшій туристичній країні регіону - США- активізували боротьбу з нелегальною імміграцією, внаслідок чого виникають додаткові складнощі з отриманням навіть туристської візи.

Близький Схід, навпаки, продемонстрував суттєво вищі темпи зростання туристських прибутків на рівні 110,3% у 2020 р. та 108,4% у 2021 р. Насамперед це обумовлено зниженням напруженості політичних конфліктів у регіоні, які, тим не менш, як і раніше, перешкоджають максимальному розкриттю туристичного потенціалу даного регіону. Тут ми маємо на увазі зниження терористичної загрози у Туреччині, яка є незаперечним лідером регіону, а також відносною стабілізацією ситуації у Сирії.

Що стосується Африканського регіону, то туристський потік зростає досить високими темпами: 108,1% у 2020 р. та 106,0 у 2021 р. Проте, в абсолютних цифрах туристський потік у регіон є досить слабким і не відображає реальний потенціал регіону розвитку міжнародного туризму Кількість туристських прибутків стримується внаслідок низького рівня безпеки у багатьох країнах регіону, нерозвиненості туристичної та транспортної інфраструктури, кліматичних особливостей регіону тощо.

На першому місці у світі за зростанням кількості міжнародних туристських прибутків у 2021 р. опинилася М'янма. Це досить молодий туристичний напрямок. Зростання прибуттів свідчить про високому потенціалі розвитку міжнародного туризму як у даному державі, і у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні загалом. Додаткові змогу розвитку туризму формуються внаслідок безпрецедентних темпів економічного зростання країнах Південно-Східної Азії, досягнуті останнє десятиліття.

Значно покращив свої позиції на світовому туристичному ринку та В'єтнам, який продемонстрував зростання туристських прибутків на 16,2%. У результаті 2021 р. країна досягла рекордного за історію кількості іноземних туристів - понад 18 млн. чел. При цьому В'єтнам відвідало 606 673 вітчизняних туристів, внаслідок

чого Росія посідає перше місце серед європейських країн за цим показником. Більше туристів прибуло до В'єтнаму лише з Китаю, Південної Кореї, Японії, Тайваню та США. В результаті В'єтнам перетворився на одну з найбільших туристських держав Азії, поступаючись лише таким державам, як Китай, Тайланд, Японія та Індонезія.

З-поміж великих туристських країн найбільшим приростом характеризувався Єгипет (+21,1%). Це пов'язано в першу чергу з нормалізацією політичної обстановки країні та зниженням терористичної загрози. Ми вважаємо, що відновне зростання на Єгипетському ринку продовжиться і надалі. Незважаючи на такі високі показники приросту, загальна кількість іноземних туристів у Єгипті ще не досягла максимумів, які існували до початку «Арабської весни». У 2021 р. Єгипет з туристичними цілями відвідало близько 13,7 млн. туристів, тоді як у 2010 р. їх було понад 14 млн. [46].

Також серйозних успіхів у галузі залучення міжнародних туристів досягли Туреччина. У Туреччині приріст турпотоку становив 14%, досягнувши абсолютних цифрах 52,2 млн. чел.[4]. Цей показник вже перевищив ті цифри, яких було досягнуто в 2014 р., після чого був досить серйозний спад турпотоку в країну внаслідок війни в Сирії, спроби державного перевороту та різкого погіршення політичних відносин із Росією. В даний час турецькі готелі в сезон працюють зі 100% завантаженням, що дозволяє готельєрам максимізувати свій прибуток. Іншою причиною такого бурхливого розвитку турецького напряму є девальвація турецької ліри по відношенню до провідних валют світу, внаслідок чого турецький турпродукт виявляється більш конкурентоспроможним за ціною в порівнянні з багатьма іншими напрямками, насамперед європейськими, при порівнянному, або навіть вищому рівні сервісу.

Високими темпами зростає туристський потік у такі країни світу, як Пуерто-Ріко, Іран, Узбекистан, Чорногорія. У цьому слід зазначити, що Чорногорія є улюбленим курортом російських туристів.

Далі проаналізуємо таблицю 3.2, у якій представлена динаміка туристських прибутків найбільші країни світу з прийому іноземних туристів [50].

Таблиця 3.2

Топ-10 країн світу за кількістю туристських прибутків у 2018-2021 роках.

№	Країна	Число туристських прибутків, млн. чол.				Абсолютне відхилення (+; -)			Темп зростання, %		
		2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2019/ 2018	2020/ 2019	>019/ >018	2019/ 2018	2020/ >017	>019/ >018
1	Франція	82,6	86,9	89,4	90,2	+4,3	+2,5	+0,8	107,7	102,9	100,9
2	Іспанія	75,6	82,2	82,8	83,8	+6,6	+0,6	+1,0	108,7	100,7	101,2
3	США	75,6	76,9	79,7	78,7	+1,3	+2,8	-1,0	96,4	103,6	98,7
4	Китай	59,3	58,3	61,6	67,6	0	+3,3	+6,0	100,0	105,6	107,4
5	Італія	52,4	57,8	62,1	64,7	+5,4	+4,3	+2,6	110,3	107,4	105,0
6	Турція	24,5	39,9	45,8	52,2	+15,4	+5,9	+6,4	162,9	114,8	114,0
7	Мексика	35,0	39,3	41,4	45,0	+4,3	+2,1	+3,6	112,3	105,3	108,7
8	Таїланд	32,6	34,7	38,3	39,7	+2,1	+3,6	+1,4	106,4	110,4	104,0
9	Германія	35,6	37,6	38,9	39,4	+2	+1,3	+0,5	105,6	103,4	101,4
10	Великобританія	35,8	38,7	36,3	36,9	+2,9	-2,4	+0,6	108,1	93,8	101,7

Джерело : [50]

Відповідно до даних таблиці 3.2 протягом усього досліджуваного періоду часу першому місці за кількістю туристських прибутків перебувала Франція. Цьому сприяє як висока різноманітність турпродукту, який може запропонувати країна, про що вже говорилося раніше, так і високорозвинена туристична інфраструктура та сприятливе географічне розташування у центрі Європи. Близькість інших європейських країн, що генерують виїзні потоки туристів, таких як Німеччина і Великобританія, також сприяє першості Франції.

На другому місці у світі з прийому іноземних туристів розташована також країна ЄС – Іспанія. Іспанія також пропонує туристам досить різноманітні види туризму. Насамперед це пляжний туризм та пізнавальний туризм. Країна має сприятливий клімат для розвитку пляжного туризму на узбережжі Середземного

моря. Готельна інфраструктура є однією з найрозвиненіших у світі. Крім того, в Іспанії розташовується велика кількість об'єктів пізнавального туризму: стародавні замки, церкви, природні пам'ятники, а також архітектурна спадщина великого Гауді. У Піренеях розташовані гірськолижні курорти, тим не менш, даний вид туризму в силу навіть кліматичних причин, розвинений значно слабше, ніж, наприклад, у тій же Франції. Найбільше збільшення туристичного потоку до Іспанії відбулося у 2019 р., після чого зростання різко сповільнилося.

На третьому місці за кількістю міжнародних туристів із незначним відставанням від Іспанії розташовуються США. Країна, безумовно, має величезний рекреаційний потенціал, який як мінімум не поступається за якістю та туристичною ємністю французькою та іспанською.

Потенційна країна має для розвитку пляжного туризму (насамперед це Каліфорнія та Флорида), гірськолижного туризму (Солт-Лейк Сіті). Потенціал розвитку пізнавального туризму поступається європейським країнам через фактичну відсутність стародавніх пам'яток та культурної спадщини епохи Середньовіччя, проте, широко представлені інші види туризму: поїздки до тематичних парків, таких як Діснейленд, природні парки (Йєлоустоун тощо). Крім того, у США розташована найбільша гральна зона у світі – Лас-Вегас, яка щороку притягує понад 40 млн. туристів. Щоправда, більша частина є американськими громадянами, але значну частку становлять і іноземці.

Однак, існують фактори, які значно обмежують можливості залучення в США більшої кількості іноземних туристів. По-перше, це значна географічна віддаленість від основних регіонів світу, що генерують найбільші виїзні туристські потоки: Європи та Азії. Щоб опинитися в США, туристам із цих регіонів необхідно здійснити міжконтинентальний переліт туди й назад, що досі, незважаючи на здешевлення авіаперевезень, є досить дорогим заходом. Ціни на розміщення в готелях США також досить високі. В результаті, американський турпродукт є дорогим навіть для європейських і японських споживачів, не кажучи вже про туристів із країн світу. Другим найважливішим обмеженням є досить жорстка система видачі американських віз, у тому числі й громадянам, які

приїжджають із туристичними цілями. Процедура видачі візи є досить складною, у багатьох країнах світу вимагає особистої присутності в консульстві США. Нерідко відбуваються відмови у видачі візи без пояснення причин. Така система надання віз не сприяє розвитку в'їзного туризму США. Всі ці фактори вплинули на те, що за підсумками 2021 р. кількість туристських прибутків у США скоротилася на 1,3%, або 1 млн осіб. у абсолютному вираженні.

Четверту позицію за кількістю іноземних туристів займає Китай. Останні десятиліття країни активно розвивається як внутрішній, і міжнародний туризм. Цьому багато в чому сприяють вражаючі успіхи країни у сфері економічного розвитку. Фактично з нуля створено туристичну інфраструктуру: готелі, підприємства розваг, транспорт тощо. Китай пропонує широкий спектр турпродукту, який включає пляжний туризм (о. Хайнань), пізнавальний туризм.

Перевагою Китаю на міжнародному туристському ринку залишається досить низька ціна турпродукту, а також супутніх послуг унаслідок заниженого курсу юаня щодо валют провідних країн світу. В даний час Китай активно приваблює туристів не тільки з Азіатського регіону, а й з Європи, Північної Америки, України та інших країн світу. Протягом досліджуваного періоду часу динаміка зростання кількості туристських прибутків була позитивною. Їхня кількість зросла з 59,3 млн. у 2018 р. до 67,6 млн. у 2021 р.

На 5 місце у світі за величиною в'їзного турпотоку перемістилася Італія, яка ще 10 років тому значно випереджала за цим показником Китай. Країна, як і Франція з Іспанією, пропонує якісний турпродукт у сфері пляжного, пізнавального туризму. Найбільшими туристичними центрами, які мають воістину міжнародний статус, є Рим, Венеція, Флоренція. На сірці Італії, в італійських Альпах, активно представлено гірськолижний туризм. Більшість країни омивається водами Середземного моря, що є передумовою розвитку круїзного туризму. Також високою популярністю користуються шопінг-тури до Італії, оскільки Мілан вважається світовим центром моди. Протягом останніх 4 років кількість туристських прибутків значно зросла, але динаміка була загасаючою. Якщо у 2019 р. темпи зростання сягали 110,3%, то за підсумками

2021 р. вони знизилися до 105,0%.

6 місце за підсумками 2021 р. посіла Туреччина, якій вдалося відновити турпотік до країни після його різкого падіння у 2015-2018 рр. Зниження припливу іноземних туристів до Туреччини було пов'язане як із внутрішньополітичною обстановкою (спроба державного перевороту в 2018 р.), так і різким скороченням припливу туристів з України після того, як турецький літак збив український СУ-24 на кордоні Туреччини та Сирії. Крім того, ескалація військового конфлікту в Сирії також негативно вплинула на в'їзний турпоток. Всі перераховані вище події призвели до повномасштабної кризи в турецькій туріндустрії. Завантаження готелів, особливо орієнтованих прийом російськомовних туристів, багаторазово знизилася. Деякі власники готелів були змушені тимчасово закрити їх через фактичну відсутність попиту.

У 2019 році ситуація значно змінилася. Були відновлені політичні та економічні зв'язки між Росією та Туреччиною, внаслідок чого приплив туристів з України відновився на докризовому рівні, а за підсумками 2021 р. навіть перевершив його. Внутрішньополітична обстановка, зокрема пов'язана з виступами курдів, нормалізувалася. Напруженість внутрішньосирійського конфлікту також почала спадати. Все це призвело до вибухового відновного зростання в'їзного туризму до Туреччини, яке продовжилося і в 2020-2021 роках. В результаті Туреччина повернулася до найбільших країн з прийому міжнародних туристів і в найближче десятиліття може випередити Італію і вийти на 5 місце у світі.

Туреччина не має таких різноманітних рекреаційних ресурсів, як Італія, Іспанія, Франція. Країну можна розглядати здебільшого через призму пляжного відпочинку. Гірськолижні курорти в Туреччині лише формуються, однак вони мають обмежені можливості розвитку внаслідок кліматичних особливостей країни. Культурно-історичні пам'ятки країни присутні, проте, вони менш різноманітні, ніж у країнах. Пізнавальний туризм в даний час представлений насамперед у Стамбулі, і значно меншою мірою в інших регіонах держави. Однак, Туреччина як туристичний напрямок, в даний час має важливу конкурентну

перевагу в порівнянні з європейським напрямом: ціною. Ціна турецького турпродукту при порівнянні, або навіть вищій якості, є значно нижчою, ніж в Італії, Іспанії, Франції та Греції. Тому у співвідношенні ціна-якість в області пляжного відпочинку Туреччина фактично не має конкурентів у своєму регіоні, за винятком хіба що Єгипту. Все це призвело до того, що саме Туреччина останніми роками демонструвала максимальні темпи зростання туристських прибутків із усіх країн, що входять до топ-10 за кількістю туристських прибутків.

На 7 місці у світі розташовується Мексика. За підсумками 2021 р. країна прийняла 45,0 млн. іноземних туристів. Необхідно відзначити, що переважна більшість туристів прямують до Мексики зі США та меншою мірою з Канади. Мексика пропонує якісний пляжний відпочинок. Також широко представлений пізнавальний туризм, пов'язаний із культурою стародавніх Ацтеків та Майя, представлених на території сучасної Мексики. Гірськолижний вид туризму в Мексиці не представлений через спекотний клімат і фактичну відсутність снігу. Важливою перевагою Мексики міжнародному туристському ринку є низькі ціни на турпродукт. Однак, ця перевага фактично нівелюється внаслідок необхідності здійснення міжконтинентального перельоту з Європи або Азії. Цей факт накладає значні обмеження на зростання турпотоку в країну з інших регіонів світу, крім Північної та Південної Америки. Темпи зростання кількості туристських прибутків протягом досліджуваного періоду були досить високими і поступалися лише турецьким. Так, у період із 2018 по 2021 рр. кількість туристських прибутків у країні збільшилася з 35 до 45 млн. [52].

8 місце з незначним випередженням Німеччини посідає Тайланд. Причому ще за підсумками 2020 року країна розташовувалася на 9 місці за кількістю туристських прибутків, поступаючись Німеччині. Міжнародний туризм у цій країні Південно-Східної Азії почав активно розвиватися відносно нещодавно менше 30 років тому. Тим не менш, темпи зростання турпотоку у 2000-ті роки. були значно вищими, ніж на багатьох традиційних європейських напрямках. Внаслідок цього країна увійшла до топ-10 держав за кількістю туристських прибутків. Насамперед Тайланд приваблює іноземних туристів своїми

розкішними пляжами. Також багата культурна спадщина країни, представлена численними стародавніми замками, загубленими в джунглях, а також величними сучасними буддистськими храмами. Міжнародна конкурентоспроможність тайських курортів визначається низькою ціною турпродукту, що у Тайланді, для міжнародних туристів. Умови подальшого розвитку країни міжнародного туризму формує загальноекономічне зростання державі, який коливається не більше 5-7% на рік. Йде активний розвиток у тому числі і туристської інфраструктури, будуються не лише нові готелі, а й транспортні центри, дороги, аеропорти тощо. Особливо високі темпи зростання туристських прибутків були у 2020 році, коли вони досягли 110,4%.

Дев'яте місце у світі за чисельністю іноземних туристів належить Німеччині. На відміну від Туреччини, у Німеччині можна відзначити помірне, але водночас стабільне зростання кількості прибутків зарубіжних туристів. З 2018 до 2021 рр. їх кількість збільшилася на 3,8 млн. Німеччина розташована у помірному кліматичному поясі, має вихід до холодних Балтійського та Північного моря, тому країна не спеціалізується на пляжному туризмі. З іншого боку тут добре розвинений пізнавальний туризм завдяки наявності великої кількості культурно-історичних пам'яток. Також Німеччина є економічним центром Європи, завдяки чому активно розвивається діловий туризм [53].

І, нарешті, на 10 місці за кількістю іноземних туристів у 2021 р. перебуває Великобританія. Якщо говорити про динаміку прибуття туристів у 2018-2021 рр., вона була досить низькою. Загальна кількість туристських прибутків збільшилася лише на 1,1 млн. Можливо, це пов'язано з невизначеністю щодо виходу країни з ЄС, що негативно впливає на імідж країни в особі європейських туристів. Також значну роль відіграє висока ціна туристського продукту, що формується у Великій Британії. Країна приваблива насамперед в організацію екскурсійних турів, розвитку пізнавального туризму. Тут є численні пам'ятники як середньовіччя (замки, церкви тощо. буд.), і стародавнього світу (знаменитий стоунхендж). Крім пізнавального, у Великій Британії активно розвивається діловий туризм. Великобританія вважається фінансовим центром Європи. У

Лондоні розташована друга за величиною у світі після Нью-Йоркської фондової біржі, знаходяться центральні офіси не лише англійських, а й європейських компаній. Також важливу роль відіграє освітній туризм, який розвинений значно більше, ніж в інших країнах світу. Певними обмежувальними факторами розвитку туризму у Великій Британії є висока вартість турпродукту, складнощі з отриманням візи для туристів, які не є громадянами ЄС чи США, а також відносно несприятливий клімат.

У цілому нині, за результатами аналізу даних таблиці 2, можна зробити такі висновки. Для всіх країн із топ-10 у досліджуваному періоді часу було характерно збільшення вхідного туристичного потоку. Максимальна динаміка зростання туристських прибуття була характерна для Туреччини, причому протягом усього періоду дослідження. Так, за підсумками 2019 р. темп зростання прибуття до Туреччини становив 162,9%, у 2020 р. 114,8%, а за підсумками 2021 р. ще 114%. І якщо протягом 2018-2020 рр., як ми вже зазначали, це було насамперед відновлювальне зростання, то у 2021 р. країна досягла максимальної кількості туристичних прибутків за всю історію. Якщо говорити про 2019 р., то найбільший приріст іноземних туристів було відзначено також у Мексиці, Італії та Іспанії. Найменшим зростанням характеризувалася Німеччина (105,6%). У Китаї було відзначено нульове зростання кількості туристів, а США відзначалося навіть скорочення кількості іноземних прибутків на 3,6%.

За підсумками 2020 року картина дещо змінилася. Різко зріс приплив іноземних туристів до Італії (зростання 107,4%), а також Таїланд (110,4%). Нульовим темпом зростання характеризувалася Іспанія, тоді як у Великій Британії було зафіксовано зниження кількості в'їжджають туристів на 6,2%.

У 2021 р. максимальні темпи зростання кількості туристських прибутків були характерними для Туреччини (зростання 114%), а також Мексики (зростання 108,7%) [59].

Жорстка конкуренція на міжнародному туристичному ринку призводить до того, що виграє той, хто виявляє більше вигадки, фантазії та винахідливості. Для отримання прибутку йде все. Структурна перебудова економіки в зарубіжних

країнах призводить до того, що міжнародний туризм часто постає як галузь-субститут, заміщаючи старі, що віджили своє століття види промислового та сільськогосподарського виробництва. Це стає очевидним унаслідок того, що туристична діяльність стає більш ефективною та вигідною, ніж інші, що існували раніше на даній території галузі або об'єкти господарства. На туристичний ресурс перетворюється все - шахти, гори відвалів, занедбані міста тощо. Наявним є заміщення елементів індустріального та аграрного секторів у галузевій структурі економіки третинним сектором, орієнтованим на туризм (див. таблицю 3.3) [58].

Таблиця 3.3

Міжнародний туризм як галузь-субститут

Географічний об'єкт	Галузі спеціалізації минулого	Сучасна спеціалізація
Андорра	Тваринництво	Міжнародний туризм
Сан -Марвно	сільське господарство	Міжнародний туризм
м. Шргу-Вікна (Румунія)	добуванняа солі	санаторно-курортна діяльність
м. Рованіємі (Фінляндія)	золотодобувна лісова промисловість	Міжнародний туризм
земля Північний Рейн-Вестфалія, рур (Німеччина)	вугільна шахта Цольферайн	міжнародний та внутрішній туризм (пам'ятник ЮНЕСКО)
острів Хасіма (Японія)	видобуток вугілля	міжнародний та внутрішній туризм (пам'ятник ЮНЕСКО)
Колманскоп (місто-примара,	видобуток алмазів	Міжнародний туризм
Іда-Вірусський повіт (Естонія)	видобуток сланцю	туризм (сланцеві відвали трансформовані у гірськолижні спуски)
м. Острава (Чехія)	видобуток вугілля	Міжнародний туризм (музей гірничої справи Ландек Парк у вугільній шахті) Homicke Muzeum Landek Park
морська акваторія поблизу острова Сіпадан (Малайзія)	нафтовидобувна промисловість	Міжнародний туризм (Дайвінг). Готель Seaventures Dive Resort розташований на колишній нафтовій платформі посеред моря
Монте Калі (Monte Kail) – найбільша у світі гора кухонної солі, місцевий Кіліманджаро (Херінген, Гессен, Німеччина)	видобуток калійних з'єднань (поташ)	місцева визначна пам'ятка, туристичний ресурс

Джерело : [58]

Винахідливості зарубіжних готельєрів можна позаздрити. У Південній Африці є готель, розташований у печері. Це готель Kaga Kamma Private Reserve в Седерберзьких горах в 250 км від Кейптауна. Готель складається з 10 номерів, які знаходяться в розкиданих по гірському масиву печерах. "Jumbo Stay" - це хостел, розміщений у літаку Boeing 747-212 B. Він розташований у Стокгольмі. А в

провінції Внутрішня Монголія (Китай) відкрито незвичайний готель Піщаний Лотос. Він розташований у пустелі та призначений для туристів, які бажають відпочити від урбаністичного середовища та шукають щось незвичайне.

Аналіз зарубіжного досвіду показав, що виникають нові оригінальні види туризму, які приносять дохід. Нехай вони і не справлять сенсації, а окремі їх негативно характеризують окремі райони і країни, але ці напрямки можуть зацікавити нестандартним підходом і приносять прибуток. Дані з низки сучасних, оригінальних напрямів у туризмі можна згрупувати у таблицю 3.4.

Таблиця 3.4

Сучасні види туризму (досвід зарубіжних країн)

Вид туризму	Країна виникнення, можливі напрямки застосування	Туристичний ресурс
туризм шукачів скарбів	Карибський басейн, місця поховання скарбів	Не найдені скарби
туризм, пов'язаний із видобуванням золота	Канада, золотодобувні країни	золоті копальні
винні тури (енотерапія)	виноробні регіони світу	виноградники, виноробна промисловість
Паломництво	релігійні центри світу	релігійні святині
креативний туризм	Повсюдно	об'єднання творчих груп
агротуризм, хюге-туризм	Європа, скандинавські країни, повсюдно	сільська місцевість
Коруптури	Мексика, країни з високим рівнем корупції	пам'ятники корупції
трущобний туризм (slum tourism)	Індія, країни з високим рівнем бідності	міські нетрі
протестний, політичний туризм	країни з нестабільною політичною обстановкою	мітинги, демонстрації, революції, повстання
екстремальний туризм - ядерні полігони минулого, занедбані мегапроекти	країни з традиціями розвитку ядерної промисловості та атомної енергетики, занедбаними мегапроектами	занедбані ядерні полігони, місця техногенних катастроф, занедбані мегапроекти
екстремальний туризм північних територій (арктичний сеУкраїніінг, кайтинг, круїзи на криголамах, подорожі зимниками, гонки на снігоходах та ін.)	скандинавські країни, Росія, США, Канада	північні території, зона вічної мерзлоти
чорний туризм	Повсюдно	аномальні території
подорожі зниклими країнами, містами	Повсюдно	зниклі країни, міста-примари, мономіста
космічний туризм	космічні держави	суборбітальний космічний простір
кінематографічний туризм	місця, пов'язані з сюжетами популярних фільмів	місця ностальгічних спогадів

гастрономічний туризм	Повсюдно	рецепти місцевого кулінарного мистецтва
пішохідний туризм, хайкінг (walking tourism)	Повсюдно	пішохідні туристичні маршрути (trails)

Джерело : [58]

На конференції ЮНВТО у Лісабоні за результатами дослідження «Tourism: 2020 Vision» проголошено п'ять перспективних туристичних напрямків у XXI ст.

1. Пригодницький туризм

У світі з кожним роком стає менше регіонів і територій, які досі не відвідували туристи. Багатьом сучасним туристам вже не потрібно просто насолоджуватися традиційним відпочинком біля моря, їм потрібно підкорювати гірські вершини і морські глибини, забратися в такі точки планети, де «не ступала нога людини». Дані туристські потреби викликають життя появу відповідних туристських продуктів.

Перспективи відновлення міжнародного туризму пов'язані насамперед із тим, наскільки швидко вдасться подолати пандемію та поширення коронавірусної інфекції. Пандемія COVID-19 наочно продемонструвала потенціал міжнародного туризму і позначила необхідність активізації зусиль з подальшого його розвитку [3]. Вона також показала, який величезний вплив на життя найбільш уразливих груп суспільства мають відсутність охоплення цифровими технологіями та недостатня розвиненість інфраструктури туризму. Висунення питань інклюзивної та стійкої цифрової трансформації на передній план допоможе всім сферам туризму більш ефективно відновитись у колишніх обсягах. Але і за сприятливого сценарію міжнародний туризм чекають масштабні зміни, що визначаються різким зростанням ролі технологічних трансформацій, які є головним інструментом і трендом розвитку світового туристського простору, що дозволяє здійснювати взаємодії у сфері туризму у різних країнах, особливо під час переходу до цифрового формату. Як відомо, прискорений розвиток технологічних трансформацій здатний забезпечити «цифровий стрибок» у будь-якій сфері діяльності, включаючи і міжнародний туризм.

Ще одним імперативом, що сприяє розвитку міжнародного туризму, є

використання механізмів безвізового обміну туристськими групами в рамках реалізації певних угод, наприклад, угоди між міністерством курортів і туризму Краснодарського краю та Федеральним агентством з туризму «Про реалізацію Угоди між Урядом Російської Федерації та Урядом Китайської Народної Республіки про безвізові групові туристичні поїздки [54].

Таким чином, нові тренди у розвитку міжнародного туризму сприяють диференціації самих туристів, наприклад за рівнем доходу, національним та культурним традиціям що, сприяють технологічним та цифровим трансформаціям, прискоренню темпів впровадження інновацій як у зовнішньому, так і внутрішньому секторах.

У зв'язку з цим виникає необхідність якісної та кількісної трансформації пропозиції туристичних послуг та нового витка розвитку міжнародного туризму за глобальними імперативами (таблиця 3.5) [55].

Таблиця 3.5

Імперативи розвитку міжнародного туризму

Імперативи розвитку	Характеристика
Міжнародне співробітництво	Наявність міждержавних та міжурядових угод щодо співробітництва у туристській сфері, використання механізмів безвізового обміну
Технологічна трансформація	Автоматизація та цифрова трансформація. Наявність комплексу реалізованих рішень у питаннях розвитку міжнародного туризму, що стосуються обсягу, розміщення та форм інформації у цифровому форматі
Платформізація	Прискорене виведення на ринок IT-сервісів, пов'язаних з автоматизацією основних бізнес-процесів міжнародного туристичного обслуговування
Інноваційність	Інноваційна активність у всіх сферах залучення та обслуговування міжнародних туристів
Інформатизація	Прискорення бізнес-процесів, зокрема за рахунок зниження часу комунікацій
Екологізація	Впровадження норм екологізації туристської діяльності у вигляді цільових програм та перспективних планів з урахуванням особливостей туристично-рекреаційного потенціалу територій.

Джерело : [55]

Реалізація представлених імперативів дозволить активізувати державну політику у сфері міжнародного туризму, призведе до довгострокових економічних та соціальних впливів.

Таким чином, пандемія COVID-19 також прискорила перехід до цифровізації і, таким чином, ще більше наголосила на необхідності актуальних та надійних даних та інформації для управління туризмом. У міру того, як сектор

сподівається на відновлення, дані та ринкова інформація набувають вирішального значення для розширення можливостей дестинацій, підприємств та працівників сфери туризму, щоб вони могли краще підготуватися до умов, що швидко змінюються.

Український турпродукт добре відомий у світі. При всіх стримуючих моментах українського в'їзного туризму однією з чинників, підвищують інтерес до нашій країні мандрівників є робота з різноманітності турпродукту, пропозицію нових оригінальних занять, напрямів і видів туризму. Важливо, що в Україні необхідно провести певну роботу з різноманітності турпродукту. Ростуризм намагається це робити. Так, останнім часом з'явилася реклама засобами транспорту (тролейбуси, автобуси), де представляються туристичні ресурси України. Це важливо, але замало.

Серйозний поштовх до структурних змін у туристичній галузі дала пандемія коронавірусу. Так, внаслідок закриття портів та обмеження пересування громадян сильно постраждала круїзна індустрія. У подібній ситуації для уникнення щільних контактів з оточуючими обачні туристи в умовах рекомендованої самоізоляції стали віддавати перевагу віддаленим коштам розміщення мережевим готелям у тому числі в сільській місцевості, а також агротуУкраїниерми.

Простежимо, як доцільно діяти при впровадженні інновацій в українську туристичну індустрію на прикладі затребуваного та популярного сьогодні у світі аграрного туризму, який міг би стати одним із перспективних напрямів туристичної діяльності України [45].

Беручи до уваги багатство природно-ресурсного потенціалу України, різноманітність її природно-кліматичних умов та інші фактори, можна стверджувати, що аграрний туризм міг би стати галузевим комплексом, що визначає інноваційний потенціал та нове обличчя АПК України. Розвиток аграрного туризму в Україні може піти за двома напрямками. Перший напрямок може бути пов'язаний із створенням спеціалізованих агротуристичних господарств туро-ператорами або фермерами. Така практика вже є, зокрема, у Краснодарському краї. Тут агротуризм часто поєднується з виготовленням вин,

виробництвом сирів і т.п. Другий напрямок розглядає агротуристичний бізнес як супутній вид діяльності селянських (фермерських) господарств. В Україні їх кількість зменшується, але, як і раніше, значно і перевищує 200 тисяч. У цьому випадку аграрний туризм набуде масовості.

Для успішного розвитку агротуризму в України необхідно прийняти закон про аграрний туризм, що має не постановочний, а змістовно-конструктивний контент, а також створити спеціалізовану організацію асоціацію аграрного туризму.

Напрямок діяльності асоціації та її взаємодію з державними органами та її членами можна уявити наступним чином: допомогу фермерам у залученні туристів на агроферми; рекламу агротуризму шляхом видання спеціалізованого каталогу агротуризму за рахунок внесків членів асоціації; організацію курсів з агротуризму (можливо на комерційній основі); взаємодія з Міністерством економічного розвитку та торгівлі щодо проведення сертифікації послуг за аналогією з готелями; взаємодія з Мінфіном щодо виділення кредитів та субсидій на агротуризм [25, 218].

Варіантом оподаткування в агротуризмі є доцільним прийняти єдиний податок на дохід. За оцінками автора, при залученні в агро-туристичний бізнес навіть кількох відсотків селянських (фермерських) господарств дохід від цього виду діяльності становитиме кілька мільярдів рублів. Стало очевидним, що розвиток внутрішнього, зокрема аграрного та інших альтернативних видів туризму актуальний в умовах форсмажорних обставин, всесвітніх пандемій.

Не менш важливою є й інша організаційна робота. Надається важливим організація роботи зі створення додаткових спеціалізованих оргструктур у сфері туризму. У нашій країні поняття «інститут туризму» асоціюється з підготовкою кадрів для туристичної індустрії, тобто екскурсоводів, менеджерів, готелів тощо. Але дослідницького інституту у сфері туризму немає. А він міг би бути потрібний для виявлення перспективних територіальних поєднань туристичних ресурсів (ТСТР), створення на їх основі територіальних рекреаційно-оздоровчих комплексів (ТРОКів), тобто організаційних структур з управління розвитком

ТСТР [33, 5].

Подібний інститут може також займатися проектуванням нових туристичних маршрутів, виявленням тих місць, де можна розвивати туризм замість, як уже згадувалося, незатребуваних виробництв, в моногородах, містах-призраках. Їм могло б проводитися узагальнення зарубіжного досвіду розвитку і т.п. Туристичні дослідні центри можуть виникнути як продовження лінії з інноваційного розвитку економіки України [24, 123].

Одним із напрямів розвитку територіальної структури господарства в пострадянській України стало створення туристичних кластерів та туристично-рекреаційних зон. Проте створення подібних елементів територіальної структури господарства поки що не увінчалося особливими успіхами. Туристичні кластери не прижилися в Україні, оскільки російська модель містить у собі систему обмежень, що з спадщиною адміністрування за умов командної економіки, які обмежують приватну ініціативу [23, 61].

Туристсько-рекреаційна, як будь-яка інша вільна економічна зона (ВЕЗ) спрямовано інвестиції. Але хто ж інвестуватиме в умовах несприятливого інвестиційного клімату, корумпованості, відсутності довіри до державних управлінських структур, які часто змінюють правила гри. Це стало причиною закриття низки проектів, зокрема, туристично-рекреаційної зони Куршська Коса в Калінінградській області. Інвесторів у цьому випадку знайти не вдалося. Однією з причин невдач ряду ВЕЗ була гігантоманія.

Підводячи підсумки всьому вищесказаному, можна зробити наступні висновки.

У даний час світова туристська промисловість стикається з безпрецедентними викликами внаслідок розвитку пандемії коронавірусу. Від епідемії з пов'язаних із нею обмежувальних заходів страждають практично всі сфери та галузі світового господарства. Проте, найбільш постраждалою сферою є міжнародний туризм, транспорт та підприємства громадського харчування, тобто всі галузі, які входять у розширене поняття туристичної індустрії. Абсолютно очевидно, що за підсумками 2021 р., за будь-яких умов розвитку подій,

відбудеться воістину катастрофічне зниження кількості туристських прибутків у всіх регіонах та країнах світу. У цих умовах уряди країн світу повинні надати всебічну підтримку підприємствам, що входять у туристичну індустрію, для того, щоб по можливості скоротити кількість організацій, які будуть визнані банкрутами. Ми припускаємо, що період відновлення економічної активності на міжнародному туристському ринку триватиме не один рік.

За прогнозом ЮНВТО в 2030 р. в усьому світі відбудеться зростання кількості міжнародних туристських прибутків до 1,8 млрд. При цьому темпи зростання в різних країнах будуть значно відрізнятися: в країнах, що розвиваються, збільшення числа прибутків в середньому складе 4,4% на рік, тоді як у розвинених країнах лише 2,2 %. За розрахунками ЮНВТО частка економік, що розвиваються, на світовому туристичному ринку збільшиться з 47% в 2013 р. до 57% в 2030 р. Збільшення позиціонування людей як громадянин світу, а не окремо взятої країни, сприяє зростанню кількості туристських поїздок та розширенню масштабів світового ринку туристських послуг.

Міжнародний туризм з кожним роком відіграє дедалі більшу роль у світовій економіці. Його відмінною рисою є проведення значної частини послуг із мінімальними витратами у своїй країні. Туризм займає чільне місце у переліку галузей, що дають значну величину доданої вартості. Після проведення аналізу статистичних даних, положення туристичного ринку на сьогоднішній день та виявлених тенденцій та перспектив світового туризму можна зробити висновок про те, що становище цієї галузі світового ринку залежить від досить довгого списку факторів, що змінюються з часом. Але на сьогоднішній день світовий туризм займає лідируючі позиції у світовій торгівлі послугами.

ВИСНОВКИ

Туризм - це вид рекреації, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровлю вальними, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями. Перелічені туристичні послуги дають змогу розраховувати на зростання ролі туризму в структурі міжнародних відносин.

Значимість міжнародного туризму у світовій економіці невпинно зростає. Цей сектор світового господарства належить до найбільш швидко розвиваються. Туризм виступає у багатьох країнах світу каталізатором розвитку національних економік, особливо у країнах, де економіка носить монопрофільний характер. Туристська індустрія виступає і фактором розвитку окремих регіонів, джерелом надходження іноземної валюти, важливою статтею платіжного балансу будь-якої країни.

Міжнародний туризм надає сильний вплив на соціально-економічне життя країн, на їхню культуру і стан природного середовища. Туризм формує імідж країни на світовій арені, сприяє зміцненню її авторитету, підвищенню ролі у світовому господарстві, підвищенню рівня добробуту місцевих жителів. У зв'язку з цим органам державної влади, туристським організаціям та підприємствам необхідно вивчати динаміку та тенденції розвитку світового ринку туристських послуг, аналізувати особливості його розвитку, зіставляти власний національний чи регіональний розвиток зі світовими трендами, шукати шляхи виходу на зовнішні ринки, підвищувати конкурентоспроможність своїх туристських продуктів .

У цілому відзначається поступове становлення ринку туристичних послуг в Україні, у зв'язку зі стабілізацією соціально-економічної ситуації в країні і поліпшенням добробуту населення. Крім того, слід відзначити туристичний потенціал України як для активного відпочинку (гірськолижні курорти, рафтинг), так і для спокійного відпочинку біля моря, що створює підґрунтя для розвитку

туризму у країні.

У туристських напрямах країн з розвиненою і економікою, що формується, спостерігаються інтенсивні темпи зростання. У 2021 році в ряді більш високорозвинених туристичних напрямків досягли значних результатів: Сполучені Штати Америки (+11%), Франція (+7%), Німеччина (+6%), Великобританія (+5%) та Гонконг (Китай) (+14%). До інших турнаправлень з розвиненою економікою, що показали швидкі темні зростання (10% і більше), відносяться Швеція (+17%), Японія (+33%), Республіка Корея (+14%) та Фінляндія (+16%). Позитивну динаміку також продемонстрували Іспанія та Італія. Серед країн з економікою, що формується, найвищі темпи зростання були зареєстровані в Таїланді (+25%), Індії (+22%), Польщі (+13%), Південній Африці (+18%), Єгипті (+14%), В'єтнамі (+18%) та Україні (+3%).

В даний час більше половини світового туристичного ринку займає Європа (51%), а Південна Америка зайняла лідируючі позиції серед субрегіонів (+10%).

Світовий економічний фонд (ВЕФ) провів дослідження щодо виявлення лідерів країн туристського ринку, враховуючи найрізноманітніші чинники – від культурної спадщини та національних традицій до розвитку зв'язку, медицини, транспорту. Світовими лідерами в секторі подорожей та туризм визнані Швейцарія, Німеччина та Австрія. За ними йдуть Іспанія, Великобританія, Сполучені Штати Америки, Франція, Канада, Швеція. Замикає топ-10 Сінгапур. Експерти зазначають, що Франція погіршила своє становище, спустившись із третього на сьоме місце, тоді як Іспанія, навпаки, піднялася з восьмої на четверту позицію, значно покращили показники Великобританія, що піднялася на дві позиції вгору з сьомого місця, та Канада, яка посіла восьме місце, піднявшись у рейтингу на один рядок. Серед країн групи БРІК уперед висунулася лише Індія, яка перемістилася на вісім позицій. У цій категорії до висхідних зірок увійшли: Панама, яка піднялася з 56-ї позиції на 37-у, і Філіппіни - з 94 на 82. Росія посіла в рейтингу лише 59-е місце.

ЮНВТО прогнозує, що надалі кількість міжнародних туристичних прибутків зросте на 3-4%, що збігається з довгостроковим прогнозом до 2025 р.: у

середньому +3,8% на рік. За очікуваними показниками перспективи зростання має насамперед Азіатсько-Тихоокеанський регіон (+5-6%), далі йдуть Африка (+4%), Американський регіон (+34%), Європа (+2-3%), становище на Близькому Сході залежить від політичної ситуації, за позитивного розкладу можливе зростання прибутків до 5%.

Можливостями, які б принесли розвитку міжнародного туризму нашої країни максимальну користь, а саме задіяли б сильні сторони нашої країни а також виплавили слабкі сторони, є: інвестування у туристичну галузь України; прийняття України у члени ЄС; використання світового досвіду у ході співробітництва для дослідження, організації та управління ринку туристичних послуг; використання світового досвіду у ході співробітництва задля удосконалення законодавчої бази.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Благун І., Лещук р., Кифор М. Економічне моделювання попиту на туристичні послуги за рівнем доходів та витрат населення. Регіональна економіка. 2019. №4. С. 87-93.

2. Боголюбова Е. В. Сучасні тенденції та перспективи розвитку міжнародного туризму / Е. В. Боголюбова // Молодий вчений. – 2017. – №37. – С. 52 – 55.

3. Бондаренко А., Дугієнко Н. Вплив пандемії Covid-19 на міжнародний туризм. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. Вип. 3 (26). С. 3-7.

4. Воскресенський В. Ю. Про сучасний стан ринку міжнародного туризму // Український зовнішньоекономічний вісник. 2021. № 2. С. 61-65.

5. Гласюк, С.С. Моделі державного регулювання у сфері туризму: Наукові дослідження у сфері туризму: праці Міжнародної туристської Академії. 2015. Вип.6. С. 189-204.

6. Гутенєв М., Конишев В., Сергунін А. Арктичний вектор Норвегії: приймальність і новації. Сучасна Європа, 2019. №4. с. 108-118.

7. Дехтяр Н. А. Проблема захисту бренду як об'єкту інтелектуальної власності у туризмі. Економіка і суспільство. 2020. № 22. С. 114-119.

8. Єсієва А. А. Міжнародний туризм як форма міжнародних економічних відносин // Форум молодих учених. 2019. №1-1 (29). С. 1239-1243.

9. Зеленко О. Сучасні виклики сфери гостинності України. Часопис економічних реформ. 2021. № 2 (42). С. 94-101.

10. Кириллова С.А. Туризм як стратегічний пріоритет міста-мільйонника. Відомості наукового центру РАН. 2019. №3. 2019. С. 101-113.

11. Кифор М. Аналіз сезонності та мінливості туристичних потоків на прикладі західних регіонів України. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 154-160.

12. Кифор М. Місце туристичного регіону в туристичному просторі. Моделювання регіональної економіки. 2018. Вип. 1 (31). С. 474-480.

13. Кифор М. Оцінка розвитку туристичної галузі в Україні та регіонах. «Актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів та права в Україні та світі: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції» (Полтава, 18 листопада 2020 р.): у 5 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2020. Ч. 1. 131 с. С. 36-37.

14. Козлова Є. І., Шишин А. С. Оцінка потенціалу та проблеми розвитку ринку туристичних послуг у Липецькій області // Нотатки вченого. 2020. № 1 (44). С. 108-111.

15. Колесникова Н.В. Хюгге як концептуальна основа розвитку нового виду туризму (з прикладу республіки Карелія). Сервіс в Україні там. 2018 . №3. с. 79-89.

16. Круглов І. В. Економічний зміст аналізу фінансового стану машинобудівного підприємства. Казанська наука. 2016. № 12. С. 43-45.

17. Лабунська С. В., Дехтяр Н.А. Огляд основних підходів до визначення сутності і особливостей діяльності інноваційних кластерів на прикладі досвіду ЄС. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. 2021. № 1. С. 22-31.

18. Левченко К.К, Левченко Т.П. Розвиток в'їзного туризму та його вплив на економіку території: монографія. К: УСАЙНС, 2021. 116 с.

19. Левченко Т.П., Столяров А.С. Інтенсифікація соціально-економічних взаємодій Сочі-Туапсинської туристської агломерації як фактор сталого розвитку території. Сервіс в Україні та за кордоном. 2019. №3. С.77.

20. Леміш К., Бабіна Н., Швачко В. Дослідження тенденцій розвитку міжнародного туризму. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 60-1. С. 14-17.

21. Морозов А. А. Гастрономічний туризм на північному заході України (на прикладі республіки Карелія). Сервіс в Україні та за кордоном. 2019. №5. С. 851.

22. Насер Х.А. Проблеми та перспективи розвитку культурного та музейного туризму в країнах «арабської весни». Сучасні проблеми сервісу та туризму, 2016. 2(10). Сю 72-78.

23. Непочатенко В. Covid-19 і туризм: аналіз ситуації та економічні

шляхи виходу із кризи. Ефективна економіка. 2020. № 7. С. 61-65.

24. Пехтерєва Є.А. Професії, про які мріють підлітки, і реальне життя. Вітчизняна та зарубіжна література. РЖ. 2. Економіка. - М: ІНІОН РАН, 2020. № 3. С. 122-125.

25. Плетньов Д. А., Мельник К. Р. Особливості державного регулювання туристичної сфери України в умовах пандемії. Вісник державного університету. 2021. № 3 (449). С. 216-223.

26. Побірченко В. В., Шутаєва Є. А. Конкурентоспроможність України на світовому ринку туристських послуг. Сервіс в Україні та за кордоном. 2019. Т. 13, №3 (85). С. 64-76.

27. Подлепна П. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України. Вісник Хмельницького національного університету. 2019. № 2. С. 203-206.

28. Пустовіт А. В., Абдурешітова Е. Р. Міжнародний туризм в умовах сучасного ринку: особливості та тенденції розвитку. Національні економічні системи у контексті формування глобального економічного простору: зб. наук. тр. 2019. С. 331-334.

29. Судук Н., Кифор М. Мотиви і цілі співпраці в туристичному регіоні. Моделювання регіональної економіки. 2017. Вип. 1 (29). С. 142-150.

30. Судук Н., Кифор М. Система взаємозв'язків як детермінанта розвитку туризму в регіоні. Вісник Хмельницького національного університету. Серія "Економічні науки". 2016. № 5. Т.2. С. 249-253.

31. Фалєєва Є.А., Ткачова Т. В. Проблеми та перспективи розвитку дитячого та молодіжного туризму в сучасних умовах // Питання сталого розвитку суспільства. 2020. №8. С.197-202

32. Ходченко О.В. Теоретичні основи дослідження зеленої економіки// Фін. дослідж. 2019. №4. С. 57.

33. Черкашина І.В, Адамюк А.П, Пшеничних Ю.А. Основи антикризового управління: вплив та шляхи подальшого розвитку міжнародного туризму в умовах пандемії // Вісник молодіжної науки. 2020. № 2 (24). С. 5.

34. Шеламова Н.А. Сільський туризм як фактор сталого розвитку сільських територій у Ірландії. Екон. тр., Упр. у с.г. 2019 №9. С.88-95.

35. Щелкунова Л.І., Ємець М.С. Фрактальний аналіз динаміки міжнародних прибутків у туризмі. Бізнес інформ. 2019. № 1 (492). З. 178-183.

36. Юрченко С. О. Міжнародний туризм : навчальний посібник [для студентів спеціальностей «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини»]. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. 328 с.

37. Almuhrzi, H., Alriyami, H. & Scott, N. (eds). 2017. Tourism in the Arab World. An Industry Perspective. Channel View Publications, Bristol, UK. 304 p.

38. Kilimova L Quality of life as a human development determinant in the context of economic instability. ЕКОНОМІЧНИЙ журнал-XXI. 2016 3-4-1. P. 157.

39. Kyfor M. Analysis of tourist flows in the Carpatian region. Norwegian Journal of development of the International Science. 2016. Vol 3. P. 14-18.

40. Proso M. Passenger (consumer) легальна позиція в package travel regulations // 31st International Scientific Conference on Economic and Social Development - "Легал Challenges of Modern World" - Split, 7-8 June 2018.

41. Sheresheva, M.Y. Coronavirns and tourism. Population and Economics: електронний науковий журнал. 2020.

42. № 4(2). 361 p

43. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point. World Economic Forum. Geneva, 2019. 129 с.

44. Timothy, Dallen J., 2019. Tourism Trends in the MENA Region. IEMed. Mediterranean Yearbook 2019. P. 322-325.

45. UNWTO, 2021, Tourism in MENA region. Заповнений World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. Retrieved from 10.18111/978-9284420896

46. 15 Незвичайний «корупційний тур» для туристів у Мехіко/ 2021-09-09. [електронний ресурс] URL: mexico.ru/news_488.php (дата звернення: 11.04.2022).

47. Аналіз світового ринку туризму у 2014–2021 рр., прогноз на 2019–2023 рр. URL: https://businesstat.

ru/images/demo/tourism_world_2019_demo_businesstat.pdf (дата звернення: 11.04.2022).

48. В'їзд іноземних громадян в Україну у 2021 році за Державною статистичною службою України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 11.04.2022).

49. Воронкова Т., Притуленко А. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. Ефективна економіка. URL: URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/85.pdf. (дата звернення: 11.04.2022).

50. Річний звіт СОТ про стан туризму. URL: https://www.wto.org/english/res e/reser e/annual report e.htm (дата звернення: 11.04.2022).

51. Тренди у туристичній сфері у 2021 році. URL: https://welcometimes.ru/opinions/trendy-v-turizme-v-2021-godu. (дата звернення: 11.04.2022).

52. Туристичні потоки України за роками за Державною статистичною службою України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ (дата звернення: 11.04.2022).

53. Як країни підтримують відновлення туризму? // Коротка інформація ЮНВТО: туризм та COVID-19. URL: https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/ (дата звернення: 11.04.2022).

54. COVID-19 Related Travel Restrictions - Global Review For Tourism. Ninth Report As Of 8 March 2021. Retrieved fromhttps://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs- public/2021-03/210309-Travel-Restrictions.pdf

55. COVID-19 Travel Industry Research. U.S. Travel Association, 2020. Retrieved fromhttps://www.ustravel.org/toolkit/covid-19- travel-industry-research

56. Global Travel: Data, Models, and Intelligence, Tourism Economics, 2020. Retrieved fromhttps://www.tourismeconomics.com/ - Дата звернення: 25.06.2020.

57. Slum tourism (трущобний туризм). Вікіпедія [електронний ресурс] Retrieved fromEn. Wiki-pedia.org/slum tourism. (Дата звернення 10.10.2020).

58. The future of tourism: travel trends for 2021 and beyond. Tourwriter. 2021.

Retrieved fromhttps://www.tourwriter.com/travel-software- blog/future-tourism-2021.

59. Tourism: 2020 Vision 4: Електронна бібліотека Всесвітньої туристської організації. Retrieved fromhttp:// sete.gr/files/Media/Ebook/110301.pdf (Дата звернення 10.02.2020).

60. World Bank Data. International tourism, receipts (% of total exports) // World Bank Data: офіційний сайт. Retrieved fromhttps://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS (дата звернення – 03.07.2020)

61. WTTC (2020), «Safe Travels»: Global Proto-cols & Stamp for the New Normal. Retrieved fromhttps://wttc.org.

ДОДАТКИ

Додаток А

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та туристичними агентами, за видами туризму (осіб)

Рік	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні)	виїзні туристи	внутрішні туристи
2000	2015998	377871	285353	1350774
2001	2175090	416186	271281	1487623
2002	2265317	417729	302632	1544956
2003	2856983	590641	344332	1922012
2004	1890370	436311	441798	1012261
2005	1825649	326389	566942	932318
2006	2206498	299125	868228	1039145
2007	2863820	372455	336049	2155316
2008	3041655	372752	1282023	1386880
2010	2290097	282287	913640	1094170
2012	2280757	335835	1295623	649299
2013	2199977	234271	1250068	715638
2014	3000696	270064	1956662	773970
2015	3454316	232311	2519390	702615
2016	2425089	17070	2085273	322746
2017	2021576	15159	1647390	357027
2018	2549606	35071	2060974	453561
2019	2806426	39605	2289854	476967
2020	4557447	75945	4024703	456799
2021	6132097	86840	5524866	520391

Додаток Б

Загальна характеристика суб’єктів туристичної діяльності по регіонах України за 2021 рік

Регіон	Юридичні особи		Фізичні особи-підприємці
	усього	у тому числі	у тому числі
		суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
1	2	5	8
Україна	1867	70	153
Вінницька	24	1	1
Волинська	21	3	4
Дніпропетровська	111	-	-
Донецька	29	-	2
Житомирська	17	1	1
Закарпатська	30	1	2
Запорізька	61	-	7
Івано-Франківська	31	2	5
Київська	51	3	5
Кіровоградська	14	-	4
Луганська	7	-	2
Львівська	148	14	47
Миколаївська	21	-	1
Одеська	128	8	23
Полтавська	14	-	-
Рівненська	30	3	6
Сумська	19	1	1
Тернопільська	22	4	5
Харківська	86	1	7
Херсонська	14	4	5
Хмельницька	25	4	6
Черкаська	28	1	1
Чернівецька	35	-	2
Чернігівська	17	-	1
м.Київ	884	19	15

Відгук керівника випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи

Випускна дипломна робота здобувача вищої освіти Державного податкового університету групи МЕБ-19-1 Навального Андрія Михайловича на тему: «Міжнародний туризм в економічній структурі розвинених країн» виконана на задовільному теоретичному та практичному рівнях. Містить необхідні структурні елементи.

До недоліків можна віднести: відсутність грунтового аналізу міжнародного туризму в економічній структурі розвинених країнах світу, поверхневий опис проблем розвитку міжнародного туризму, порушення при оформленні роботи, зокрема при посиланнях на джерела інформації та оформленні літературних джерел, описовість, відсутність прогнозу подальшого розвитку міжнародного туризму та його впливу на економіку розвинених країн.

В цілому, випускна дипломна робота Навального Андрія Михайловича рекомендується до захисту з оцінкою задовільно.

Керівник випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи
к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин Державного податкового університету О. В. Коляда

Висновок кафедри про випускну дипломну роботу

Випускна дипломна робота здобувача вищої освіти Навального Андрія Михайловича після попереднього захисту розглянута на засіданні кафедри, протокол від «10» 05 2023 №12 допущена/не допущена до захисту на екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри _____ Н.В.Стежко

РЕЦЕНЗІЯ

на випускну бакалаврську роботу

здобувача вищої освіти Державного податкового університету Навального Андрія Михайловича на тему: «Міжнародний туризм в економічній структурі розвинених країн»

Актуальність теми. У сучасному контексті глобалізації та міжнародної співпраці, розвиток міжнародного туризму стає все більш актуальним. Він має значну частку в економіці розвинених країн та має мультиплікаційний ефект. Розвинені країни підтверджують, що розвиток міжнародного туризму сприяє економічному розвитку.

Наукова новизна даної роботи полягає у теоретичному дослідженні міжнародного туризму в економічній структурі розвинених країн.

Якість проведеного аналізу проблеми, та табличного матеріалу. На задовільному рівні для такого роду наукових робіт здійснено дослідження даної теми роботи. Текстовий та табличний матеріал містить часткову інформацію досліджуваної теми.

Обґрунтованість пропозицій і висновків та їх практична цінність. Теоретичні висновки та узагальнення, які викладені в роботі Навального А.М. можуть бути використані для подальших досліджень з даного напрямку.

До недоліків роботи можна віднести До недоліків можна віднести, зокрема, описовість, відсутність грунтовного аналізу впливу міжнародного туризму на економічний розвиток країни,відсутність прогнозу подальшого розвитку світового туристичного ринку.

Загальний висновок і оцінка роботи. Кваліфікаційна робота виконана у відповідності з завданням та з дотриманням вимог. Робота заслуговує оцінки «задовільно», а її автор Навальний А. М.– присвоєння кваліфікації «бакалавра» з міжнародних економічних відносин.

Рецензен
к.е.н., доцент, в.о. заступника декана
факультету фінансів та цифрових технологій _____ Г.С.Мельничук

«10» 05 2023 р.



Навчально-науковий інститут економічної безпеки та митної справи

Кафедра міжнародних економічних відносин

ДОВІДКА
про перевірку курсової/випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи на академічний плагіат

П. І. Б. автора роботи

Чавальний Андрій Михайлович

Курс/група МЕБ-19-1

Тема курсової/випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи

«Міжнародний туризм в економічній структурі розвинених країн»

П. І. Б. наукового керівника

Коляда О.В.

Дата захисту

12.06.2023

За результатом перевірки оригінальний текст у роботі становить 86,9 % Відсоток схожості (складається з правомірних запозичень (посилання, цитування) і неправомірних запозичень (пояснення щодо відсотку тексту, який не є оригінальним (н/д, стаття або інші роботи автора, які є у базі, але вони не зазначені в літературних джерелах) 13,1 %, цитат 0,14 %.

Провідний фахівець _____ Рябенко М.С.