

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Міжнародні економічні відносини

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

29 Міжнародні відносини

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

292 Міжнародні економічні відносини

Форма навчання: заочна

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему «Розвиток світового ринку туристичних послуг у контексті глобальних
викликів»
(назва теми)

здобувача Герасимчук Яни Анатоліївни
(ПІБ, підпис)

Науковий керівник: к.е.н., доцент Черницька Тетяна Володимирівна
(науковий ступінь, учене звання, ПІБ)

(підпис)

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації
здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: д.е.н., доцент Федірко Олександр Анатолійович

(підпис)

Київ 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра європейської економіки і бізнесу

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ**

**Міжнародні економічні відносини
29 Міжнародні відносини
292 Міжнародні економічні відносини**

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
Освітньо-професійної програми

_____ Федірко О.А.

«____» _____ 20__р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Федірко О.А.

«____» _____ 20__р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

**здобувачу вищої освіти Герасимчук Яні Анатоліївні
заочної форми навчання**

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи

**на тему: «Розвиток світового ринку туристичних послуг у контексті
глобальних викликів»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від «25 » вересня 2023 р. № 1743-СТ

Кваліфікаційна магістерська робота виконується на матеріалах наукових публікацій, аналітичних звітів міжнародних організацій

План кваліфікаційної магістерської роботи

Розділ 1	Методологічні основи дослідження розвитку світового ринку туристичних послуг (термін подання – до 31.10)
Розділ 2	Аналіз розвитку світового ринку туристичних послуг (термін подання – до 30.11)
Розділ 3	Перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу (термін подання – до 22.12)

Об'єкт дослідження:	Закономірності та форми взаємодії суб'єктів на глобальному ринку туристичних послуг.
Предмет дослідження:	Ключові фактори та світові тренди розвитку світового ринку туристичних послуг у контексті глобальних викликів.
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	На основі комплексного дослідження світового ринку туристичних послуг, визначити сучасні тренди його розвитку та потенціал у контексті глобальних викликів.

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	– визначити передумови становлення та етапи розвитку світового ринку туристичних послуг; –проаналізувати структуру та механізми функціонування світового туристичного ринку; –розглянути систему чинників розвитку світового ринку туристичних послуг;
У розділі 2	–провести аналіз сучасних трендів світового туристичного ринку; –оцінити конкурентне позиціонування гравців світового ринку туристичних послуг; –оглянути трансформацію світового ринку туристичних послуг під впливом глобальних викликів;
У розділі 3	– провести перспективне прогнозування розвитку світового туристичного ринку; –оцінка потенціалу вітчизняного туристичного бізнесу; –розглянути пріоритетні напрями формування конкурентних позицій України на світовому ринку туристичних послуг.

**Завдання підготував
науковий керівник**

(підпис)

Т.В. Черницька

(ініціали, прізвище)

«26» вересня 2023 р.

Завдання одержав студент

(підпис)

Я.А. Герасимчук

(ініціали, прізвище)

«27» вересня 2023 р.

Реферат

Кваліфікаційна магістерська робота містить 72 сторінок, 7 таблиць, 16 рисунків, список використаних джерел з 53 найменувань, додатки.

«Розвиток світового ринку туристичних послуг у контексті глобальних викликів»

Об'єктом дослідження в даній роботі є закономірності та форми взаємодії суб'єктів на глобальному ринку туристичних послуг.

Предметом роботи є ключові фактори та світові тренди розвитку світового ринку туристичних послуг у контексті глобальних викликів.

Мета дослідження: на основі комплексного дослідження світового ринку туристичних послуг, визначити сучасні тренди його розвитку та потенціал у контексті глобальних викликів.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних завдань:

- визначити передумови становлення та етапи розвитку світового ринку туристичних послуг;
- проаналізувати структуру та механізми функціонування світового туристичного ринку;
- розглянути систему чинників розвитку світового ринку туристичних послуг;
- провести аналіз сучасних трендів світового туристичного ринку;
- оцінити конкурентне позиціонування гравців світового ринку туристичних послуг;
- оглянути трансформацію світового ринку туристичних послуг під впливом глобальних викликів;
- провести перспективне прогнозування розвитку світового туристичного ринку;
- оцінка потенціалу вітчизняного туристичного бізнесу;
- розглянути пріоритетні напрями формування конкурентних позицій України на світовому ринку туристичних послуг.

Практичне значення отриманих результатів: Розроблені в ході дослідження підходи, рекомендації та висновки можуть бути використані для покращення туристичної сфери в Україні та діяльності органів виконавчої та законодавчої влади при розробці стратегій зовнішньоекономічної діяльності України в цілому для прискорення процесу гармонізації регулюючих положень у сфері міжнародних туристичних послуг.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи 2023.

Рік захисту роботи 2024.

Ключові слова: туристичні послуги, туристичний ринок, туристичний бізнес, конкурентні позиції, глобальні виклики, світовий ринок, туроператори, туризм.

В і д г у к
про кваліфікаційну магістерську роботу
здобувачки факультету міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини»

Герасимчук Яни Анатоліївни

на тему: **«Розвиток світового ринку туристичних послуг у контексті глобальних викликів»**

1. Актуальність теми. Конкуренція на сьогоднішній день є основною частиною глобального ринку, без якої неможливе його релевантне функціонування. Міжнародний туризм сьогодні сформувався в одну з ключових складових глобального ринку послуг. Даний сектор світової економіки характеризується значним інноваційним потенціалом, а також має стійкий розвиток, що зумовлено, передусім, зростанням зацікавленості людей у подорожах і розвагах. Актуальність зазначеної проблематики підкреслена у роботі через важливі зміни в світовій туристичній сфері, які вимагають комплексного дослідження.

2. Позитивні риси кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна магістерська робота Герасимчук Я.А. відповідає затвердженій темі та виконана згідно сформованого індивідуального завдання. Робота є логічно структурованою, в ній досліджено структуру та розвиток світового ринку туристичних послуг у контексті глобальних викликів на основі новітньої статистичної бази. Робота має об'єктивістську спрямованість та адекватне розв'язання визначених завдань.

3. Наявність самостійних розробок автора: Представлено комплексний аналіз функціонування глобального ринку туристичних послуг із використанням різноманітних аналітичних методів. Здобувачка визначила ключові проблеми та перспективи у контексті глобальної пандемічної кризи та низки регіональних збройних конфліктів, що дозволило розробити пріоритетні напрями розвитку ринку. Окрім цього, авторка надав ефективне економічне обґрунтування для підтримки своїх висновків щодо доцільності стратегічних напрямів розвитку туризму в Україні та інтеграції вітчизняних туристичних компаній у світовий ринок туристичних послуг.

4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій. Отримані результати дослідження можуть бути корисними для розробки стратегій політики у сфері туризму на міжнародному рівні. Рекомендації, висунуті здобувачкою, мають практичне застосування для управління туристичною сферою України та можуть бути використані для вирішення формування ефективної стратегії участі у глобальному ринку туристичних послуг.

4. Наявність недоліків: У роботі варто детальніше розглянути особливості конкурентоспроможності акторів світового ринку туристичних послуг за рахунок кластерного підходу оцінки факторів, що дозволить більш комплексно прогнозувати його розвиток в умовах глобальних викликів.

5. Загальна оцінка кваліфікаційної магістерської роботи та її допущення до захисту перед ЕК: Робота є цілком самостійною, завершеною, логічно структурованою та може бути рекомендована до захисту перед ЕК із загальною оцінкою – **46 балів**.

Науковий керівник: к.е.н., доц., професор кафедри міжнародної економіки

(підпис)

«05» лютого 2024 р.



Черницька Т.В.

(прізвище, ініціали)

Рецензія
на кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача вищої освіти

Герасимчук Яни Анатоліївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

**на тему: «Розвиток світового ринку туристичних послуг у контексті
глобальних викликів»**

Актуальність теми кваліфікаційної роботи і доцільність її розроблення

Робота характеризується актуальністю та своєчасністю, оскільки присвячена дослідженню питання, що набуває актуальності із зростанням ролі міжнародного туризму як однієї з ключових складових сучасного світового господарства. Світовий ринок туристичних послуг представляє собою комплекс, який має великий потенціал для інновацій і постійно розвивається завдяки задоволенню різноманітних потреб населення у відпочинку, розвагах і подорожах. Завдяки швидкому зростанню дана сфера економіки визнана важливим економічним явищем.

Якість проведеного дослідження

Представлена на рецензування кваліфікаційна магістерська робота відповідає заявленій темі повною мірою. Побудова роботи та викладення матеріалу є логічними, обґрунтованими та грамотними. Дані ретельно проаналізовані за допомогою статистичних методів наукового дослідження. Робота є самостійним і завершеним дослідженням. На достатньому теоретико-методологічному рівні викладено матеріал і результати дослідження, а також сформовано обґрунтовані висновки.

Позитивні риси кваліфікаційної роботи

Авторка кваліфікаційної магістерської роботи змістовно розкрила теоретичну та практичну сторони своєї роботи. У роботі значна увага приділена дослідженню структуризації сучасного світового ринку туристичних послуг і актуальним трендам його розвитку.

Зауваження

Доцільно було б здійснити детальний бенчмаркінг країн за результатами оцінки міжнародної конкурентоспроможності туристичної галузі.

Практична значимість висновків і рекомендацій

Сформовані в ході дослідження рекомендації та висновки можуть бути використані для покращення туристичної сфери в Україні та діяльності органів виконавчої та законодавчої влади при розробці стратегії зовнішньоекономічної діяльності України в цілому для прискорення процесу гармонізації регулюючих положень у сфері міжнародних туристичних послуг.

Рецензент
К.е.н., доцент кафедри
міжнародного менеджменту

07.02.2024 р.



Т.С. Козачок

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	6
1.1 Передумови становлення та етапи розвитку світового ринку туристичних послуг	6
1.2 Структура та механізм функціонування світового туристичного ринку	13
1.3 Система чинників розвитку світового ринку туристичних послуг	20
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	29
2.1 Сучасні тренди світового туристичного ринку.....	29
2.2 Конкурентне позиціонування гравців світового ринку туристичних послуг	37
2.3 Трансформація світового ринку туристичних послуг під впливом глобальних викликів	42
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	48
3.1 Перспективне прогнозування розвитку світового туристичного ринку	48
3.2 Оцінка потенціалу вітчизняного туристичного бізнесу	53
3.3 Пріоритетні напрями формування конкурентних позицій України на світовому ринку туристичних послуг	59
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Міжнародний туризм у сучасних умовах є ключовою складовою галузі у світовому господарстві. Він представляє собою комплекс, який має великий потенціал для інновацій та постійно розвивається завдяки задоволенню різноманітних потреб населення у відпочинку, розвагах та подорожах. Завдяки швидкому росту ця галузь визнана важливим економічним явищем.

Основні фактори, що сприяють розвитку туризму, включають економічні, політичні та культурні відносини між країнами та їхнім населенням. Туризм дозволяє людям з усього світу долучитися до вивчення нового про свої рідні країни, їхні традиції та світову спадщину.

Сучасний світ стоїть перед численними викликами, які впливають на різні сфери життя людей та економічний розвиток країн. Один із таких ключових аспектів - туризм та розвиток світового ринку туристичних послуг. Туризм визнається не лише суто галуззю економіки, але й важливим фактором соціокультурного обміну, міжнародного розуміння та співпраці між націями.

У цьому контексті, важливо розглянути розвиток світового ринку туристичних послуг у зв'язку з глобальними викликами. Глобалізація, зміни клімату, демографічні зрушення, кризові ситуації, такі як пандемія COVID-19, та інші фактори впливають на туристичну індустрію, викликаючи як позитивні, так і негативні тенденції.

У цьому контексті, розуміння детермінант та тенденцій розвитку світового ринку туризму, а також виявлення стратегічних пріоритетів для ефективного подолання викликів, є важливим завданням для дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичну основу дослідження розвитку міжнародного туризму становлять наукові праці вітчизняних та іноземних науковців О. О, Любіцева, О.О. Бейдик, Т.

Девідсона, В. Хунцікера, К. Крапфа, І.Ф. Кураса, Ю. М. Правика, С. П. Кузика, Е. Тамма, М. П. Мальської.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної магістерської роботи є дослідження сучасного стану, проблематики та перспектив розвитку світового ринку туристичних послуг.

Відповідно до поставленої мети було визначено такі **завдання**:

- визначити передумови становлення та етапи розвитку світового ринку туристичних послуг;
- проаналізувати структуру та механізми функціонування світового туристичного ринку;
- розглянути систему чинників розвитку світового ринку туристичних послуг;
- провести аналіз сучасних трендів світового туристичного ринку;
- оцінити конкурентне позиціонування гравців світового ринку туристичних послуг;
- оглянути трансформацію світового ринку туристичних послуг під впливом глобальних викликів;
- провести перспективне прогнозування розвитку світового туристичного ринку;
- оцінка потенціалу вітчизняного туристичного бізнесу;
- розглянути пріоритетні напрями формування конкурентних позицій України на світовому ринку туристичних послуг.

Об’єкт дослідження є розвиток світового ринку туристичних послуг у контексті глобальних викликів.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти дослідження міжнародного туризму у світі та Україні під впливом глобальних викликів.

Методи дослідження. У дослідженні розвитку світового ринку туристичних послуг були застосовані різноманітні методи, включаючи аналіз

історичних даних, статистичних звітів, літературний огляд, експертні оцінки та моделювання. Ці методи дозволили систематично оцінити етапи розвитку туристичного ринку, вивчити сучасні тренди та фактори впливу, оцінити конкурентну ситуацію та прогнозувати перспективи подальшого розвитку. Загальна методологія дослідження дозволила глибше розуміти складні взаємозв'язки та динаміку розвитку світового ринку туристичних послуг.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів. На основі дослідження абсолютних та відносних величин та застосування системного підходу з методикою емпіричного, порівняльного, методу індукції- дедукції ('1 розділ роботи) та графічного методу було оцінено сучасний стан розвитку світового ринку туристичних послуг (пункт 2.1) та запропоновано шляхи покращення туристичної галузі в Україні. Розроблені в ході дослідження підходи, рекомендації та висновки можуть бути використані для покращення туристичної сфери в Україні та діяльності органів виконавчої та законодавчої влади при розробці стратегій зовнішньоекономічної діяльності України в цілому для прискорення процесу гармонізації регулюючих положень у сфері міжнародних туристичних послуг.

Інформаційною базою дослідження є наукові публікації з питань оцінки стану міжнародного туризму, закони та нормативні документи, статистичні дані UNWTO, дані COT та звіти міжнародних організацій, періодичні видання відповідно до тематики.

Структура роботи: кваліфікаційна магістерська робота складається зі вступу, 3-х розділів, висновків, списку використаних джерел у кількості 53, містить 72 сторінок, 16 рисунків та 7 таблиць.

Напрацювання по магістерській дипломній роботі були представлені на конференції у вигляді тез на тему «Перспективи розвитку міжнародного туризму».

РОЗДІЛ 1

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1 Передумови становлення та етапи розвитку світового ринку туристичних послуг

У сучасному світі туризм є однією з найбільш розвинених сфер глобальної економіки та представляє собою одну з найшвидших форм міжнародної торгівлі послугами. Зародження поняття "туризм" пов'язане зі зростанням масових переміщень людей для відпочинку та розваг.

Більшість країн світу розглядають туристичні послуги як частину загальної системи, яка дозволяє ознайомитися з історичною, культурною спадщиною країни, її традиціями та цінностями. Ця система включає значну кількість осіб, які прямо чи опосередковано пов'язані з сферою туризму. Для країни туризм означає не лише джерело доходу, але й підвищення її популярності та впізнаваності.

Обсяг міжнародних туристичних потоків швидко зростає щороку, що призводить до появи нових напрямків та туристичних продуктів. Це, в свою чергу, стимулює все більше туристів обирати конкретну країну та забезпечувати високий рівень обслуговування в галузі туризму.

На сьогоднішній день туризм можна розглядати як соціальне явище, пов'язане з тимчасовою зміною місця перебування, оточення та ритму життя, а також взаємодією з навколишнім середовищем.

Початкові форми міжнародного туризму почали формуватися ще в далеку давнину. Римляни, будучи першими відомими мандрівниками, хоч і подорожували лише в межах Римської імперії, але це сприяло розвитку цього

явища завдяки великим територіям. Проте після розпаду імперії у I столітті н.е. кількість подорожей зменшилася через руйнування стоянок і таверен, а також через загальне збіднення населення.

У пізньому Середньовіччі (приблизно 500-1300 рр.) подорожі почали відроджуватися разом із розвитком суспільства. Епоха Відродження позитивно вплинула на цей процес, призвівши до стрімкого росту економіки, з'явлення нових галузей та покращення торгівельних зв'язків між країнами. Торгівля, освіта, паломництво та лікування були основними метами подорожей [1, с. 27]

До середини XIX століття основною перешкодою для розвитку туризму була недостатня розвиненість засобів пересування. З розвитком транспорту на початку XIX століття зросла якість та ефективність транспортних перевезень, почали виникати перші підприємства, які спеціалізувалися на обслуговуванні тимчасових відвідувачів, що стимулювало мандрівки населення.

У цей період з'явилися готелі, які обслуговували представників аристократії та вищого офіцерства. Літній відпочинок проводили на французькій та італійській Рив'єрі, відвідували термальні курорти Швейцарії та Німеччини, або подорожували в Єгипет, Грецію та Північну Африку. У другій половині XIX століття розширився готельний бізнес, де до готелів додалися бюро подорожей, які організовували поїздки для потенційних клієнтів [2, с. 90].

У *першому етапі* (до 1841 року) слід звернути увагу на основні аспекти розвитку сфери туризму. Поєднання та розвиток міст, зміна сфери діяльності, підвищення рівня ярмарків та поліпшення умов життя створили нові можливості для подорожей.

Другий період (з 1841 р. по 1914 р.) відзначається важливими науковими досягненнями та їхнім впровадженням на практиці. Революція в галузі консолідації та механізації виробництва відіграла ключову роль у формуванні туристичної галузі. Англієць Томас Кук може вважатися одним з піонерів у

цьому напрямку. У 1841 році він організував масову поїздку по країні, а його створена компанія в 1847 році почала організовувати поїздки за кордон, спочатку в Францію, а потім в інші європейські країни. У 1882 році він здійснив першу в світі кругосвітню подорож, основною метою якої був соціальний аспект, а не комерційна вигода [3, с. 91].

Міжнародні курорти Швейцарії, Франції, Італії та Німеччини завдяки покращенню своїх послуг разом із Англією стали центрами європейського туризму. Велике значення в розвитку туристичної галузі відігравали географічні відкриття, мореплавство та освоєння нових континентів, таких як Америка, Африка та Австралія.

Третій етап (з 1914 по 1945 рр.) розпочався після закінчення Першої світової війни. У цей період туризм характеризувався вирішенням потреб туристів, розробленням маршрутів та побудовою спеціалізованих комплексів. В окремих сферах туризм розвивався як сучасна галузь подорожей, бізнесу та оздоровчого відпочинку. Також він став основною практикою для численних компаній, що надають туристичні послуги на високому рівні [3, с. 91].

Після завершення Другої світової війни розпочинається *четвертий етап* (1945-1992 рр.), який характеризується піднесенням та стимулюванням туристичної галузі, а також її поширенням. Протягом цього періоду спостерігається міжнародна співпраця, зростання міжнародного поділу праці, відкриття кордонів, полегшення в'їзду туристів для відвідування інших країн, поліпшення транспортного сполучення та підвищення рівня життя населення. Головним аспектом цього етапу є монополізація туристичної сфери, коли вона набуває статусу самостійної галузі послуг [3, с. 91].

Туризм є ефективним засобом відпочинку для промислово розвинених країн світу. У кінці XX століття спостерігається зростання попиту на туристичні послуги серед населення з низьким та середнім рівнем достатку. Ці потреби призвели до розширення туристичного ринку та появи нових продуктів для різних соціальних груп.

У середині ХХ століття багато урядів світових країн почали активно розвивати галузь туризму. У 1947 році, більшість міжнародних організацій об'єдналися в Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (МСОТО). У 1969 році, внаслідок зростання міжнародних контактів у туристичній галузі, ця неурядова організація була реорганізована у Всесвітню туристичну організацію (ВТО).

Український вчений Данильчук В.Ф. виділяє чотири основних етапи розвитку туризму [4, с. 222].

- початковий етап – до 1841 року. На цьому етапі було характерним встановлення товарно-грошових відносин, розвиток торгівлі, впровадження поділу праці, прогрес у релігійних та культурних аспектах, а також виникнення нових засобів транспорту;

- становлення туризму як галузі від 1841 до 1914 року. У цей період відбувся значний прогрес в науці та технологіях, який було успішно застосовано на практиці. Це призвело до зростання продуктивності праці та зменшення потреби в робочій силі, що в свою чергу сприяло збільшенню обсягів туристичних послуг;

- формування туризму як міжгалузевого комплексу від 1914 до 1945 року. У цей період компанії в сфері туризму активно спрямовували свою увагу на комерційні аспекти, впроваджуючи можливості подорожей для різних соціальних груп населення;

- масовий туризм з 1945 року і до сьогодення. На цьому етапі важливими рисами є зростання науково-технічного розвитку та розширення торговельних зв'язків між країнами.

Проте даний поділ на етапи можна доповнити п'ятим етапом від 1992 року до сьогодні, який характеризується такими факторами:

- туризм стає головною галуззю економіки багатьох країн;
- створені та функціонують основні міжнародні туристичні організації;

- туризм стає масовим явищем у світі, доступним для більшості громадян розвинених країн;
- туризм стає одним із чинників глобалізаційних процесів у світі.

Простеживши закономірності розвитку туризму, можна помітити, що чим вищий рівень добробуту і культури суспільства, тим більше його членів віддають перевагу туризму як засобу використання свого вільного часу. (рис. 1.1)



Рисунок 1.1– Ключові чотири фази розвитку міжнародного туризму

Джерело: складено автором на основі [4]

Важливими критеріями для такого визначення є: мотивація для подорожей, спосіб організації та розвиток транспорту, кількість туристів і охоплення різних галузей населення.

Особлива увага зосереджується на розвитку міжнародного туризму як форми міжнародних економічних відносин, особливо у другій половині XX століття. З 1950 року кількість осіб, що скористалися туристичними послугами, зросла з 25 млн. до млрд. в 2012 році, і цей показник постійно зростає. Для більшості країн світу, міжнародний туризм є сталим джерелом

валютних надходжень і ключовим компонентом ВВП. Це стосується не тільки курортних островів та країн, що розвиваються, але й індустріально розвинених країн.

Міжнародний туризм у світі розвивається досить нерівномірно, що пояснюється в першу чергу різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів. Найбільшого розвитку міжнародний туризм набув у західноєвропейських країнах. Частка цього регіону складає більш як 70% світового туристичного ринку і близько 60% валютних надходжень. Приблизно 20% припадає на Америку і менше 10% - на Азію, Африку і Австралію, разом взятих.

Всесвітня організація туризму (ВОТ) у своїй класифікації виділяє країни, які переважно є постачальниками туристів (США, Бельгія, Данія, Німеччина, Нідерланди, Нова Зеландія, Швеція, Канада, Англія), і країни, які в основному приймають туристів (Австралія, Греція, Кіпр, Італія, Іспанія, Мексика, Туреччина, Португалія, Франція, Австрія, Швейцарія).

За статистичною методикою ВТО, держави-члени ВТО поділені відповідно до географічних ознак на шість регіонів: Азіатсько-Тихоокеанський, Північна і Південна Америка, Африка, Близький Схід, Південна Азія та Європа.

Існуючий поділ відображає як економічні особливості світового господарства, так і історію виникнення розвитку туризму. Спочатку він з'явився у Європі, трохи пізніше - в Північній Америці. У країнах цих регіонів ще до початку першої світової війни існував інтенсивний туристичний обмін, була розвинута туристична індустрія. У період між двома світовими війнами міжнародний туризм отримав подальший розвиток. Розширювалась туристична реклама. Наприклад, у 1931 р. тридцять три країни активно вели закордонну рекламу, утримували туристичні представництва в США. Після другої світової війни виник ринок міжнародного туризму. Туризм набув важливого економічного і політичного значення. Окрім поділу за

географічними регіонами, ВТО застосовує їхні підрозділи на менш крупні субрегіони. Це обумовлено нерівномірним розвитком туризму в межах регіонів. Наприклад, Європа поділяється на Північну, Південну, Західну і Центральну. Найбільш розвинутими в туристичному відношенні були Західна і Південна Європа, але, за останніми даними, очікується інтенсивний туризм і в Північній Європі.

Для країн-членів Євросоюзу, значна частина валових доходів походить саме від туристичної галузі. Проте, для країн, як от Монако та Кіпр, туристичний бізнес є основним джерелом ВВП.

Однією з переваг туристичного бізнесу для країни, що надає послуги, є використання економічно індиферентних ресурсів, таких як сонячне проміння, клімат та природні особливості моря.

Головними аспектами туристичних послуг є їх "невидимість" у вигляді нематеріальних наслідків після надання (тобто спогади після подорожі) та наявність супутнього бізнесу, пов'язаного з туризмом, такого як виготовлення та продаж сувенірів, буклетів, одягу та товарів місцевого виготовлення.

Міжнародний туризм та його ринки постійно піддаються впливу змін у демографії, життєвих цінностей та розвитку науково-технічного прогресу. Розвиток міжнародного туризму показує, що ця галузь росте швидкими темпами, з особливим зростанням доходів на обслуговування туристів, особливо після 1950 року. Важливим елементом стійкого економічного розвитку залишається на протязі тривалого періоду. Міжнародний туризм в основному є соціальним явищем, пов'язаним з добровільною та тимчасовою зміною місця проживання, оточення та взаємозв'язком з довкіллям (соціальним, культурним та природним). Тому що міжнародний туризм є різностороннім, неможливо надати одне повне та точне визначення.

На даний момент можна зазначити, що туристичний сектор можна вважати сформованим, бо на даний момент саме туристичні послуги становлять найбільшу частку у структурі торгівлі послугами, а загальне

значення міжнародного туризму для людства полягає в можливості краще пізнати світ, впливі на вподобання та світогляд, виявленні рівня культури та благополуччя суспільства, а також у сприянні мирному співіснуванню народів на планеті.

1.2 Структура та механізм функціонування світового туристичного ринку

З роками ринок послуг неперервно розширюється, і однією з галузей, з високими темпами розвитку є туристичні послуги. Спочатку варто розглянути визначення самого ринку туристичних послуг.

Туристичний ринок є важливою складовою світового ринку послуг, спеціалізованою галуззю, яка забезпечує задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з розвагами та організацією відпочинку під час подорожей.

Основною метою ринку туристичних послуг є адаптація до змін суспільних потреб та організація різноманітного відпочинку для різних груп населення [5]. В цілому туристичний процес можна описати наступним чином:

- він включає в себе взаємозв'язок механізмів інтеграції, формування попиту та пропозиції, що призводить до інтернаціоналізації процесу задоволення потреб туристів через впровадження міжнародних стандартів обслуговування та діяльність ринкових організацій у глобальних розподільчих та інформаційних мережах. Ця єдність визначає універсальність туризму та його динаміку.

- циклічність, яка обумовлена річним та добовим циклами планети Земля, а також соціальною практикою, такими як тижневі та сезонні цикли, що визначаються життєвими процесами людей - святами та іншими подіями.

- врахування обсягу, реальних ресурсів для розвитку туризму, екологічного та соціокультурного впливу на території та місцеве населення.
- різноманітність ресурсної бази, яка відображає існуючу різноманітність географічного простору і є основою для поділу праці в туризмі. Оцінка та інвентаризація наявних ресурсів необхідна для прискорення їх використання та створення нових туристичних атракцій відповідно до економічних можливостей територій (країн, регіонів).
- районна специфіка, яка визначається природно-рекреаційною складовою туристичного продукту та є результатом загальної географічної закономірності природної зональності.
- регіоналізм також є вираженням ресурсної детермінованості туристичного процесу. Під ресурсною детермінантою слід розуміти наявність компонентів туристичного продукту, призначених для споживання (природних, культурно-історичних, етно-релігійних, соціальних, інфраструктурних) та його споживання.

У цілому, подібно до будь-якого іншого ринку, ринок туристичних послуг має свою власну організаційну структуру, яка враховує особливості споживання туристичних продуктів. В ньому виділяються дві основні структурні складові: ринок споживачів, де формується попит на продукти туристичного ринку, та ринок виробників, чия діяльність спрямована на задоволення цього попиту [7]. У свою чергу, посередники виступають як посередники між споживачами та виробниками туристичних продуктів, надаючи широкий спектр послуг, таких як бронювання готелів, квитків на транспорт, екскурсійні програми тощо. Це робить ринок туристичних послуг більш доступним та зручним для споживачів, одночасно стимулюючи конкуренцію серед учасників ринку та підвищуючи якість наданих послуг.

Також варто зазначити, що враховуючи розвиток глобального ринку, дуже швидкими темпами розвиваються посередницькі послуги. Цю організаційну структуру продемонстровано на рис. 1.2.

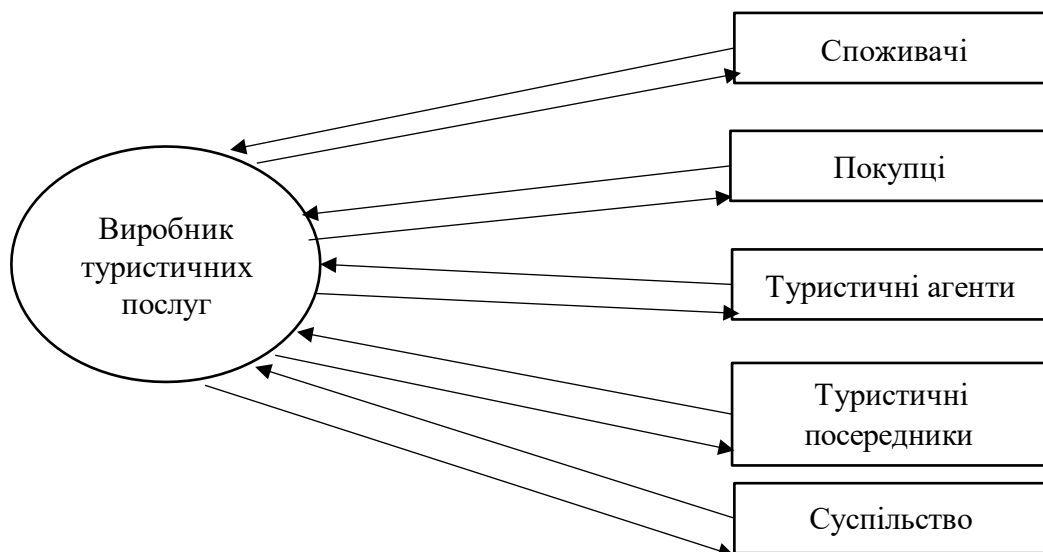


Рисунок 1.2 – Структура туристичного ринку [8]

Узагальнюючи з економічної та управлінської точок зору, можна сказати, що туристичний ринок можна розглядати як дві відносно автономні сфери: ринок пропозиції та ринок попиту. На практиці ці два ринки тісно взаємодіють між собою, впливаючи один на одного, стимулюючи та визначаючи розвиток і структуру туристичної індустрії з одного боку, і консолідуючи споживчий попит - з іншого. Таким чином, туристичний ринок, подібно до інших ринків, є варіативним за своєю природою. У його організаційній структурі можна виділити кілька невеликих ринків [7].

Компонентна структура туристичного ринку розкриває різноманіття попиту та пропозиції з урахуванням мотивацій для подорожей та їх характеристик (формат, сезонність, тривалість, клас тощо), а також розсортування попиту на різні сегменти (масовий, нестандартний, елітний), такий поділ продемонстровано у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Структуризація ринку туристичних послуг ринку [8]

Критерій поділу	Типи туристичного ринку
Географічний	– Локальний; – регіональний; – державний; – континентальний; – світовий.

Продовження таблиці 1.1

1	2
Географічний	– Локальний; – регіональний; – державний; – континентальний; – світовий.
За видом туристичних послуг	– Послуги з розміщення; – харчування; – туристичного обслуговування; – туристичних перевезень.
За віковими групами	– Молодіжний туризм; – сімейний туризм; – пенсіонери та інваліди.
Зв'язок: місце проживання і місце відпочинку	– В'їзний туризм; – виїзний туризм.
Ціль подорожі	– Бізнесовий; – лікувально-оздоровчий; – відпочинковий; – краєзнавчий; – релігійний; – культурний; – мотиваційний.

Регіональна структура, в свою чергу, відображає особливості туристичного процесу та спрямована на підвищення доступності туристичних продуктів - одного з ключових критеріїв оптимізації. Характеристики туристичного процесу, особливо його поліморфізм, регіональні особливості та різноманіття, визначають різноманітність туристичних ринків.

Диференціація регіонів в туристичному процесі на певному етапі його розвитку виражається в різноманітності регіональної структури ринку туристичних послуг.

Нерівномірність розвитку туристичного процесу призводить до відносної поляризації як компонентної, так і регіональної структури. У відповідності до умов і вимог туристичного процесу, основною метою є регіональна концентрація туристичної діяльності та характеристика територій у наданні туристичних та розважальних послуг. Це призводить до різних фіскальних навантажень (центр, курорт, район, зона) - це регіональні та структурні компоненти туристичного ринку [7].

Туристичний ринок регулюється основними правилами ринку, водночас відносно ринку матеріальних благ виявляє багато специфічних ознак. В основному ці особливості впливають з ознак туристичного попиту, а також з властивостей предмета обміну. Враховуючи це, необхідно розділяти:

- ринок відповідно до рівня доходів покупців (молодіжний, сімейний туризм, літніх осіб тощо);
- ринок подорожніх з метою: відпочинку, реабілітації, навчання, у вирішенні службових справ, задоволення культурних, релігійних потреб тощо;
- ринок внутрішнього та закордонного туризму [8].

Система туризму постійно взаємодіє та переплітається з різними іншими системами: економічною, демографічною, освітньою, культурною та науковою [9, с. 61]. Потім розглянемо структуру взаємодії суб'єктів на світовому ринку послуг (рис. 1.3.)

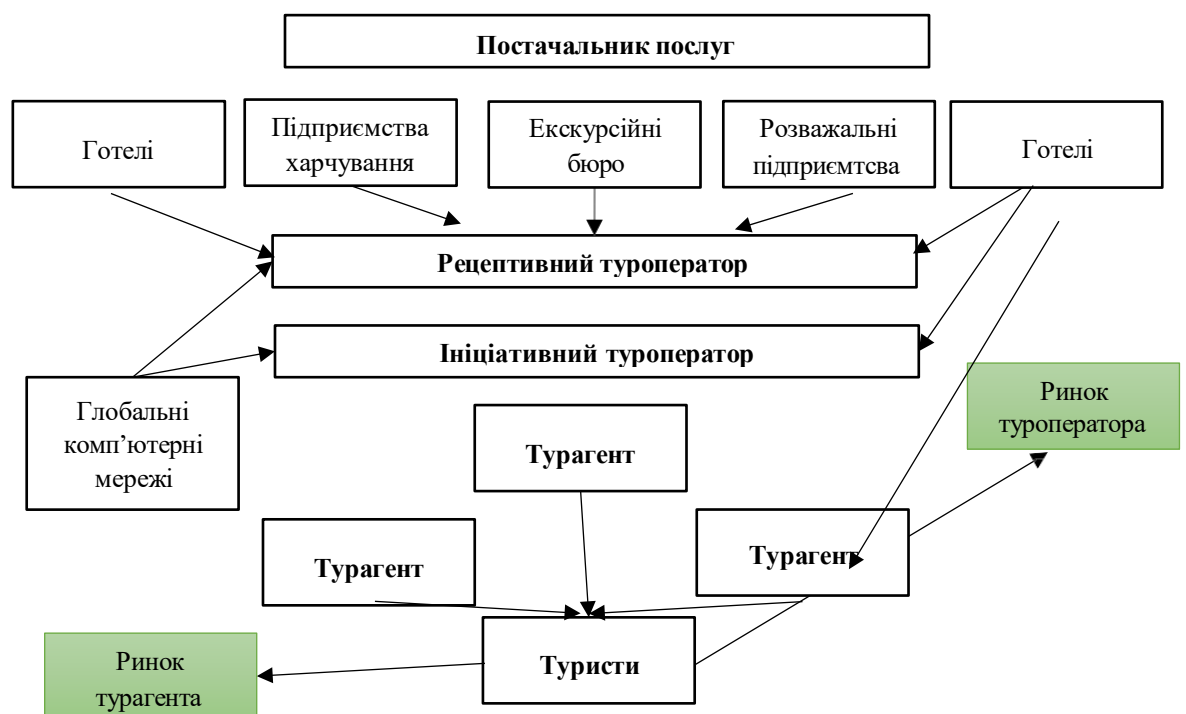


Рисунок 1.3 – Механізми взаємодії на світовому ринку послуг [9, ст. 62]

Суб'єктами туристичного ринку, які виробляють та споживають туристичні продукти, є фізичні та юридичні особи. Громадяни, які виражають

бажання подорожувати, тобто туристи, є споживачами цих продуктів. Туристичні компанії (туроператори та турагенти), які працюють для отримання прибутку та задоволення потреб туристів, виступають в ролі виробників туристичного продукту. Таким чином, основними учасниками на туристичному ринку є туристи, туроператори та турагенти.

Туроператор - це вищезгаданий індустріальний тип туристичної фірми, що є підвидом оптової туристичної компанії та вирізняється великими масштабами та широкою спеціалізацією. Зазвичай вони організовують та реалізують великі партії комплексних турів для турагентів.

Турагенти - це комерційні організації або приватні підприємці, які придбають туристичні пакети від туроператорів, розробляють тури на їх основі та реалізують їх клієнтам. Зазвичай, турагенти не мають власних засобів для надання послуг і виступають посередниками між туристичними компаніями та кінцевими споживачами туристичних послуг.

Туроператори та турагенти є ключовими складовими туристичної індустрії. Вони об'єднують в собі мережу різноманітних послуг, включаючи розміщення, транспорт, харчування, розваги, навчання, бізнес, відпочинок, спорт тощо. Крім того, їх діяльність включає туроператорську та турагентську роботу, а також надання послуг гідів-перевізників.

Отже, суб'єкт туристичного ринку працює у сфері надання послуг, які задовольняють різноманітні потреби туристів. Основним механізмом функціонування туристичного ринку є система економічних інструментів для балансування попиту та пропозиції туристичних продуктів. Обмін відбувається у формі товарів, грошей та інформації, і включає відвідування туристом місця споживання.

Умовами обміну є наявність не менше двох учасників, їх бажання співпрацювати та угода, яка фіксує купівлю-продаж туристичного продукту. Обмін також може бути здійснений за допомогою туристичного ваучера - фінансово-правового документа, який підтверджує статус туриста та оплату

послуг. Загалом, механізм регулювання цієї діяльності ґрунтується на принципі попиту та пропозиції.

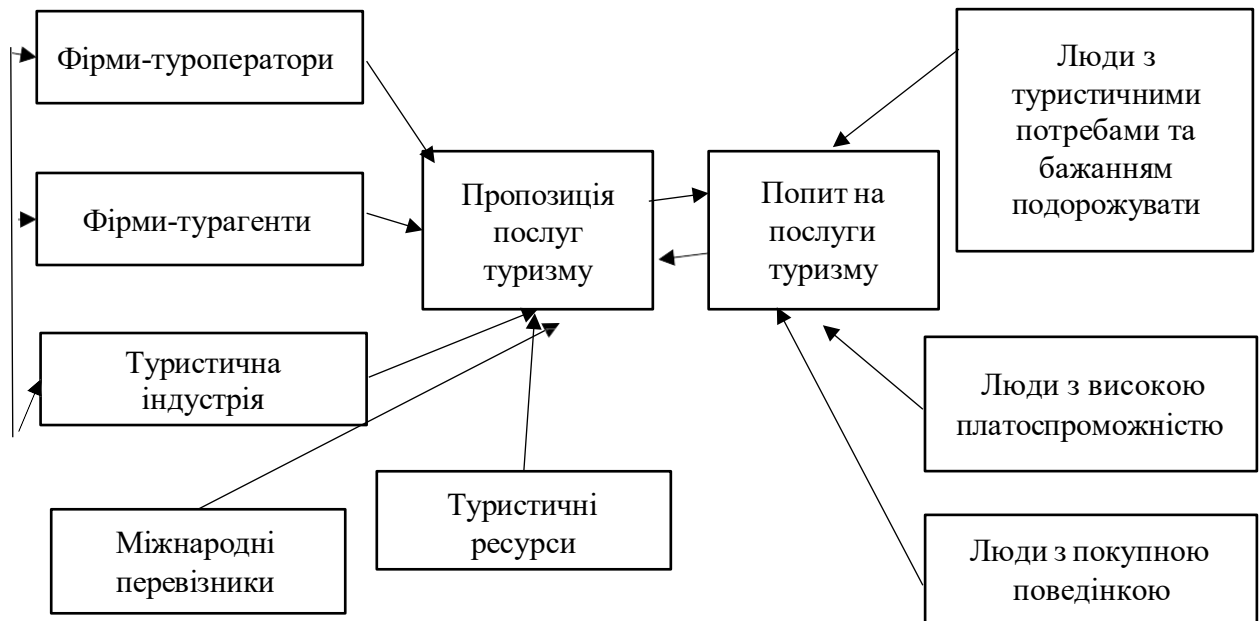


Рисунок 1.4 – Механізм функціонування та фактори туристичного ринку [9, ст. 63]

Наведений рис. 1.4 ілюструє взаємозв'язок між попитом на туристичні послуги та характеристиками туристів:

- Особи, які мають бажання та потреби у подорожах.
- Люди з високим рівнем доходу, які прагнуть до престижних турів, нестандартних подорожей та високоякісного обслуговування (зручності, особлива увага персоналу, приватний гід та транспорт тощо).
- Люди із специфічними споживчими поведінковими орієнтаціями.

Турист є особою, яка придбає туристичні послуги. Його споживча поведінка визначається різними природними, психологічними, соціальними та іншими факторами, які впливають на його реакцію на рекламу. Цей аспект є важливим для ефективності функціонування туристичного ринку. Тому виникає необхідність в сегментації ринку на різні сектори, вивчення яких

сприятиме досягненню оптимального співвідношення між попитом та пропозицією туристичних послуг.

Закономірності туристичної діяльності, як об'єкта суспільно-географічних досліджень, є частковими виявами дії основних економічних та географічних законів. Геопросторові форми організації туристичного ринку ґрунтуються на суспільно-географічних законах та закономірностях. Теоретико-методологічною основою є системно-процесуальний підхід, який передбачає вивчення особливостей, структури, стійких взаємодій та взаємозв'язків між компонентами ринку туристичних послуг як суспільно-географічної системи. Ця система синергії сприяє розвитку ринку туристичних послуг.

1.3 Система чинників розвитку світового ринку туристичних послуг

На розвиток туристичної індустрії впливає широкий спектр різноманітних чинників, які можна розділити на постійні та змінні. Дослідники, зокрема О.М. Азарян та Н.Л. Жукова, звертають увагу на фактори, які можуть обмежити розвиток рекреаційної сфери та туризму в Україні та окремих регіонах. Вони рекомендують розробляти заходи для подолання кризи та відновлення рекреаційної сфери з метою подальшого розвитку та досягнення економічного зростання [10].

Л.П. Дядечко, розглядаючи цілі державного регулювання та пріоритетні напрямки розвитку туристичного бізнесу, вказує на позитивні та негативні чинники, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією як в Україні, так і у світі [11].

Узагальнюючи висновки різних досліджень, можна виділити, що позитивний розвиток міжнародного туризму базується на наступних факторах:

- економічне зростання та соціальний прогрес, що призвели до розширення ділових поїздок та подорожей з пізнавальними цілями;
- вдосконалення транспортних засобів, що знизило вартість поїздок;
- збільшення кількості найманих працівників та службовців у розвинутих країнах та підвищення їхнього матеріального та культурного рівня;
- інтенсифікація праці та отримання працюючими більш тривалих відпусток;
- розвиток міждержавних зв'язків та культурних обмінів між країнами, що привело до розширення міжособистісних зв'язків регіонами;
- розвиток сфери послуг, який стимулював розвиток сфери перевезень та технологічний прогрес у галузі телекомунікацій;
- послаблення обмежень на вивіз валюти у багатьох країнах та спрощення прикордонних формальностей [12].

Структура та механізм функціонування світового туристичного ринку є складними та динамічними. На ринку спостерігається постійна взаємодія між різними суб'єктами, такими як туристичні агентства, туроператори, готелі, авіакомпанії, ресторани, місцеві уряди та міжнародні організації. Кожен з цих суб'єктів відіграє важливу роль у формуванні та розвитку туристичного ринку. Структура ринку характеризується різноманіттям продуктів та послуг, їх якістю, цінами та доступністю.

Туристичний ринок також впливається різними факторами, такими як економічні умови, політичні події, культурні та соціальні тенденції, технологічні інновації та екологічні чинники.

соціальні	• демографічні та міграційні процеси, розвиток суспільних відносин
економічні	• розвиток економіки
географічні	• особливості розташування країн та регіонів, необхідність налагодження зв'язків
політичні	• завоювання або освоєння нових територій, перерозподіл сфер політичного впливу
мотиваційні	• особливості свідомості людей, ментальності та інші психологічні чинники, що впливають на вибір подорожі в конкретний регіон
науково- технічний прогрес	• розробка нових винаходів та застосування їх на практиці
екологічні	• збереження навколишнього середовища, придатне для споживання та відпочинку

Рисунок 1.5 – Групи чинників, що спричинили виникнення туризму

Джерело: складено автором на основі [12]

Проаналізувавши етапи розвитку міжнародного туризму варто виокремити групи чинників, що спричинили виникнення туризму (рис.1.5).

1) Географічні: основними серед них можуть бути рельєф, геологія місцевості, яка визначає рівень землетрусів, клімат, внутрішні води, рослинний і тваринний світ, ґрунтовий покрив тощо. Необхідно також враховувати інтенсивність протікання природних і антропогенних процесів, які відбуваються на тій чи іншій території. Проте частота стихійних лих, рівень забруднення промисловими відходами, поширення небезпечних хвороб, стан питного водопостачання тощо можуть суттєво вплинути на розвиток туристичної сфери. Як відзначають деякі дослідники, «складний характер рекреаційної діяльності і велика різноманітність її зв'язку з природними умовами робить доцільним розглядати в якості природних рекреаційних ресурсів тільки регіональні пропорції природних компонентів.

2) Соціально-демографічний - включає наявність трудових ресурсів для виробництва туристичних послуг, а також стан і особливості використання соціальної інфраструктури. У розвитку туризму в тому чи іншому регіоні дуже важливим є вплив соціальних умов. Його можна визначити співвідношенням між класами за площею їх матеріальної забезпеченості, співвідношенням між економічно активним населенням і чисельністю безробітних. Важливими також є урбанізація, рівень злочинності, релігійний склад населення, його освіта, захворюваність на небезпечні захворювання тощо;

3) Економічні, поєднання економіко-географічного положення, обсяг інвестицій, наявність і особливості діяльності туристичної (виробничої) інфраструктури, взаємозв'язок різних галузей економіки, стан розвитку транспорту і зв'язку. Залучення інвестицій в країну, розробка та впровадження інноваційних технологій.

4) До групи політичних чинників належать: політична ситуація; законодавче регулювання туристичної діяльності; укладання міжнародних договорів, що стосуються туризму; розвиток соціального туризму.

5) До групи мотиваційних чинників належать: чинники, які впливають на вибір мети подорожів; чинники, які впливають на вибір регіонів подорожів.

Вже неодноразово зазначалося, що міжнародний туризм позитивно впливає на економічний розвиток країни та сферу управління в ній. Існують три моделі регулювання сфери туризму.

Самоорганізація: У цій моделі влада не втручається в регулювання проблем сфери туризму. Замість цього, проблеми вирішуються на місцевому рівні через незалежні організації або за допомогою ринкових механізмів. Ця модель часто використовується в країнах, де туризм не є вирішальною сферою для економіки, і туристичні об'єкти функціонують незалежно.

Міністерства управління туризмом: У цій моделі міністерство виступає основним регулювальним органом для сфери туризму. Для ефективної діяльності цього міністерства необхідні достатні ресурси та інвестиції.

Регулювання туризму зосереджується в одному місці, і фахівці працюють над розвитком цієї галузі.

Європейська модель: Ця модель часто використовується в Європі. У цьому варіанті функціонування сфери туризму регулюється на рівні міністерств, які відповідають за конкретні сфери. Діяльність розділяється на маркетинговий аспект і аспект рішення конкретних питань.

Маркетингова діяльність у туристичному бізнесі включає в себе управління туристичними представництвами, розробку нормативно-правової бази, обробку та аналіз інформації тощо. Україна вибрала європейський шлях розвитку туризму, тому європейська модель управління найбільш підходить для нашої країни. Прикладами успішного розвитку туризму за цією моделлю є Іспанія, Франція, Італія, Великобританія.

Управління туризмом в Іспанії відбувається через Держсекретаріат під керівництвом Міністерства економіки, Центральну дирекцію з туризму та Іспанський інститут туризму, який повністю фінансується державою. Місцеві органи відповідають за сертифікацію, розробку стратегій та ліцензування, оскільки Міністерство економіки має обмежені повноваження. Знову ж таки, це підкреслює, що не існує однієї універсальної моделі для розвитку.

Фактори, що сприяють розвитку міжнародного туризму, різняться для кожного регіону. Наприклад, Південноамериканський регіон приваблює туристів своєю сучасною архітектурою, в той час як Середземноморський регіон цікавий переважно для паломників. Все залежить від індивідуальних вподобань туриста та різноманітності видів туризму, а не одного підходу. Крім того, інші фактори, такі як економічний розвиток, політична стабільність, розвиток транспортної інфраструктури та маркетингові стратегії, також впливають на розвиток міжнародного туризму в кожному конкретному регіоні. Основні привабливі чинники для розвитку різних регіонів країн у галузі туризму представлені в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Чинники розвитку туризму в різних регіонах світу [13]

Найбільш туристично привабливі країни за регіонами	Чинники зростання туристичної привабливості регіону
Країни Південноамериканського регіону (Бразилія та інші країни)	1. Розвиток екологічних турів по Амазонії
	2. Екзотична природа 3. Сучасний дизайн та архітектура столиць країни
Країни Європейського регіону (Франція, Англія, Німеччина, Фінляндія, Швеція)	1. Висока концентрація історичних і культурних визначних пам'яток 2. Спрощений візовий режим 3. Високий рівень сервісу
Країни Середземноморського регіону (Ізраїль, Кіпр тощо)	1. Вигідна система оподаткування 2. Сучасна банківська мережа 3. Добре налагоджена структура телекомунікацій
Найбільш туристично привабливі країни за регіонами	Чинники зростання туристичної привабливості регіону
	4. Ріст паломницького туризму 5. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів 6. Тур по чотирьох морях 7. Розвинута інфраструктура туризму 8. Високий рівень обслуговування 9. Комфортний клімат 10. Велика тривалість туристичного сезону 11. Практика «Tax Free»
Країни Азіатського регіону (Об'єднані Арабські Емірати)	1. Високий рівень сервісу 2. Мінімальні податки. Практика «Tax Free» 3. Екзотична природа та культура 4. Політична стабільність

Урахування чинників, що впливають на розвиток туризму, сприяє його зростанню, тоді як неврахування цих факторів може уповільнити його темпи та стримати розвиток туристичних потоків. В загальному, на розвиток туризму у світі впливають різноманітні чинники, які можна розподілити на два види: зовнішні та внутрішні. Розглянемо зовнішні чинники, які стосуються розвитку туризму:

1. Природно-географічні чинники.
2. Культурно-історичні чинники.

Ці два фактори можна об'єднати через їхню схожість щодо вибору туристичного спрямування. Якщо країна має велику кількість цих чинників або включає обидва, то це суттєво впливає на напрями та темпи розвитку туризму.

3. Економічні чинники. Ця група чинників стосується внутрішньої ситуації в країні. Якщо країна є економічно розвиненою, має високий рівень життя та динамічний розвиток, то поїздки місцевого населення будуть відбуватися набагато частіше. Стабільність економічного стану країни визначає розвиток матеріально-технічної бази та інфраструктури туризму.

4. Соціальні чинники. Ці фактори важливі тим, що сприяють розвитку туризму шляхом внесення змін у робоче життя громадян, зокрема, скорочення робочого часу та подовження відпусток. Деякі країни вже впроваджують 4-денний робочий тиждень [13].

5. Демографічні фактори. Країни з високою густотою населення подорожують набагато інтенсивніше. Також відбуваються зміни у формах туристичної рухливості: молодь віком від 18-30 років віддає перевагу активному виду туризму; люди віком від 30-50 років є менш активними у цьому плані; самотні особи подорожують частіше, ніж сімейні пари; жінки виявляють більше інтересу до туризму, ніж чоловіки.

6. Політико-правові впливи. Туризм є сферою, що залежить від політичних подій у світі. Наприклад, напружена міжнародна ситуація призводить до спаду туристичних потоків. Тероризм, війни, пандемії та екстремізм – усі ці аспекти впливають на міжнародний туризм.

7. Технологічні тенденції. Чим швидше розвиваються технології, тим швидше та безпечніше туристи матимуть доступ до різних пам'яток та розваг. Ці фактори сприяють удосконаленню готельного бізнесу, транспортної системи та інших сфер.

8. Екологічні чинники. Екологічний стан має великий вплив на міжнародний туризм. Цей вплив можна розділити на дві категорії:

нераціональне використання природних ресурсів для туризму та техногенний вплив [13]. Наприклад, Галапагоські острови мають унікальну екосистему, проте вони є дуже вразливими до зовнішніх втручань. Це призвело до введення численних обмежень для туристів, включаючи обов'язковий супровід іцензованим гідом [13].

Внутрішні фактори – це ті, що впливають безпосередньо на сферу туризму: матеріально-технічні аспекти, які мають найбільше значення для розвитку туризму. Сюди входить розвиток готельних послуг, транспорту, ресторанів, рекреаційних об'єктів, торгівельної інфраструктури та інше [76]. Внутрішні чинники також включають в себе попит, пропозицію та поширення туристичних послуг, зростання ролі індивідуального туризму, сегментацію ринку та інші аспекти.

- Збільшення значення координації діяльності в туризмі через процес монополізації, що включає у себе розширення партнерських відносин між великими компаніями та середнім і малим бізнесом, а також створення стратегічних туристичних союзів та глобалізацію туристського бізнесу.
- Зростаюча важливість ЗМІ та комунікацій з громадськістю (паблік рілейшнз) у просуванні, рекламі та реалізації турпродуктів.
- Зростання ваги фахівців у сфері туризму, включаючи збільшення кількості працівників і розвиток професійно-кваліфікованої кадрової бази.
- Збільшення кількості представників туристичного бізнесу, яке створює умови для конкуренції між великими операторами та малими агентствами, що пропонують різноманітні турпослуги.

Таким чином, розвиток сучасного міжнародного туризму у світі визначається різними факторами, які включають природно-географічні, культурно-історичні, економічні, соціальні, демографічні, політико-правові, технологічні, екологічні та внутрішні аспекти. Також важливо враховувати,

що ці фактори можуть відрізнятися в залежності від конкретного регіону. Наприклад, Південноамериканський регіон може приваблювати туристів сучасною архітектурою, тоді як Середземноморський регіон може цікавити тих, хто вибирає паломницький туризм. Відповідно до цього не можна стверджувати, що якась країна є привабливою в туристичному плані, а інша ні, бо кожна країна має своє особливе поєднання цих факторів, і відповідно до цього розвивається в ту чи іншу сторону.

Внутрішні фактори впливають безпосередньо на сферу туризму і включають матеріально-технічні аспекти, які мають найбільше значення для розвитку туризму. Сюди входить розвиток готельних послуг, транспорту, ресторанів, рекреаційних об'єктів, торгівельної інфраструктури та інше. Внутрішні чинники також включають в себе попит, пропозицію та поширення туристичних послуг, зростання ролі індивідуального туризму, сегментацію ринку та інші аспекти. Наприклад, збільшення значення координації діяльності в туризмі через процес монополізації сприяє розширенню партнерських відносин між великими компаніями та середнім і малим бізнесом, а також створенню стратегічних туристичних союзів та глобалізації туристського бізнесу. Зростаюча важливість ЗМІ та комунікацій з громадськістю у просуванні, рекламі та реалізації турпродуктів, а також збільшення кількості фахівців у сфері туризму і розвиток професійно-кваліфікованої кадрової бази, також впливають на розвиток туризму. Також важливим є збільшення кількості представників туристичного бізнесу, яке створює умови для конкуренції між великими операторами та малими агентствами, що пропонують різноманітні турпослуги.

У світі спостерігається загальна тенденція до зростання уваги до туристичної галузі як важливого чинника економічного розвитку. Політичні та економічні перетворення, що відбуваються в різних країнах, впливають на споживчі можливості та настрої, що відображається на попиті на туристичні послуги.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

2.1 Сучасні тренди світового туристичного ринку

У сучасних умовах туризм виявив високу чутливість до поточної кризи. Це видно з великої кількості відмов у бронюванні та зменшення туристичного потоку через вплив COVID-19 та негативну інформаційну обстановку [14].

Раніше вважалося, що туризм швидко адаптується до криз та змін, але поточна ситуація показує, що можливі довготривалі та значні зміни, які можуть суттєво вплинути на структуру та тенденції міжнародного туризму [15]. Наразі активно обговорюється нова парадигма розвитку туризму, яка враховує вплив пандемії та включає різноманітні економічні, політичні та поведінкові чинники [16].

Важливим елементом таких програм розвитку є використання прогнозування та раннього попередження криз, оцінка їх впливу та впровадження ефективних антикризових стратегій з боку уряду та компаній [17].

З початком 1950-х років розпочалася нова фаза розвитку міжнародного туристичного ринку. Швидкий ріст туризму сприяли фактори, пов'язані з післявоєнним відновленням економіки та соціальної сфери. Зокрема, зростання населення розвинених країн, підвищення реальних доходів та тривалості відпусток. Розвиток туристичної інфраструктури відбувався завдяки різноманітності попиту та різноманітності пропозиції.

З 1950 по 2005 рік міжнародні туристичні прибутки зменшилися тричі: у 1982 році через спад світової економіки, у 2001 і 2003 роках через активність

міжнародного тероризму. Світова криза 2008-2009 років призвела до четвертого і остаточного скорочення прибутків туризму до 2020 року. Проте відновлення туристичної галузі відбулося дуже швидко, і доходи міжнародного ринку вийшли на рівень до кризи, який був у 2010 році.

У європейському туризмі в 2019 році частка за критерієм "туристичні прибуття" становила 51%, а за експортом туристичних послуг - 39% (доходи від туризму). Більшість європейських країн мають розвинену туристичну інфраструктуру та достатню кількість рекреаційних зон для різних видів туризму (гірськолижний, пляжний, екскурсійний і т.д.). В Європі сконцентровані світові туристичні маршрути, проведені суттєві інвестиції в інфраструктуру, а також ефективна маркетингова діяльність та реклама, налагоджені міжрегіональні зв'язки. Наприклад, у Чехії та Чорногорії туристичний сектор становить половину всіх експортних надходжень. Сучасна Європа є найбільшим туристичним ринком, що виходить на високі позначки серед інших макрорегіонів за абсолютними показниками.

У Євросоюзі більша частина ринку туризму (75%) припадає на країни-члени, такі як Франція, Німеччина, Іспанія та Італія. Ці країни входять до десятки провідних у світі за туристичними надходженнями. За даними бази даних Кноета, прямий внесок туристичної галузі у ВВП Євросоюзу склав 3,87% у 2018 році [24]. До ЄС входять країни, де туризм має найвищий внесок у ВВП: Австрія (7,71%), Португалія (7,1%) та Греція (8,48%). Проте європейські країни не можуть конкурувати зі світовими лідерами, такими як Мальдіви (32,49%), Макао (50,28%) та Сейшели (27,22%) за цим показником. У цілому, така ситуація є прийнятною, оскільки європейська економіка різноманітна, і концентрація лише на туризмі виключила б інші галузі економічної діяльності в секторі виробництва та послуг, що є неможливим у сучасних умовах.

Оцінку європейського туризму можна провести, враховуючи не лише прибуття туристів, але й їх витрати та доходи, а також за допомогою

комплексних показників. Один із таких комплексних показників - індекс конкурентоспроможності сфери туризму (Travel & Tourism Competitiveness Index – TTCI) [18], який розраховується щорічно. Він оцінює конкурентоздатність країни за семибальною шкалою, враховуючи 90 різних показників, які поділяються на чотирнадцять груп з різною вагою. На основі цих даних розраховуються чотири субіндекси, що визначають загальний індекс конкурентоспроможності сфери туризму.

У 2019 році експерти Всесвітнього економічного форуму оцінили конкурентоспроможність європейського туризму та виділили ключову роль, яку він відіграє. Шість європейських країн потрапили до топ-10, причому Іспанія, Франція та Німеччина зайняли найвищі позиції в рейтингу [19].

Важливо відзначити, що ці результати були актуальні до початку пандемії коронавірусу. Проте багато експертів вказують на негативні тенденції у розвитку туризму, особливо на європейському ринку. Звіт Всесвітнього економічного форуму аналізував та підтвердив вплив "овертуризму", який спостерігався з 2015 року і став об'єктом дослідження для багатьох науковців [20]. Цей термін вказує на перевантаження туристичних центрів або регіонів через велику кількість туристів, що призвело до погіршення якості життя місцевого населення та негативного сприйняття самими мандрівниками.

"Овертуризм" стає відчутним у контексті підвищення економічного впливу галузі туризму, яке виявляється у зростаючих надходженнях з ефектом мультиплікатора. Це вимагає від урядів більшості європейських країн стимулювати туристичну активність. Проте це стимулювання може призвести до надмірного навантаження на інфраструктуру та викликати незадоволення серед місцевого населення, яке часто вимагає введення обмежувальних заходів.

Наприклад, мешканці Барселони у 2018 році влаштували протести на туристичних пляжах та розмалювали антитуристичні графіті. Їх незадоволення полягало в тому, що одна з головних пам'яток міста - парк

Гуеля - перетворився з громадського простору на зону, яка в основному була заповнена туристами (річна кількість відвідувачів парку перевищувала 9 млн. осіб). За результатами опитувань, 60% населення настоювало на необхідності обмеження туристичних потоків, вважаючи, що Барселона вже досягла свого потенціалу для майбутнього розвитку туризму.

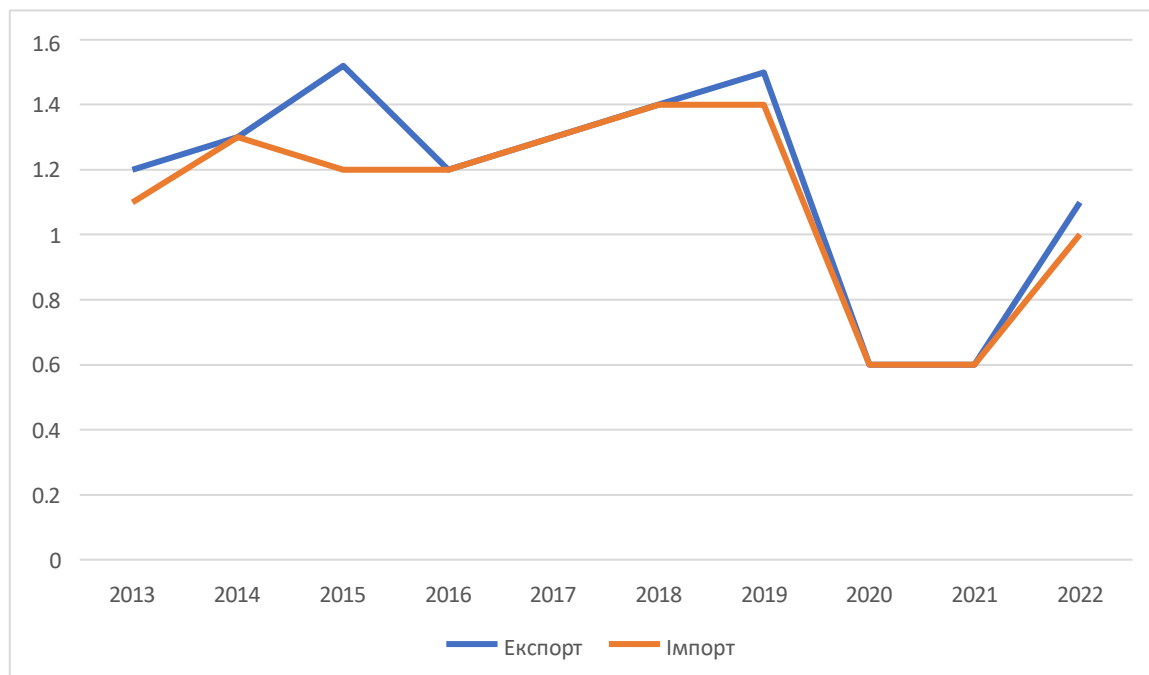


Рисунок 2.1 – Динаміка експорту та імпорту туристичних послуг ЄС за 2013-2022 рр., млрд. дол. [21]

Виходячи з рис.2.1 очевидним, є поступове збільшення попиту на туристичні послуги, як в експорті так і в імпорті, винятком став лише ковідний 2020 рік, але починаючи з 2021 ми можемо спостерігати зростання, яке продовжилося у 2022 році.

Упродовж періоду 2000-2020 років європейський туризм розвивався швидко (з винятком спаду під час світової економічної кризи), що свідчить про невелику, але стійку динаміку зростання в цьому конкретному секторі. Місячне спостереження Євростату за критеріями ринкового зростання та аналіз різних показників протягом двох десятирічних періодів (з врахуванням криз 2009 і 2020 років) підтверджує стабільний розвиток.

У 2020 році криза справила найбільший вплив на європейський туристичний ринок за всю його історію. За даними UNTWO, кількість міжнародних поїздок до Європи в порівнянні з 2019 роком скоротилася на 65%. Варто відзначити, що кінцевий вплив цієї динаміки залежить від того, наскільки швидко закінчиться пандемія, тривалості карантинних обмежень, підтримки уряду галузі та здатності туристичних компаній протистояти кризі. Швидкість спаду визначається мірою залежності конкретної країни від світового туризму та швидкістю переорієнтації туристичних потоків на внутрішній ринок.

У сучасній ситуації прогнозувати майбутній розвиток туристичної галузі складно. Однак результати більшості світових онлайн-платформ, міжнародних інформаційних агентств, які спеціалізуються на розвитку подорожей, а також більшість європейських постачальників передових технологій дозволяють спрогнозувати тенденції розвитку міжнародного туризму на найближчий період.

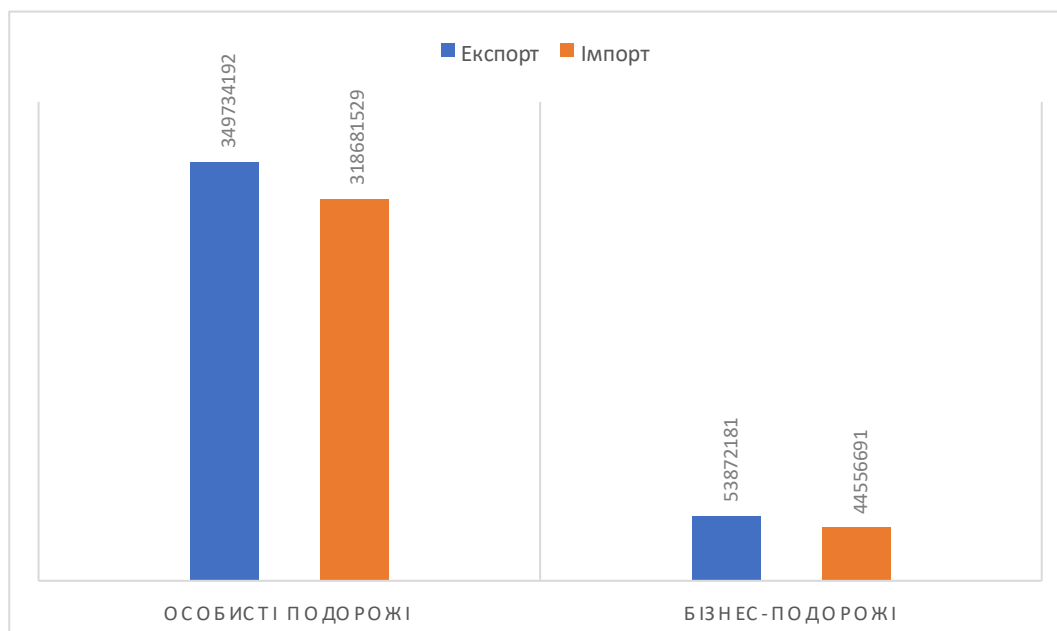


Рисунок 2.2 – Структура експорту та імпорту туристичних послуг ЄС за 2022 рр., тис. дол. [21]

Важливе дослідження було проведено онлайн-платформою Booking.com, яка спеціалізується на туризмі. У ньому взяли участь 24000

туристів з 31 країни. Результати були підтверджені власними даними та висновками за останні 25 років, що дозволило спрогнозувати зміни у сприйнятті подорожей на найближчий час.

Дослідницьке агенство Skift, яке спеціалізується на подорожах, та компанія Amadeus, яка надає інноваційні технології, провели своє власне дослідження. За його результатами, кожного року 1,6 млрд. туристів користуються послугами туристичних агентств, авіакомпаній, готелів та інших постачальників у сфері туризму. Аналіз онлайн-платформ та інформаційних агенств дозволяє виявити можливі зміни, які очікують туристичну галузь у найближчі роки. Деталі представлені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Очікувані зміни у туристичній галузі згідно з проведеним аналізом онлайн-платформ та інформаційних агентств [22]

Booking.com	Amadeus	Skift
подорожі виступають методом турботу про себе, розділення роботи та відпочинку, відновлення балансу та ритму життя	подорож як нове джерело натхнення	підвищення цінності та значущості подорожі
найбільше задоволення отримується через подорожі	варто жити в моменті	тривалість подорожі стане довшою
розширюється коло спілкування	популяризація екотуризму	популяризація недалеких мандрівок, розвиток сільського та природного туризму, вивчення найближчих культурних пам'яток
виробляється гнучкість та імпровізація	повернення ділових подорожей	подорожі з компанією друзів, діловий туризм
підтримка місцевого населення	інтерес до інноваційних варіантів подорожі	розвиток власних островів круїзних компаній; відбуватиметься поділ між напрямками бізнесу; з'явиться абонемент на подорожі

З таблиці 2.1 видно, що передбачаються наступні зміни:

- Зростання цінності та попиту на подорожі, особливо на віддалені відстані.

- Розвиток екотуризму, акцент на підтримку місцевого населення, зростання популярності коротких відстаней, популяризація сільського та природного туризму.
- Збільшення подорожей у компанії друзів та розширення соціального кола спілкування, а також повернення бізнес-подорожей.
- Використання інноваційних технологій, гнучкість та поділ бізнес-сфер.
- Впровадження абонементів на подорожі, створення власних курортів круїзними компаніями та інші.

З розвитком науково-технічного прогресу та цифровізації з'являються нові напрямки, послуги та тренди, які з кожним днем знаходять все більший попит серед споживачів. Консультаційні послуги найчастіше надаються онлайн, що є зручним як для клієнтів, так і для туристичних компаній. Залежно від потреб і бажань подорожуючих з'являються нові форми туризму. Для сприяння розвитку туристичної галузі застосовуються маркетингові стратегії, включаючи активне використання соціальних мереж для реклами та популяризації нових послуг.

Головний принцип, який впливає на рішення туриста щодо вибору нового продукту або послуги, - це його потреби та бажання, а кінцева мета - їхнє задоволення. Серед основних чинників, що уповільнюють зростання туристичного потоку, можна виділити: обмеження на рівні національному та міжнародному пересуванні, повільну вакцинацію та конкуренцію між країнами за доступ до вакцин, нестабільність глобальної економічної системи (криза, спричинена пандемією, що ускладнила відновлення та фінансову стабільність), відсутність спільних дій між урядами країн, недовіра споживачів до туристичних послуг та повільне відновлення авіасполучень. Зазначений чинник - обмеження у пересуванні - відіграє ключову роль у відновленні міжнародного туристичного потоку. Важливо враховувати різні сценарії розвитку подій, проте вони можуть бути недостатньо успішними

через поширення нового штаму вірусу (рис. 2.3), що негативно впливає на вихід з карантину в багатьох країнах Європи та світу.

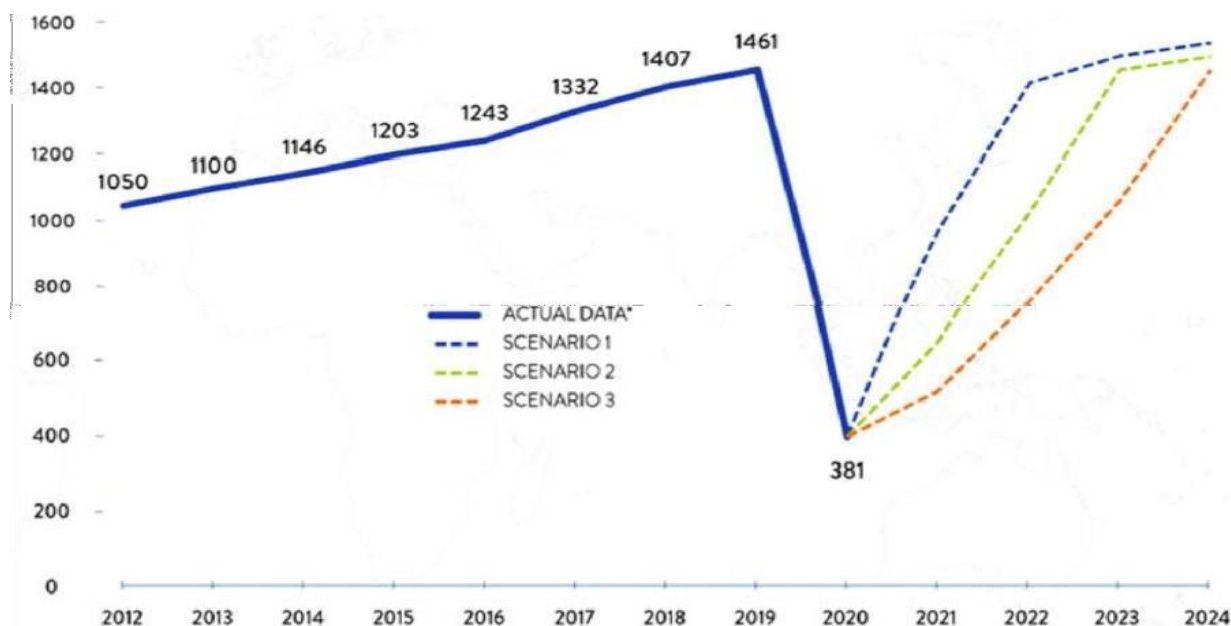


Рисунок 2.3 – Сценарії відновлення туристичних потоків ЄС до 2024 року

Джерело: складено автором на основі [23]

Обмеження у пересуванні є важливим чинником, який впливає на відновлення міжнародного туристичного потоку. Розвиток подій залежить від сценарію, проте новий штам вірусу ускладнює цей процес (див. рис. 2.3), негативно впливаючи на вихід з карантину в багатьох європейських країнах та інших частинах світу.

З урахуванням умов функціонування міжнародного туризму як важливого компонента глобальної економічної системи, важливо відзначити такі тенденції: соціальне дистанціювання під час подорожей, активне впровадження сталого туризму, спрямованість на індивідуальний туризм (FIT-туризм), зміни в популярних туристичних напрямках та вподобаннях щодо перевезень [24].

Протягом останніх років змінилися погляди на загальний спосіб життя, і це також вплинуло на туристичну галузь. Постійні зміни в правилах та вимогах безпеки стали новим нормативом для всього суспільства.

Сьогодні ми спостерігаємо зростання потреби у використанні інноваційних технологій, що впливає на екологічну ситуацію. Пандемія коронавірусу також вплинула на всі сфери життя і наголосила на необхідності оцінки очікувань туристів, яка безпосередньо впливає на стратегії розвитку туристичних компаній.

Міжнародна туристична індустрія стикається з кризою, що призводить до втрат мільярдів прибутків у всьому світі. У результаті проведеного дослідження було встановлено, що немає єдиного оптимістичного сценарію розвитку, оскільки існуючі загрози уповільнюють процес відновлення галузі на глобальному рівні.

2.2 Конкурентне позиціонування гравців світового ринку туристичних послуг

У 2021 році міжнародний туризм відзначився зростанням на 4%, принісши додаткові 15 млн. міжнародних туристичних прибутків у порівнянні з 2020 роком. Проте, залишився на 72% нижче від рівня до пандемії у 2019 році. Пандемічний рік 2020 спричинив спад міжнародних подорожей на 73%, що стало найгіршим роком у історії туризму через COVID-19.

У другій половині 2021 року міжнародний туризм трохи відновився, хоча кількість міжнародних прибуттів скоротилася на 62% у третьому та четвертому кварталах порівняно з аналогічними періодами 2019 року. Зростання рівня вакцинації та послаблення карантинних обмежень сприяли відновленню міжнародного туризму.

Європа, Північна і Південна Америка зафіксували найвищі показники в порівнянні з 2020 роком, зростання кількості прибуттів склало 19% і 17% відповідно. Проте вони залишаються на 62% і 63% нижче рівня 2019 року.

Згідно з оцінками, економічний внесок туризму (прямий валовий внутрішній продукт від туризму) у 2021 році становив 1,9 трильйона доларів США, що на 1,6 трильйона доларів США вище, ніж у 2020 році, але значно нижче показника до пандемії у 3,5 трильйона доларів США [26].

На світовому ринку туризму існує сильна конкуренційна боротьба між країнами. Перевагу отримує та країна, яка має багатий туристичний потенціал, розвинуту туристичну інфраструктуру і може надати різноманітні та якісні туристичні послуги за різними ціновими пропозиціями. Для задоволення майбутніх потреб в галузі туризму, важливу роль відіграє партнерство між державними та приватними секторами.

Аналізуючи сучасні тенденції міжнародного туризму, можна сказати, що туризм може стати каталізатором для економічного сектору, особливо в країнах з сприятливими природними умовами та розвиненою інфраструктурою. Туристична галузь нині стала більш гнучкою, креативною та, в певному сенсі, зазнала змін порівняно з періодом до пандемії коронавірусу, що стало важливим фактором для майбутнього розвитку.

Розвиток міжнародного туризму сприяє економічному зростанню країни та сприяє мирним процесам. Тому міжнародний туризм слід розглядати як фактор, що сприяє економічним відносинам між країнами. За даними аналітичних досліджень та звітів таких відомих компаній, як Mastercard та Euromonitor International, був складений рейтинг найбільш відвідуваних міст у світі у 2022 році (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Найбільш відвідувані міста світу у 2022 році (ТОП-10), млн. іноземних туристів [27]

Ранг	Місто	Держава	Кількість іноземних туристів, млн. осіб
1	Гонконг	Китай	26,6
2	Бангкок	Таїланд	21,2
3	Лондон	Великобританія	19,2
4	Сінгапур	Сінгапур	16,6

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4
5	Макао	Китай	15,4
6	Дубай	ОАЕ	14,9
7	Париж	Франція	14,4
8	Нью-Йорк	США	12,7
9	Шеньчжень	Китай	12,6
10	Куала-Лумпур	Малайзія	12,3

Найбільш відвідуване місто світу у 2022 році - Гонконг. Цей вражаючий мегаполіс у південно-східній частині Китаю приваблює більше 5 млн. туристів щорічно, випереджаючи найближчого конкурента - Бангкок, який ще недавно утримував лідерство. За прогнозами експертів, цей фінансовий центр світового рівня може очікувати понад 31 млн. відвідувачів у найближчі роки, а до 2025 року ця цифра може сягнути 44 млн.. Щодо Лондона, це найбільш відвідуване місто у світі серед європейських країн. Невдовзі столиця Великої Британії може очікувати понад 20 млн. гостей, а до 2025 року ця кількість може зрости до понад 25 млн..

Таблиця 2.3 – Міжнародна конкурентоспроможність регіонів світу у сфері туристичних послуг 2021 рік [26,с.204]

Регіон світу	Експорт, млрд.дол.	Частка на світовому туристичному ринку, %	Показник конкурентоспроможності туристичного виробництва
Європа	2214,8	52,1	1,25
Америка	845,9	27,3	1,72
АТР	1188	15,6	0,70
Решта світу	1096	5	0,24

З таблиці 2.3 можна відзначити, що хоча Європа має очевидне лідерство в сфері туризму, конкурентоспроможність її туристичної індустрії трохи поступається сектору Нового Світу через великий вплив останнього на світовий експорт. Слід врахувати, що показники конкурентоспроможності туристичної продукції країн і регіонів світу за методикою коефіцієнтів RCA є

відносними, вони відображають співвідношення середнього туриста до можливостей подорожувати у певний регіон світу, не враховуючи реальні географічні відстані, відмінності у доходах туристів та місцевого населення, інші зовнішні впливи (політичні, економічні, екологічні тощо).

В наші дні, основним та широко визнаним показником для оцінки конкурентоспроможності туристичної галузі країн у світі є Індекс Розвитку Туризму та Подорожей (TTDI - Travel & Tourism Development Index). Цей індекс був введений у 2021 році як удосконалена версія методики розрахунку Індeksu Конкурентоспроможності Туристичної Галузі Країн (TTCI - The Travel & Tourism Competitiveness Index), який розраховується протягом останніх п'ятнадцяти років, з 2007 року.

З початку 2009 року проводиться оцінка конкурентоспроможності та розвитку туристичної галузі кожні два роки, що призводить до публікації відповідного рейтингу. У 2007 році був опублікований перший рейтинг, в який увійшли 124 країни світу, у 2008 році - 130 країн, у 2009 році - 133 країни, у 2011 та 2019 роках - 140 країн, у 2015 році - 141 країна, у 2017 році - 136 країн, а в 2021 році - 117 країн. У останньому рейтингу розвитку туристичної галузі (TTDI) на 2021 рік, в зазначений перелік не увійшли такі країни, як: Алжир, Бруней, Буркіна-Фасо, Бурунді, Демократична Республіка Конго, Ефіопія, Есватіні, Гамбія, Гвінея, Гаїті, Іран, Ямайка, Ліберія, Мавританія, Мозамбік, Норвегія, Оман, Російська Федерація, Сейшельські Острови, Уганда, Україна, Зімбабве та Тайвань [20].

Ці країни, які не увійшли до останнього рейтингу розвитку туристичної галузі, можуть мати різні причини для відсутності у списку. Наприклад, деякі з них можуть мати обмежений доступ до даних або недостатньо розвинені системи збору статистики та звітності.

Рейтинг рівня розвитку туристичної галузі за останні сім років (2015-2021 рр.) наведено в табл.2.4.

Таблиця 2.4 – Рейтинг рівня розвитку світової туристичної галузі за 2015-2021 рр. [26]

№	2015 рік		2017 рік		2019 рік		2021 рік	
	Країна	ТТСІ	Країна	ТТСІ	Країна	ТТСІ	Країна	ТТСІ
1	Іспанія	5,31	Іспанія	5,43	Іспанія	5,4	Японія	5,2
2	Франція	5,24	Франція	5,32	Франція	5,4	США	5,2
3	Німеччина	5,22	Німеччина	5,28	Німеччина	5,4	Іспанія	5,2
4	Велика Британія	5,12	Японія	5,26	Японія	5,4	Франція	5,1
5	США	5,12	Велика Британія	5,2	США	5,3	Німеччина	5,1
6	Швейцарія	4,99	США	5,12	Велика Британія	5,2	Швейцарія	5
7	Австралія	4,98	Австралія	5,1	Австралія	5,1	Австрія	5
8	Італія	4,98	Італія	4,99	Італія	5,1	Велика Британія	5
9	Японія	4,94	Канада	4,97	Канада	5,1	Сінгапур	5
10	Канада	4,92	Швейцарія	4,94	Швейцарія	5	Італія	4,9

З таблиці 2.4 видно, що високий рівень розвитку туристичної галузі виявляється в країнах Європи та Північної Америки. Іспанія, Франція, Німеччина, Велика Британія та США постійно входять до першої п'ятірки у рейтингу за останні роки.

За період з 2015 по 2021 рік варіювання ТТСІ (індексу розвитку туризму) в цих країнах було невеликим, що свідчить про стабільність туристичного сектору у цих країнах.

Японія та Швейцарія також показують стабільний високий рівень розвитку туристичної галузі.

Країни, які входять до першої десятки у рейтингу, мають велику кількість туристичних ресурсів, розгалужену туристичну інфраструктуру та надають різноманітні якісні туристичні послуги.

Ці країни також активно працюють над збереженням та покращенням своєї туристичної привабливості, що допомагає їм утримувати високі позиції у рейтингу. Загалом, дані таблиці свідчать про те, що країни з розвинутою туристичною індустрією активно працюють над збереженням своїх лідерських позицій та подальшим вдосконаленням туристичного сектору.

2.3 Трансформація світового ринку туристичних послуг під впливом глобальних викликів

У сучасному світі туризм є однією з найбільш розвинених галузей економіки, яка реагує на будь-які зміни на ринку. Аналізуючи трансформацію міжнародних туристичних потоків, важливо враховувати, що туризм став неот'ємною частиною життя для більшої третини населення. Додатково, його внесок у міжнародну торгівлю товарами та послугами перевищує 10%, і він посідає третє місце після експорту нафти та автомобілів. Для країн, таких як Австрія, Чехія, Швейцарія, Угорщина, Франція, Італія та Португалія, туризм є однією з найбільш перспективних галузей промисловості, що приносить від 15% до 35% надходжень у валовий національний дохід.

За даними експертів у галузі туризму працює понад 100 млн. людей, що означає, що кожна 16-та робоча місце пов'язана з туризмом, а кожна восьма працездатна людина працює у цій галузі [30, с.309]. Глобалізація суспільного життя призвела до посилення взаємодії, консолідації, злиття та інтеграції, а також міжнародної співпраці між фірмами у галузі туризму та державними органами.

За даними публікації UNWTO у 2018 році, кількість міжнародних туристичних прибуттів зросла на 3,9%, досягнувши 1235 млн. доларів, що на 46 млн. доларів вище, ніж у попередньому році. Зростання кількості прибуттів в міжнародний туризм коливалося від 3,5% до 4,5% щорічно, що вказує на тривалий розвиток світового туризму до 2030 року [31].

У 2018 році ключові фактори, які вплинули на туристичні потоки, включали часті коливання валютних курсів, різке зменшення цін на нафту та інші сировинні товари, а також серйозні проблеми у сфері світової безпеки.

За даними UNWTO, в Африканському, Азійському та Тихоокеанському регіонах спостерігалось зростання туристичних прибуттів на 8%, у той час як найбільший європейський регіон відзначив зростання всього на 2%. У північноамериканському регіоні кількість прибуттів збільшилася на 4,3%, а в Близькому Сході відбулися нерівномірні зміни, зменшившись на 4,1%, що в основному пов'язано з нестабільною геополітичною ситуацією в регіоні, спричиненою збройним конфліктом у Сирії (рис. 2.4).

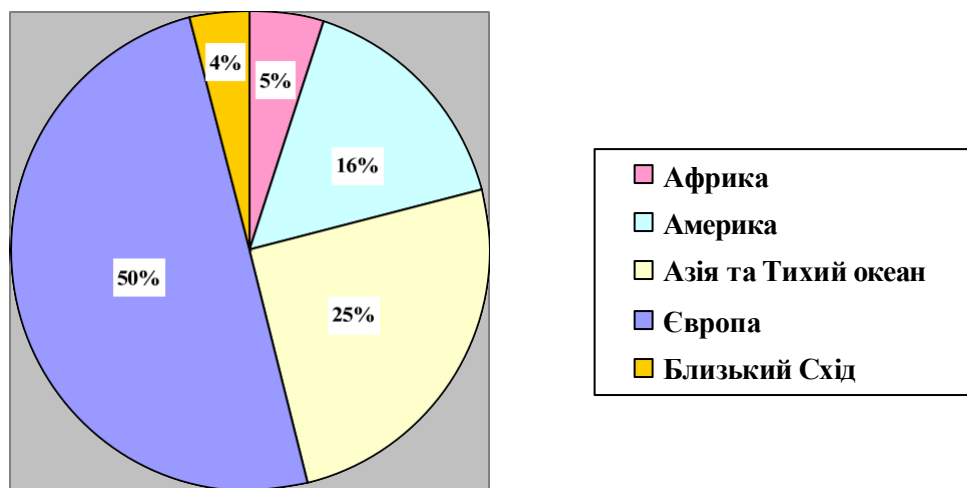


Рисунок 2.4 – Розподіл туристичних потоків за субрегіонами UNWTO у 2020 році

Джерело: складено автором на основі [28]

За даними UNWTO, розподіл кількості держав-членів за регіонами є таким: Африка - 32%, Європа - 27%, Америка - 16%, Східна Азія та Тихий океан - 12%, Близький Схід - 8%, Південна Азія - 6%. Прогнозується, що до

2025 року загальна кількість міжнародних туристичних прибуттів зросте до 1,6 млрд. осіб. З них 1,2 млрд. припадає на внутрішньо-регіональний туризм, а решта 0,4 млрд. будуть поїздки на далекі відстані [28].

Темпи зростання в регіонах Азії (Тихий океан, Близький Схід та Африка) перевищують 5% щорічно, що більше, ніж середній показник у 4,1%. Прогнозується, що темпи зростання в найбільш розвинутих районах Європи та Америки будуть нижче середньосвітових показників.

Незважаючи на суттєве скорочення частки Європи з 60% до 40% у 2019 році, цей регіон залишається абсолютним лідером. У 2021 році три основних регіони для туристів були Європейський (719 млн. осіб), Азіатсько-Тихоокеанський (398 млн. осіб) та Американський (285 млн. осіб). На сьогодні міжміський туризм розвивається швидше, ніж внутрішньо-регіональний, та до 2025 року прогнозується, що темпи його зростання складуть 5,4%, тоді як внутрішньо-регіональний зменшиться до 3,8%. У результаті відбудеться зміна співвідношення між внутрішньо-регіональним та туризмом на далекі відстані, яке складе 76:24 у 2025 році (у 1995 році цей показник становив 82:18) [28].

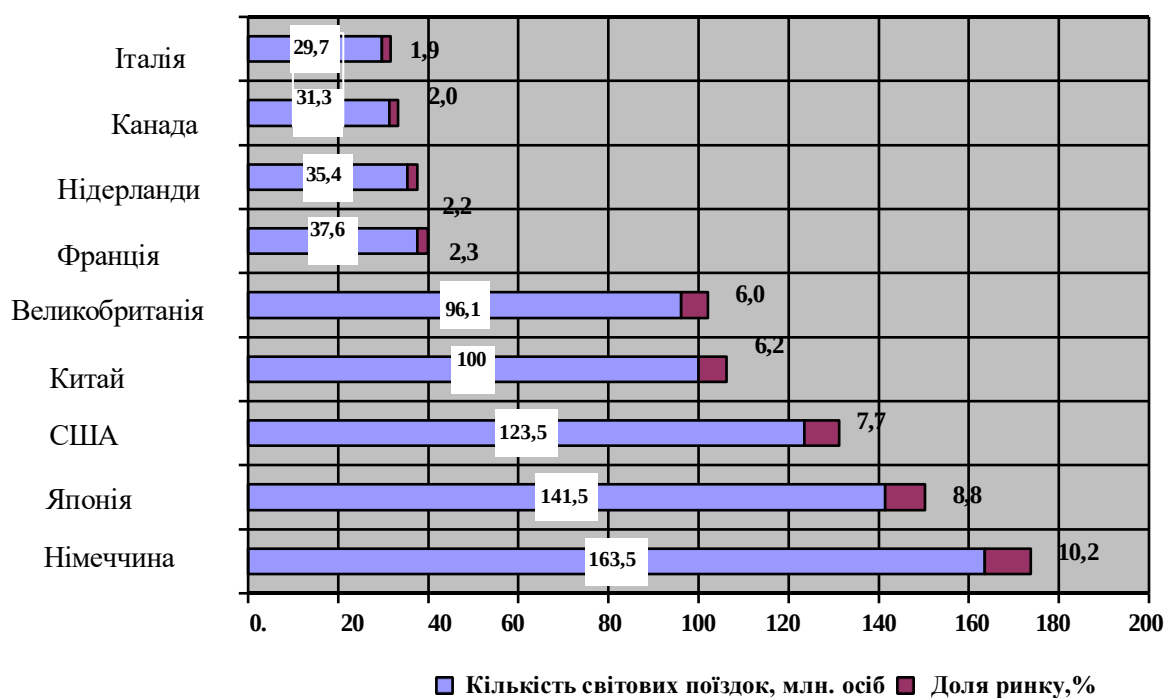


Рисунок 2.5 – Прогнозовані країни-лідери виїзного туризму до 2025 року (за кількістю поїздок та часткою ринку)

Джерело: складено автором на основі [28]

Найбільша кількість світових туристів - представники промислово розвинутих країн. У Європі основні споживачі закордонних готельних та туристичних послуг - це громадяни Великобританії, Італії, Німеччини, Фінляндії, Нідерландів та Франції; в Америці - Канада, Мексика та США; в Азії - Японія, Південна Корея та Сінгапур. Згідно з прогнозами, виїзний туризм матиме тенденцію до зростання. Країни, що відомі своїми туристичними потоками, включають Китай, США, Німеччину, Японію, Францію, Канаду, Нідерланди та Італію (рис. 2.5).

Прогнозується, що Китай стане провідною країною за кількістю туристів до 2025 року, досягнувши 137,1 млн. осіб. На другому місці будуть США (102,4 млн. осіб), а на третьому - Франція (93,3 млн. осіб) та Іспанія (71 млн. осіб). Витрати туристів без урахування витрат на авіап перевезення зростуть до 5 млрд. доларів США на день (рис.2.6).

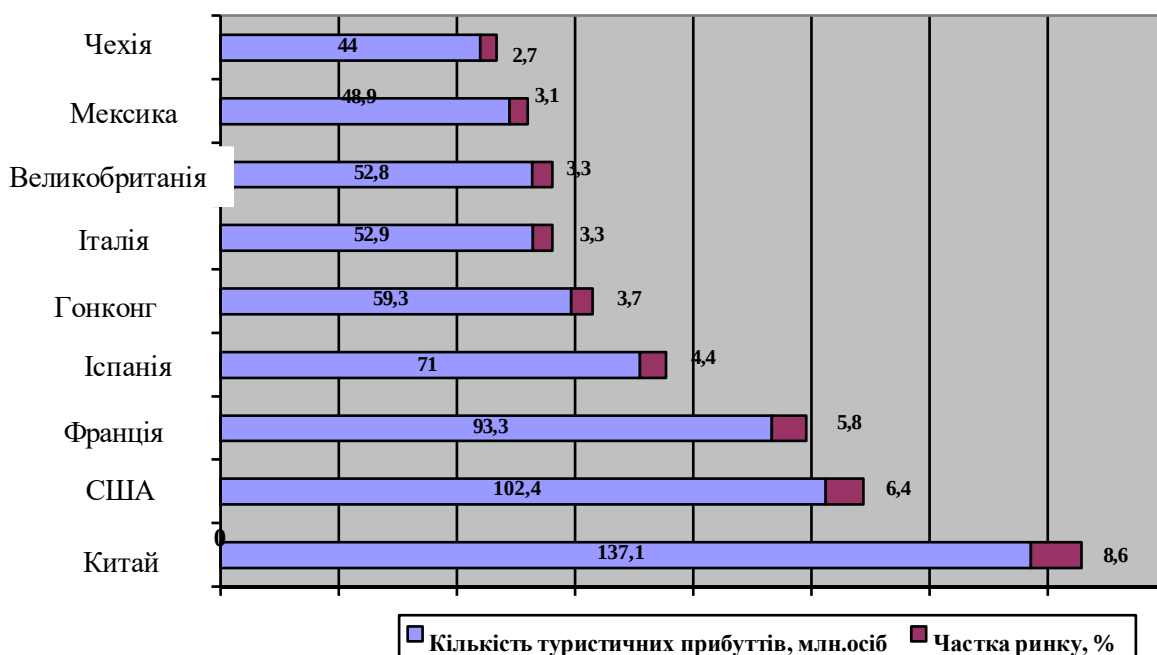


Рисунок 2.6 – Рейтинг країн-лідерів в'їзного туризму у 2020 році

Джерело: складено автором на основі [28]

З рис. 2.7. очевидним є той факт, що найбільш швидкими темпами зростає туристичний ринок в Азії, бо лідерами є Китай та Гонконг, але країни Європи продовжують залишатися важливими гравцями на цьому ринку.

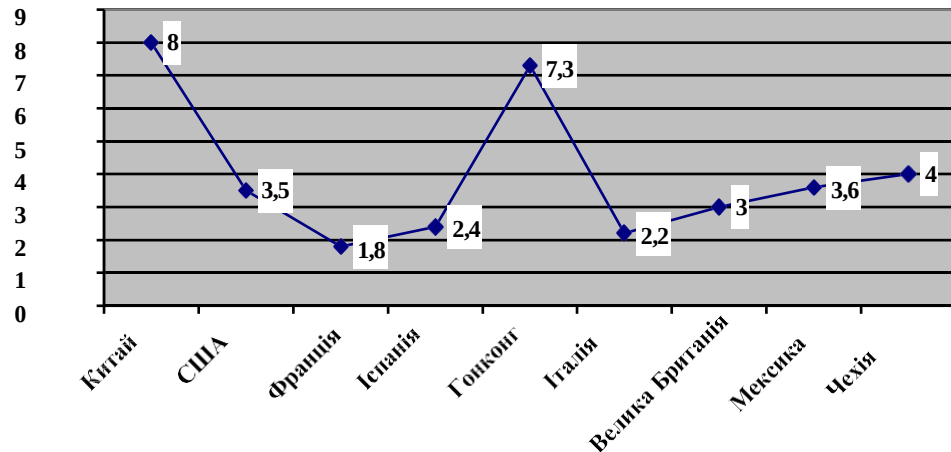


Рисунок 2.7 – Тенденція розвитку туризму в світі у 2020 році

Джерело: складено автором на основі [28]

Прогнозується, що у 2022 році Європа залишиться лідером на міжнародному туристичному ринку, оскільки різні світові регіони розвиваються нерівномірно. Азіатсько-Тихоокеанський регіон посідає друге місце через швидкі темпи його розвитку, а Америка третє місце. У 2020 році частка в'їзного туризму в загальній картині міжнародного туристичного бізнесу перевищила 30% через стрімкий його розвиток (рис.2.7).

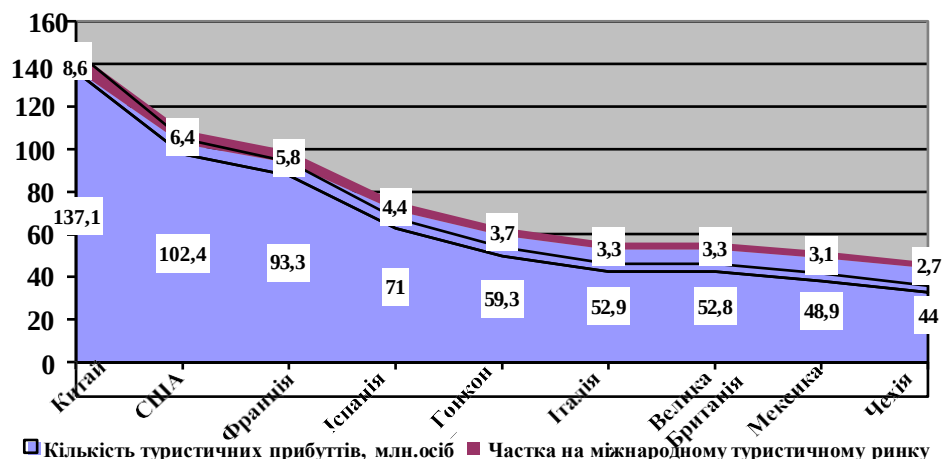


Рисунок 2.8 – Тенденція розвитку міжнародного туризму у 2022 році

Джерело: складено автором на основі [28]

За допомогою рис. 2.8 можна визначити найпопулярніші напрями, серед яких Китай продовжує займати провідне місце, як і на всіх попередніх рисунках, проте слід враховувати швидку динаміку змін на ринку в цілому та детально розглянути динаміку країн.

Аналізуючи зміни міжнародних туристичних потоків з урахуванням прогнозів UNWTO та загального світового ринку, можна виділити наступні тенденції:

- Збільшення вартості мандрівок, перш за все, у зв'язку зі зростанням вартості транспорту. Подорожі будуть частішими, але менш тривалими, оскільки загальна вартість мандрівки зменшиться. Чим вищий рівень комфорту та якісного відпочинку шукає турист, тим більше він буде витрачати.
- Підвищена конкуренція серед європейських країн за приток туристів вимагатиме поліпшення рівня надання туристичних послуг.
- Зростання кількості поїздок з Європи до Америки, Азії та Океанії.
- Збільшення використання авіатранспорту завдяки наявності прямих рейсів.
- Розвиток інноваційних технологій призведе до скорочення терміну бронювання.

Аналізуючи тренди міжнародних туристичних потоків, можна відзначити, що вплив глобалізації на світовий туризм посилюється завдяки збільшенню внеску міжнародного туризму у платіжний баланс країн, зростанню рівня зайнятості, економічним змінам та ефективному використанню рекреаційних ресурсів. У майбутньому туристичний сектор буде проїмати трансформації, розширюватися та змінюватися. З урахуванням цифровізації можлива нестабільність, оскільки те, що працює сьогодні, може втратити актуальність у майбутньому. Важливо приділити увагу соціальним аспектам, які є ключовими факторами в розвитку туризму.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

3.1 Перспективне прогнозування розвитку світового туристичного ринку

Туристичні зв'язки в світових державних відносинах стали вкрай популярним явищем, а доходи від туристичної галузі на сьогодні є однією з найзначущих складових так званого "невидимого експорту". Для багатьох людей подорожі в інші країни та відвідування різних міжнародних місць стали не тільки способом проведення відпочинку, але й формою розваг та пізнання.

Дохід від туристичної діяльності складає 500 млрд. доларів США у світовому масштабі, при цьому основну частку цього доходу створюють США та країни Західної Європи. Навіть при нестійкій економіці та військових конфліктах у світі, розвиток туризму продовжується, виступаючи як стабільний елемент економічного балансу різних країн. Наприклад, в Австрії близько 80% дефіциту економіки компенсується прибутками від іноземного туризму, що сприяє позитивному сальдо платіжного балансу на рівні 120-130%.

У європейських країнах туризм визначає значну частку галузі, таку як 4,3% в Іспанії, 6,4% в Греції, понад 7,0% в країнах Центральної та Східної Європи, та навіть 25% в Республіці Кіпр. У порівнянні з цим, внесок туризму у валовий внутрішній продукт України становить менше 1%. Співвідношення між іноземними туристами та туристами, які виїжджають з України, складає 1:10, хоча для позитивного впливу це співвідношення має бути 1:3.

У світовому туризмі проглядається тенденція, за якою найбільше туристів припадає на Європу - 74,2%, Північну Америку - 16,7%, Латинську Америку - 3,2%, Близький Схід - 3,4%, Африку - 1,8%, Азію та Австралію - 1,7%. В розподілі валют переважають країни Європи - 62,4%, Північної Америки - 16,4%, Латинської Америки - 11,7%, Африки - 2,5%, Азії та Австралії - 4,5%, Близького Сходу - 2,5% [29, с.1].

Для багатьох провідних країн світу доходи від іноземного туризму стають основним джерелом іноземної валюти, використовуючись у економіці для різноманітних цілей, таких як покупка товарів та послуг.

Створення національного ринку туристичних послуг та розвиток туристичної індустрії відображаються у структурі територій туристичного ринку України та заповненні географічного простору. Це включає організацію місцевих ринків та подальшу структуризацію територій та територіальних ринків, об'єднаних у єдиний процес спеціалізації конкретних послуг. Головні координатори туристичної сфери, такі як Київ, Харків, Дніпропетровськ, Одеса та Львів, разом із конкретними елементами географічної інфраструктури, повинні взаємодіяти в цій системі [30, с.25-26].

В українському законодавстві туризм визначається як один із пріоритетних напрямків розвитку економіки країни і слугує основою для створення сучасної туристичної політики, орієнтованої на високі європейські стандарти. Державна туристична адміністрація України, здійснюючи державну туристичну політику, об'єднує національні інтереси державних та місцевих органів влади, комерційних та некомерційних організацій, спрямовуючи їхні зусилля на розвиток міжнародного та внутрішнього туризму.

Для зменшення соціально-економічної напруги в галузі та суспільстві загалом необхідно впроваджувати соціальний аспект у туристичну індустрію.

За досвідом Франції та Німеччини рекомендується:

1) розробити 10-річну державну Програму розвитку соціального туризму в Україні;

2) залучати до активного використання туристичних послуг пенсіонерів, військовослужбовців, інвалідів, малозабезпечених та багатодітних громадян через розвиток спеціалізованої туристичної інфраструктури;

3) впроваджувати "культурні картки" для молоді та студентів, що надають знижки на різні туристичні послуги;

4) підтримувати розвиток структур молодіжного туризму та культурного обміну;

5) розбудовувати систему недорогого житла, зокрема хостелів, в туристичних центрах України;

6) забезпечувати умови для сезонного працевлаштування молоді в сфері туризму, створюючи сезонні біржі праці та надаючи пільги студентам;

7) заохочувати місцеві органи влади та підприємців до покращення соціального туризму, надаючи податкові пільги та преференції [31, с.26-29].

Ці механізми мають стимулювати туризм, обмін культурою та молодими спеціалістами по всьому світу, сприяти ефективному розвитку державної політики у туристичному секторі та формувати позитивний імідж України як відкритої для міжнародного співтовариства.

Україна володіє значним потенціалом у сфері туризму, завдяки різноманітним природним і культурним ресурсам, таким як Чорне та Азовське моря, Карпати та Кримські гори, річки, ліси, озера, історичні пам'ятки та національні парки. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу та санаторно-курортних баз сприяє створенню високоякісних умов для відпочинку. Країна знаходиться в зручному місці поруч із визначеними лідерами європейського туризму, має добре розвинені транспортні зв'язки з усіма країнами континенту, а спрощений візовий режим зробив національні туристичні послуги більш доступними для громадян США, Канади, Нової Зеландії, Австралії та країн ЄС. На світовому туристичному ринку Україна

представляється як постачальник різноманітних послуг, таких як відпочинок, культурний, лікувальний та екскурсійний туризм.

Один із прикладів успішного туристичного проекту - програма "Намисто Славутича", яка включає понад 260 екскурсійних маршрутів та більше 100 курортів на основі лікувальних грязей та мінеральних вод. Рекламний маркетинг спрямований на просування сільського та сфери туризму шляхом підвищення інформаційної популярності через картографічні матеріали, каталоги, туристичні видання, інформаційні мережі та аудіовізуальну продукцію. Оцінка позицій України на міжнародному туристичному ринку здійснюється за різними критеріями, такими як політична та соціально-економічна стабільність, загальний імідж країни, рівень безпеки подорожей та розпізнаваність національного туристичного продукту.

Щодо ресурсної бази, у конкретній країні ця база представляє собою унікальне поєднання історико-культурного надбання та характерних умов і резервів. Це створює можливість розробляти туристичний продукт, який відповідає як масовим, так і нешаблонним та елітарним ринкам (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Оцінка результатів реалізації заходів щодо туризму в Україні [32]

Основні заходи розвитку міжнародного туризму в Україні	Термін виконання заходів	Наслідки реалізації заходів
1. Забезпечення підтримки державної та регіональної сфери туризму, приєднання до його розвитку державних установ, підприємства певних осіб.	До 2025 року	1. Забезпечення нових робочих місць. 2. Суміжний розвиток галузей, що пов'язані з туризмом.

Продовження таблиці 3.1

1	3	3
2.Формування конкурентної туристичної сфери ціллю якого є надання відмінних та різноманітних послуг туристам.	Протягом 10 років	1. Забезпечення нових робочих місць. 2. Зростання доходної частини місцевих бюджетів. 3. Піднесення галузей економіки.
3. Використання туристичних запасів для забезпечення пріоритетності в'їзного туризму на основі застосування туристичних запасів та української культурної спадщини.	Протягом 10 років	1. Зростання кількості туристів. 2. Збільшення доходів бюджету у декілька раз.
4. Піднесення інформаційної та маркетингової діяльності.	Протягом 2 років	1. Зростання доходної частини бюджету завдяки податкам. 2. Можливість залучення іноземної валюти та різноманітних інвестицій.
5. Здійснити підвищення фаху кадрів, що задіяні у туристичній сфері.	Протягом 5 років	1. Забезпечення достатнього рівня життя місцевого населення. 2. Зростання валютних надходжень в країну.

Отже, враховуючи аналіз туристичних зв'язків та тенденцій розвитку, можна зазначити постійну присутність туристичних обмінів, незважаючи на схожість туристичних пропозицій. Молдова, Румунія та Польща є країнами-генераторами для субрегіону. Серед найсильніших реципієнтів виділяються Болгарія, Україна, Угорщина та Словаччина. Активна позиція Польщі, Угорщини та Словаччини на світовому туристичному ринку свідчить про стрімкий розвиток індустрії та зростаючий інтерес до послуг іноземного туризму. Україна займає активну позицію на субрегіональному ринку, забезпечуючи значні обсяги туристичних потоків між сусідніми країнами.

В умовах інтеграції України в ЄС туристично-рекреаційне районування виступає як механізм для управлінських рішень, що дозволяє ефективно

планування та інвестиційні вкладення на різних рівнях: в банках, окремих компаніях у сфері туризму та на рівні держави.

Сучасну туристичну галузь можна порівняти з сукупністю підприємств обслуговування та інших компаній, які спрямовані на задоволення попиту на туристичні продукти. Вона працює в умовах конкуренції серед потужних держав з міцною економікою, охоплюючи малі сегменти для розвитку внутрішнього та міжнародного ринків.

Потреба в розвитку туристичної галузі в Україні, яка включає в себе внутрішній та міжнародний туризм, визначена необхідністю збереження природних ресурсів, довкілля, людських здібностей і цінностей, а також розв'язанням проблем зайнятості та безробіття, особливо для малих міст України.

Стосовно стратегії розвитку курортів, важливо враховувати особливості навколишнього середовища. Планування та інвестиційні вкладення повинні враховувати тенденції туризму та рекреаційного ринку. Необхідно зупинити знищення курортно-рекреаційних земель та природних лікувальних ресурсів, створюючи сприятливі умови для залучення інвестицій у туризм та прозору приватизацію збиткових курортів. Це дозволить курортній галузі стати важливим джерелом доходів для державного бюджету.

3.2 Оцінка потенціалу вітчизняного туристичного бізнесу

Для багатьох мешканців України сфера туризму є не лише необхідною складовою повсякденного життя, але і одним із важливих напрямків соціально-економічної діяльності, яка входить до загального комплексу секторів економіки. Цей комплекс включає в себе різноманітні галузі, такі як

транспорт, ресторани, кафе, культурні та розважальні заклади, екскурсії та страхування, що має прямий вплив на сталий економічний розвиток.

Міжнародний туризм, під впливом глобалізації та інтеграції, демонструє значні темпи зростання і виступає основним фактором підвищення конкурентоспроможності країни на міжнародній арені. Великий вплив на обсяг міжнародних туристичних потоків мають глобальні безпекові фактори, що можуть становити загрозу розвитку туристичної індустрії в країні. До таких факторів відносяться геополітична нестабільність у країнах проживання та відпочинку туристів, поява епідемій та пандемій, негативні кліматичні умови та загальний економічний стан країн, які відвідуються.

За період з 2000 по 2013 роки Україна прийняла близько 25 млн. іноземних туристів, увійшла до ТОП-10 головних туристичних напрямків світу і стала отримувачем міжнародних туристів. Проте основні зміни у сфері в'їзного та виїзного туризму відбулися у 2014, 2020 та 2022 роках через світові загрози, які виникали як всередині країни, так і за її межами. На сьогоднішній день динаміка світових туристичних потоків в Україні відзначається стрімким зменшенням обсягів в'їзного та виїзного туризму, що уповільнює темпи розвитку туристичної індустрії.

Відповідно до статистичної інформації, наданої UNWTO та Державною прикордонною службою, можна відзначити зростання кількості в'їзних та виїзних туристів протягом 2009-2013 років. Наприклад, у 2010 році порівняно з 2009 роком приріст збільшився на 2%, а у 2011 році порівняно з 2010 роком - на 1%. Спостерігалися високі темпи приросту іноземних туристів у 2012 році - 7,5% та у 2013 році - 7% [30,31,32].

З початку 2014 року на в'їзний туризм вплинули такі фактори, як економічна та політична нестабільність, що призвело до скорочення маршрутів, відсутність матеріальної бази та негативна інформація про суспільний та політичний стан в Україні [33, с.101].

Для України історико-культурні пам'ятки мають велике значення, що становить основу для розвитку в'їзного туризму. Понад 130 тисяч пам'яток зареєстровано у державному обліку, включаючи пам'ятки історії, археології, монументального мистецтва, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтних. На сьогоднішній день діє понад 60 історико-культурних заповідників, з яких 15 мають статус національних [33, с.22].

Починаючи з 2016 року, порівняно з 2015 роком, кількість в'їзних туристів почала зростати: у 2016 році на 7%, у 2017 році - на 6%, у 2018 році - на 1%. Однак у 2019 році спостерігалось зменшення на 1%. Протягом цього періоду виїзний туризм суттєво збільшився: у 2016 році на 6,5%, у 2017 році - на 7%, у 2018 році - на 6% і у 2019 році - на 5% [33, с.22].

Однією з останніх загроз для міжнародного туризму в Україні стала пандемія коронавірусу та глобальна криза, що суттєво вразила всі сфери економіки, включаючи туристичну. Серед основних тенденцій, що вплинули на розвиток туристичної індустрії, були не лише прямі обмеження, такі як введення карантинних заходів, закриття кордонів, заборона відвідування закладів та скасування авіаперельотів, але й непрямі впливи, які поширилися на суміжні галузі, такі як готельний бізнес, транспорт, кіноіндустрія, медицина та санаторно-курортні послуги.

З 20 квітня 2020 року, внаслідок поширення пандемії коронавірусу, в Україні були введені обмеження, які негативно вплинули на туристичну сферу країни, призвівши до зменшення числа в'їзних та виїзних туристів. Згідно з даними UNWTO та Державної прикордонної служби України, у 2020 році в'їзні туристи скоротилися на 75%, найбільше в березні (на 97%) та квітні (на 96%). Кількість виїзних туристів зменшилася на 61%.

Така ситуація в Україні виникла через впровадження заходів для боротьби з пандемією, що включали введення політики соціального дистанціювання та мобілізацію територій, які були уражені. Ситуація у

міжнародному туризмі в Україні стала покращуватися в першому півріччі 2021 року за даними Державного агентства розвитку туризму.

У I кварталі 2020 року кількість в'їзних туристів склала 1,9 млн. осіб, але через карантинні обмеження цей показник різко знизився на 90,4% до 182 тис. осіб. Покращення спостерігалось у III кварталі 2021 року, коли кількість в'їзних туристів сягнула 1,7 млн. осіб.

Найвищий показник виїзних туристів був у I кварталі 2020 року - 5,6 млн. осіб (зменшення на 88%), але він також суттєво зменшився у II кварталі 2020 року. Максимальне значення виїзних туристів зафіксовано у III кварталі 2021 року - 5,1 млн. осіб [34, с.22].

З початком повномасштабної війни Росії проти України, яка почалася 24 лютого 2022 року, розвиток міжнародного туризму в Україні став об'єктом нової загрози. Наслідки війни становлять ризик для подальшого відновлення туризму в межах країни та в міжнародному секторі, який тільки почав відновлюватися після пандемії коронавірусу. Хоча у січні 2022 року туристична сфера показувала певне відновлення, у березні 2022 року це можливість зникла через геополітичні події, зокрема війну в Україні.

Починаючи з 24 лютого, в'їзний туристичний потік зник на 100%, діловий туризм заморожений, а місцевий туризм перетворився на рух внутрішньо переміщених осіб. Туризм у центральній, східній та південній Україні повністю зупинився.

Воєнні події серйозно вражають туристичний сектор, призводячи до руйнування фінансового, енергетичного та харчового секторів і повного припинення туризму у зазначених регіонах України. Порівнюючи з 2021 роком, виявляється, що більше податків від туристичної діяльності було сплачено в таких областях:

- Львівська (273 млн проти 215 млн у 2021 році);
- Київська (164 млн, порівняно з майже 125 млн);
- Івано-Франківська (159 млн, порівняно з майже 131 млн).

Проте значний спад надходжень спостерігається в Києві (зниження на 46%) та Одеській області (зниження на 58%).

Протягом 2022 року бюджет України зазнав втрат, оскільки надходження від туристичної галузі зменшилися майже на 31%. Пансіонати та гуртожитки, які використовувалися як тимчасовий притулок, сплатили на 46% більше податків. З іншого боку, діяльність турбаз, кемпінгів та дитячих таборів відпочинку призвела до зменшення частки сплаченого податку на 57% - 141 млн грн порівняно з 328 млн грн за 2021 рік. Туристичні оператори в 2022 році сплатили до держбюджету на 35% менше - 167 млн. 858 тис. грн, порівняно з 259 млн. 5 тис. грн у 2021 році.

На даний момент офіційно зареєстровано 99 пошкоджених туристичних об'єктів, проте ці дані не є повними, оскільки є райони, до яких неможливо дістатися та оцінити збитки. Найбільше пошкоджених об'єктів туристичної інфраструктури виявлено в Донецькій (25), Херсонській (21), Харківській (16) та Київській (13) областях.

У 2022 році сума туристичного збору за весь рік становила 178 млн 948 тис. грн, що менше на 24% порівняно з 2021 роком, коли загальна сума турзбору склала 235 млн 461 тис. грн. Падіння відзначено в 14 регіонах, основні з яких перебували або перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані. Наприклад, на Херсонщині сума турзбору зменшилася на 99%, на Миколаївщині - на 99%, на Донеччині - на 100%, на Луганщині - на 100%. Значний спад також відбувся в Одеській (88%), Запорізькій (87%), Харківській (71%), Сумській (78%), м. Київ (54%), Чернігівській (53%), Київській (43%) та Житомирській (24%) областях. Спад на 15% зафіксовано в Дніпропетровській та Рівненській областях.

У зв'язку з внутрішньою міграцією українців з окупованих та прифронтових територій в більш безпечні регіони відзначено зростання туристичного збору. Лідером за сумою туристичного збору у 2022 році стала Львівщина, що склала 41 млн 430 тис. грн і показала приріст на 79% порівняно

з 2021 роком. Столиця поповнила свій бюджет на 31 млн 474 тис. грн, проте ця сума менша більш ніж удвічі порівняно з 2021 роком. Іншими лідерами зі сплати туристичного збору були Закарпаття – 19 млн 471 тис. грн, Івано-Франківщина – 17 млн 956 тис. грн та Черкащина – 12 млн 555 тис. грн.

Війна практично призупинила туристичні потоки до України через страх перебування в більшості регіонів країни, руйнування туристичної інфраструктури, пам'яток, музеїв і обмеження у повітряному просторі. Нині сфера туризму в Україні обмежена, і туристичні підприємства враховують маршрути, які включають карту бомбосховищ чи інших захисних споруд. Крім того, при розробці маршрутів враховується уникнення важливих державних і військових об'єктів [35].

Щодо виїзного туризму, його також серйозно вражає те, що понад 4 млн. осіб емігрували за кордон. Решта населення, яке залишилось в Україні, ймовірно, не буде користуватися послугами туристичних агенцій через економічну кризу, спричинену війною.

У сучасних реаліях і у майбутньому туристична галузь відчує наслідки від завершення війни, оскільки відновлення інфраструктури вимагатиме значних фінансових витрат. Хоча існує можливість, що іноземці не схочуть подорожувати Україною у майбутньому, існують приклади країн, які після війни швидко відбудовувалися і розвивали туризм.

Прикладом такого розвитку є Боснія та Герцеговина, де після конфлікту 1992-1995 років туристичні потоки зросли на 24% щорічно. Ізраїль також є прикладом країни, яка, незважаючи на триваючий конфлікт, продовжує приваблювати іноземних туристів [38].

Для українського регіону, який вирізняється єдиною економічною структурою, настало вкрай важливе завдання виявлення внутрішніх джерел розвитку. У цьому контексті, важливо розвивати галузі, які викликають ефект мультиплікатора, тобто позитивно впливають на суміжні галузі національної економіки, створюючи нові робочі місця, підвищуючи мобільність населення

та сприяючи надходженню коштів до бюджету всіх рівнів, що забезпечує економічне зростання на території.

Головною проблемою розвитку туризму в будь-якому регіоні країни є недостатній рівень розвитку інфраструктури, обмежена доступність послуг, зростання вартості транспорту та недостатньо задовільне навколишнє середовище [42, с.703].

Достатній потенціал держави та велика кількість ресурсів у сферах культури, екології, етнографії та інших видів туризму підкреслюють необхідність створення стійкої туристичної сфери, що може ефективно функціонувати під умовами державного регулювання.

Висновок полягає в тому, що після закінчення війни в Україні можливо виникнення нового виду туризму - воєнного туризму, спрямованого на відвідування місць, пов'язаних із воєнними діями. Однак глобальні безпекові фактори, такі як війна з Росією, впливають на розвиток туризму в Україні, призводячи до зменшення туристичних потоків та великих капіталовкладень для відновлення галузі.

Однак існує безліч прикладів країн у світі, які після обширних воєнних конфліктів стрімко відновлювали та розвивали сферу туризму. Ці країни можуть служити моделлю для відбудови туристичної індустрії в Україні під час післявоєнного періоду.

3.3 Пріоритетні напрями формування конкурентних позицій України на світовому ринку туристичних послуг

Туризм є однією з відзначених галузей світового господарства, яка на сучасному етапі проникає в різні аспекти нашого життя, кардинально змінюючи навколишній світ. Ця галузь рахується однією з найбільших та

найбільш прибуткових галузей економіки, виступаючи позитивним джерелом валютних доходів та впливаючи на платіжний баланс країни.

Успішне просування туристичних продуктів спостерігається в тих регіонах, де туристична політика визначена ефективно. Основною метою цієї політики є збереження єдності та цілісності країни, забезпечуючи баланс національних і регіональних інтересів.

Зазвичай, критерії сталого розвитку туристичних систем включають стійке економічне зростання, виражене збільшенням загальної доданої вартості, створеної системою туризму; сумісність з туристично-відпочинковим потенціалом туристичної системи, оптимізацію екологічного навантаження та відновлення природних ресурсів; підвищення соціально-економічного добробуту місцевого населення та покращення соціального клімату на території, охопленій системою туризму [41, с.253].

Регіони України мають значний потенціал для розвитку туризму, спираючись на природні лікувальні ресурси, наявність функціонуючих туристичних підприємств, історично сформовану рекреаційну інфраструктуру, наявність культурної та історичної спадщини, а також стійкий внутрішній ринок споживання зі швидким рівнем матеріального зростання та розвитку товарів та послуг.

Для підвищення ефективності суб'єктів туристичної сфери та надання їй особливого пріоритету необхідно рішення ряду проблем, які потребують негайного державного регулювання та підтримки.

Для подолання цих проблем необхідно вжити широкого спектру заходів, включаючи реформу інфраструктури, збереження природних ресурсів, поліпшення якості туристичних послуг, забезпечення безпеки та стабільності, підтримку культурної спадщини та ефективну маркетингову стратегію.

Основні чинники, які гальмують розвиток сучасної туристичної індустрії, відображені на рис. 3.1.

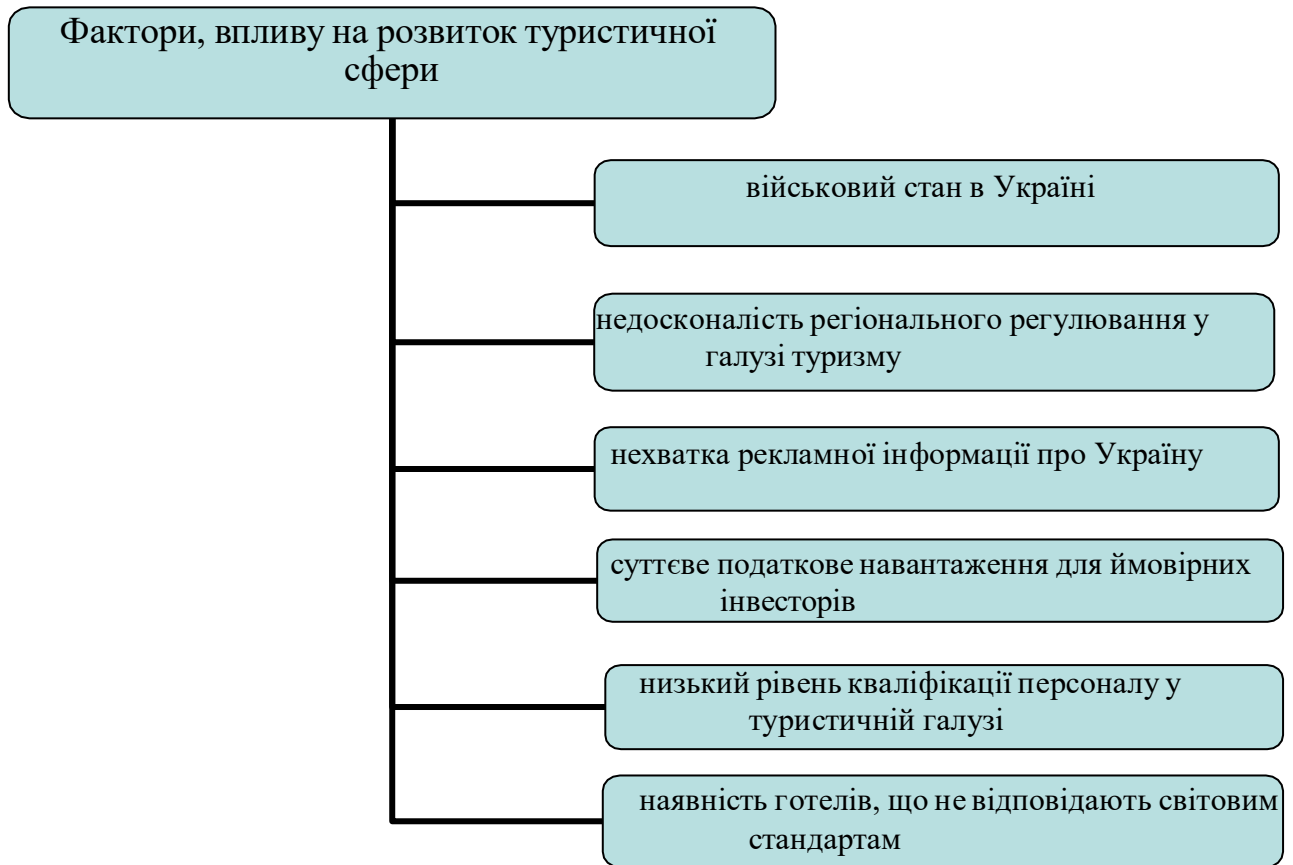


Рисунок 3.1 – Ключові фактори розвитку туристичної галузі України

Джерело: складено автором на основі [36,37]

У 2020 році сучасна галузь туризму зазнала випробувань через кризу, спричинену пандемією коронавірусу, що призвело до заперечливих наслідків для економіки, але найбільше постраждала туристична сфера. Більшість подорожуючих забули про свої подорожі та відпочинок через закриття кордонів та введення карантинних обмежень.

Щорічно аналітична група Всесвітнього економічного форуму оприлюднює рейтинг Tourism Competitiveness Report 2019, згідно з яким Україна посіла 78-е місце (з 140 країн) в 2019 році. У період з 2019 по 2020 рік через пандемію коронавірусу в Україні відзначилася значуща зниження доходів від туристичної галузі, та були помітні негативні туристичні тенденції, що призвели до значних збитків для готелів, санаторіїв-курортів та музеїв [19].

Однак ця негативна ситуація виступила каталізатором для швидкого розвитку внутрішнього туризму. Дані для TTDI 2021 були зібрані до війни в Україні, тому з рейтингу видалили Україну, оскільки дані щодо цієї економік більше не відображають поточні чи довгострокові тенденції та умови.

У 2019 році популярними напрямками для іноземних подорожей стали міста Львів, Київ та Одеса, оскільки вони пропонували різні можливості для сучасного внутрішнього туризму, такі як сільський туризм, гастротуризм та spa-туризм [38].

У 2021 році, після туристичної кризи та пандемії коронавірусу, було зареєстровано суму туристичного збору у розмірі 244 млн. грн. Цей показник виявився на 87% вищим, ніж у 2020 році, і на 20% перевищив результати 2019 року. У переліку п'яти міст, які найбільше внесли у туристичний збір, перебувають: Київ (68 млн. грн.), Одеська область (27 млн. грн.), Львівська область (23 млн. грн.), Київська область (15 млн. грн.) та Закарпатська область (6 млн. грн.) [39].

Внутрішній туризм у 2021 році відзначився позитивними тенденціями, оскільки українці стали активніше подорожувати по регіонах країни, підкреслюючи екологічність та автентичність. Зелений туризм став актуальним трендом.

У зв'язку з цим, в 2021 році Національна рада з туризму запустила два проекти: "Visit Ukraine Now", спрямований на взаємодію з потенційними іноземними туристами, і "Travel Ukraine", який має за мету популяризацію подорожей українців по своїй країні [39].

Міжнародний досвід свідчить, що туризм сприятиме:

- уникненню нерівномірного розвитку територій регіонів;
- забезпеченню відновлення регіональної економіки завдяки інвестиціям;
- створенню нові робочі місця для населення;
- підтриманню екологічний стан через додаткове фінансування природоохоронних програм.

Основним завданням для України є відновлення внутрішнього туризму, оскільки для більшості регіонів України туризм є ключовим фактором розвитку регіональної економіки.

Сьогодні уявлення про якість та безпеку туристичних послуг стали взаємозамінними, а безпека стала ключовою складовою привабливості туристичних місць. Відновлення та зростання туристичного потоку буде сприяти формуванню довіри подорожуючих до безпечних подорожей. Тому важливо зробити акцент на маркетинговій діяльності для просування туристичних продуктів, що відповідають вимогам безпечної та надійної подорожі [39].

Державне агентство розвитку туризму проаналізувало податкові зобов'язання, які надійшли від туристичної галузі за перших дев'ять місяців поточного року. Протягом цього періоду представники туристичного сектору України сплатили податків на 13% більше, ніж у той же час у 2022 році, доносячи суму в 1 млрд 451 млн 317 тис. грн, порівняно із 1 млрд 283 млн 180 тис. грн минулого року. Проте в порівнянні з аналогічним періодом у довоєнному 2021 році ця сума податків зменшилася на 18%. Тоді в казну держави від туристичної галузі було сплачено 1 млрд 778 млн 924 тис. грн.

Протягом перших дев'яти місяців 2023 року кількість платників податків, що займаються туристичною діяльністю, зменшилась на 11% у порівнянні з аналогічним періодом у 2022 році. Зокрема, кількість юридичних осіб зменшилась на 24%, а фізичних осіб - на 7%. При порівнянні з 2021 роком відзначається загальне скорочення на 36%, при цьому кількість юридичних осіб зменшилась на 51%, а фізичних - на 30%.

Ці дані свідчать про значні втрати туристичної галузі у зв'язку з наслідками пандемії COVID-19 та змінами у фінансовій політиці. Зменшення кількості платників податків, що займаються туристичною діяльністю, свідчить про складну ситуацію в галузі та потребу у подальшій підтримці та стимулюванні розвитку туризму (рис.3.2).

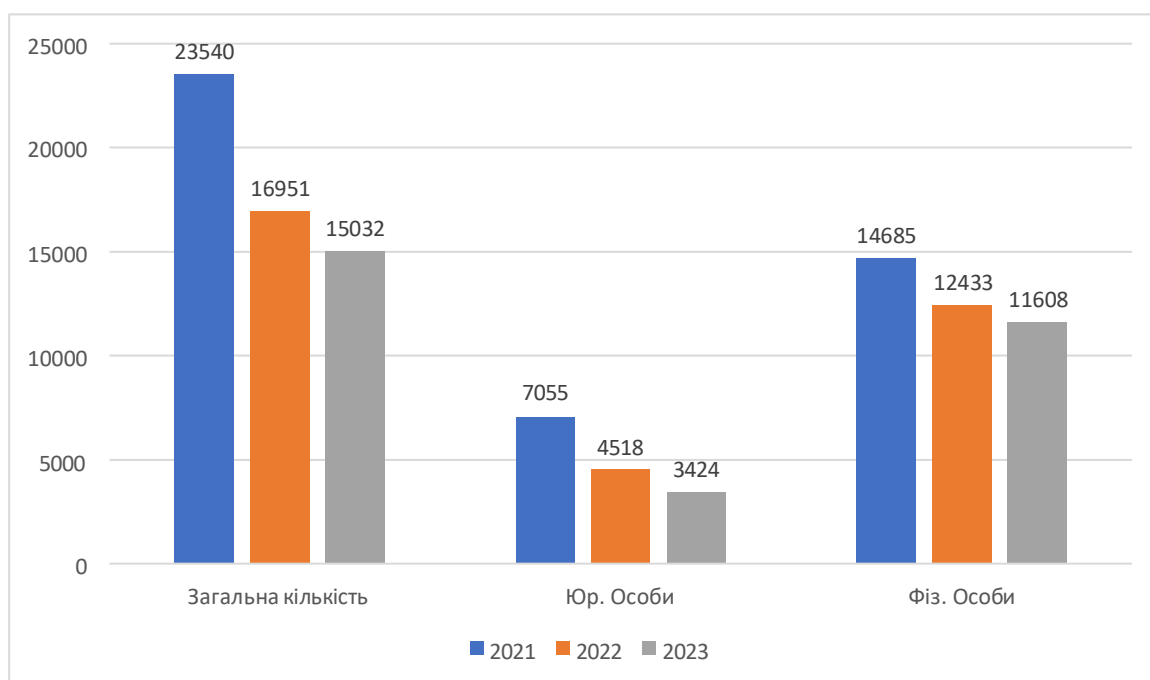


Рисунок 3.2 – Кількість платників податків за 2021-2023 рр. [39]

Найбільший внесок до держбюджету складає 63%, який сплатили готелі в сумі 916 млн 648 тис. грн. У 2022 році ця сума становила 765 млн 830 тис. грн., а в 2021 році - 1 млрд 31 млн 472 тис. грн.

Протягом перших дев'яти місяців поточного року відбулося незначне зменшення частки сплаченого податку від діяльності туристичних баз та дитячих таборів відпочинку. До бюджету від цих засобів розміщення надійшло 106,385 млн грн порівняно з 110,489 млн грн за відповідний період минулого року. У 2021 році цими засобами розміщення було сплачено 316,165 млн грн.

Приріст сплачених податків від діяльності кемпінгів та стоянок для житлових автофургонів за три квартали поточного року порівняно з аналогічним періодом 2022 року виріс більше ніж удвічі, досягши 2,302 млн грн порівняно з 1,407 тис. грн. Однак у порівнянні з 2021 роком, коли до бюджету було сплачено 2,761 млн грн, податки від діяльності цих засобів розміщення знизилися.

Внаслідок прямого вторгнення Росії в Україну, 24 лютого 2022 року Верховна Рада України ввела воєнний стан, що призвело до адаптації всіх

галузей економіки до нових реалій. Зараз актуальним стало питання розробки стратегії розвитку туристичної сфери в умовах воєнного стану та післявоєнного періоду. Стратегія повинна включати системні та взаємні заходи держави та бізнесу, а також визначити ключові напрями розвитку туризму та прийому гостей у післявоєнний період [44].

Наразі Державне агентство розвитку туризму України та міжнародні партнери працюють над послідовними заходами щодо відновлення туризму та туристичної інфраструктури у післявоєнний період. Власники іноземних туристичних компаній та операторів готові вкладати в бізнес в Україні, створювати нові робочі місця та сприяти розвитку туризму загалом. У деяких регіонах України, таких як Київ, Схід та Південь, ця галузь зазнала повної зупинки, тоді як на Заході країни впроваджено безкоштовні екскурсійні тури для тих, хто залишив свої домівки через війну. Національна рада з туризму активно співпрацює з готельними асоціаціями Польщі та України для забезпечення розміщення українців у польських готелях, які тимчасово емігрували за кордон [43].

Для подолання негативних тенденцій у післявоєнному українському туризмі важливо впроваджувати та реалізовувати конкретні заходи, оскільки постійне та системне використання антикризових заходів сприятиме стабілізації розвитку туристичної галузі.

Важливою першочерговою метою для української туристичної галузі є відновлення та підтримка довіри та інтересу туристів до України як безпечного та привабливого напрямку подорожей. Для цього необхідно впроваджувати програми та заходи, спрямовані на підвищення якості обслуговування та безпеки туристів, рекламування туристичного потенціалу країни як історичного та культурного центру, а також сприяння розвитку інфраструктури та транспортних зв'язків.

Представникам туристичної індустрії слід зосередити свої зусилля на виконанні таких важливих завдань (рис. 3.3).

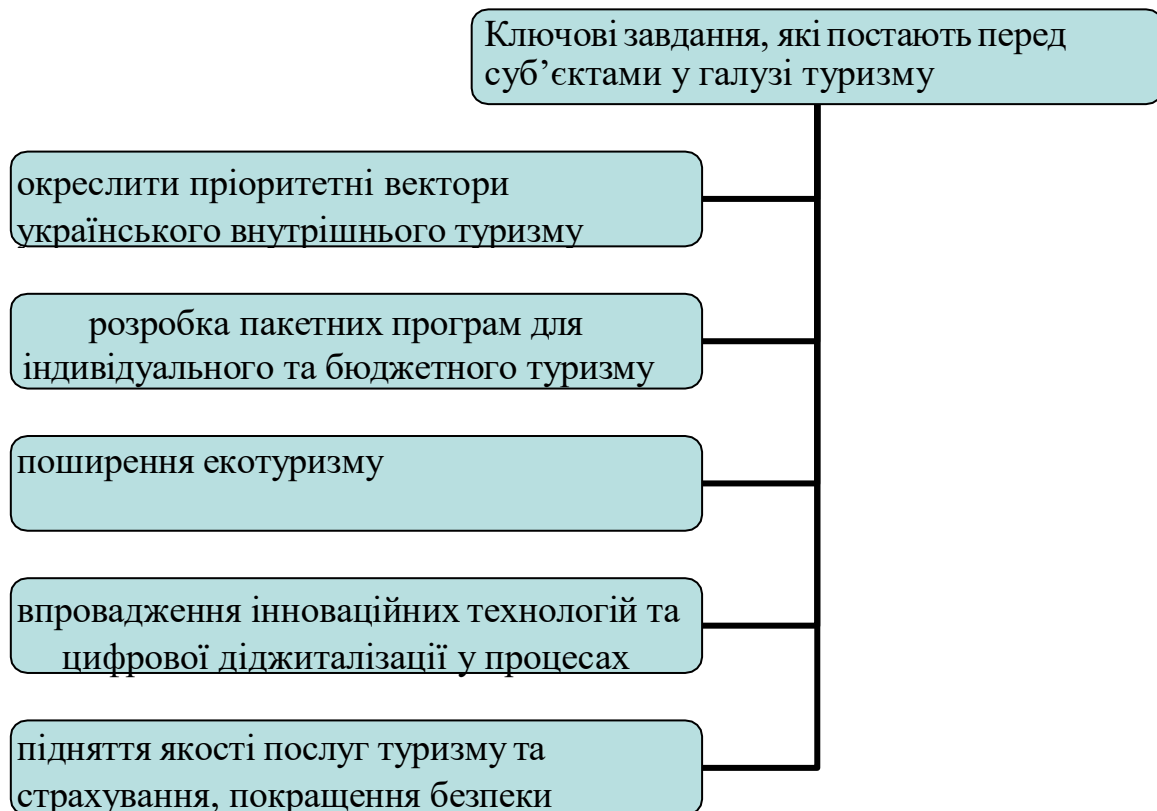


Рисунок 3.3 – Ключові завдання, які постають перед суб'єктами у галузі туризму

Джерело: складено автором на основі [43,44]

Туризм представляє собою велику можливість соціальної підтримки всіх шарів населення, особливо враховуючи активний розвиток туризму в різних частинах України. Цьому сприяють спеціальні програми та заходи, спрямовані на вдосконалення нормативно-правової бази туристичної галузі, реформування системи управління туризмом та підвищення ефективності діяльності туристичних організацій. Кожна з цих ініціатив передбачає конкретні заходи для розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму, з урахуванням внутрішніх можливостей та потенціалу кожного туристичного маршруту. Це сприятиме забезпеченню стабільного економічного зростання галузі, розширенню міжнародних зв'язків та підвищенню міжнародного пріоритету України.

В сучасний час на розвиток туризму впливає багато факторів, що входять в рамки глобалізаційних процесів. Глибокі геополітичні зміни у світі

вимагають нових підходів для забезпечення стабільного та безпечного розвитку окремих регіонів та міжнародної спільноти в цілому. Глобалізація розширює можливості співпраці, але також поглиблює різницю між країнами за рівнем доходів, створюючи небезпеку для системи світової комунікації та розвитку світового та внутрішнього туризму.

Туризм впливає не лише на внутрішні аспекти розвитку окремих країн, але й на соціально-економічне, культурне та освітнє середовище, а також на міжнародні економічні, науково-технічні і гуманітарні відносини. Програма розвитку туристичної сфери у майбутньому повинна включати заходи з удосконалення нормативно-правового забезпечення туризму, зміни туристичних продуктів, розвитку інфраструктури та засобів розміщення, просування національного туристичного продукту, а також навчання та підвищення кваліфікації кадрів у галузі туризму.

Для ефективного відновлення та сталого розвитку внутрішнього туризму необхідно встановлення партнерських відносин на всіх рівнях, активна та надійна участь уряду, а також забезпечення послідовної вертикальної координації між національними та місцевими органами влади. Важливо поліпшити взаємодію між різними секторами, які підтримують туризм, і створити ефективне екологічне партнерство між державним та приватним секторами в сфері природоохоронної діяльності та туризму.

Крім того, для ефективного відновлення внутрішнього туризму в Україні необхідно активно розвивати та впроваджувати інноваційні технології та цифрові рішення в туристичні послуги, що сприятиме підвищенню їх якості та доступності для широкого кола користувачів. Крім того, важливим є постійний моніторинг та аналіз ринкових тенденцій та потреб туристів для адаптації туристичних послуг до їх очікувань. Такий підхід сприятиме не лише ефективному відновленню внутрішнього туризму, але й створенню стійкої та конкурентоспроможної туристичної індустрії в майбутньому.

ВИСНОВКИ

У підсумку здійсненого комплексного дослідження розвитку світового ринку туристичних послуг у контексті глобальних викликів можна зробити висновки:

1. Визначення передумов становлення та етапів розвитку світового ринку туристичних послуг дало змогу узагальнити їх значення. На даний момент можна зазначити, що туристичний сектор можна вважати сформованим, бо на даний момент саме туристичні послуги становлять найбільшу частку у структурі торгівлі послугами, а загальне значення міжнародного туризму для людства полягає в можливості краще пізнати світ, впливі на вподобання та світогляд, виявленні рівня культури та благополуччя суспільства, а також у сприянні мирному співіснуванню народів на планеті.

Більшій частині країн туризм слугує не лише каталізатором економічного зростання, але і джерелом доходів, засобом розваг та сприяння здоров'ю, доступним для всіх. Крім того, він виступає засобом, за допомогою якого населення може вивчати культуру та традиції інших країн.

2. Закономірності туристичної діяльності, як об'єкта суспільно-географічних досліджень, є частковими виявами дії основних економічних та географічних законів. Геопросторові форми організації туристичного ринку ґрунтуються на суспільно-географічних законах та закономірностях. Теоретико-методологічною основою є системно-процесуальний підхід, який передбачає вивчення особливостей, структури, стійких взаємодій та взаємозв'язків між компонентами ринку туристичних послуг як суспільно-географічної системи. Ця система синергії сприяє розвитку ринку туристичних послуг.

3. Розвиток сучасного міжнародного туризму у світі визначається різними факторами, які включають природно-географічні, культурно-історичні, економічні, соціальні, демографічні, політико-правові, технологічні, екологічні та внутрішні аспекти. Також важливо враховувати, що ці фактори можуть відрізнятися в залежності від конкретного регіону. Наприклад, Південноамериканський регіон може приваблювати туристів сучасною архітектурою, тоді як Середземноморський регіон може цікавити тих, хто вибирає паломницький туризм. Відповідно до цього не можна стверджувати, що якась країна є привабливою в туристичному плані, а інша ні, бо кожна країна має своє особливе поєднання цих факторів, і відповідно до цього розвивається в ту чи іншу сторону.

4. Протягом останніх років змінилися погляди на загальний спосіб життя, і це також вплинуло на туристичну галузь. Постійні зміни в правилах та вимогах безпеки стали новим нормативом для всього суспільства. Сьогодні ми спостерігаємо зростання потреби у використанні інноваційних технологій, що впливає на екологічну ситуацію. Пандемія коронавірусу також вплинула на всі сфери життя і наголосила на необхідності оцінки очікувань туристів, яка безпосередньо впливає на стратегії розвитку туристичних компаній.

Міжнародна туристична індустрія стикається з кризою, що призводить до втрат мільярдів прибутків у всьому світі. У результаті проведеного дослідження було встановлено, що немає єдиного оптимістичного сценарію розвитку, оскільки існуючі загрози уповільнюють процес відновлення галузі на глобальному рівні.

Поступове збільшення попиту на туристичні послуги, як в експорті так і в імпорті, винятком став лише ковідний 2020 рік, але починаючи з 2021 ми можемо спостерігати зростання, яке продовжилося у 2022 році.

Упродовж періоду 2000-2020 років європейський туризм розвивався швидко (з винятком спаду під час світової економічної кризи), що свідчить

про невелику, але стійку динаміку зростання в цьому конкретному секторі. Місячне спостереження Євростату за критеріями ринкового зростання та аналіз різних показників протягом двох десятирічних періодів (з врахуванням криз 2009 і 2020 років) підтверджує стабільний розвиток.

5. Аналізуючи тренди міжнародних туристичних потоків, можна відзначити, що вплив глобалізації на світовий туризм посилюється завдяки збільшенню внеску міжнародного туризму у платіжний баланс країн, зростанню рівня зайнятості, економічним змінам та ефективному використанню рекреаційних ресурсів. У майбутньому туристичний сектор буде проїмати трансформації, розширюватися та змінюватися. З урахуванням цифровізації можлива нестабільність, оскільки те, що працює сьогодні, може втратити актуальність у майбутньому. Важливо приділити увагу соціальним аспектам, які є ключовими факторами в розвитку туризму. Міжнародний туризм сприяє зближенню різних країн та груп в межах одного регіону, впливає на глобалізацію та приносить вигоди від світових контактів та обмінів, спонукаючи активну участь всього населення та їх культурне самовираження.

Найбільша кількість світових туристів - представники промислово розвинутих країн. У Європі основні споживачі закордонних готельних та туристичних послуг - це громадяни Великобританії, Італії, Німеччини, Фінляндії, Нідерландів та Франції; в Америці - Канада, Мексика та США; в Азії - Японія, Південна Корея та Сінгапур. Згідно з прогнозами, виїзний туризм матиме тенденцію до зростання. Країни, що відомі своїми туристичними потоками, включають Китай, США, Німеччину, Японію, Францію, Канаду, Нідерланди та Італію.

Прогнозується, що Китай стане провідною країною за кількістю туристів до 2025 року, досягнувши 137,1 млн. осіб. На другому місці будуть США (102,4 млн. осіб), а на третьому - Франція (93,3 млн. осіб) та Іспанія (71

млн. осіб). Витрати туристів без урахування витрат на авіап перевезення зростуть до 5 млрд. доларів США на день.

6. В контексті України важливо відзначити значний рекреаційний потенціал, який в майбутньому може допомогти країні здобути статус туристичної держави на світовому рівні. Україна активно розширює міжнародні зв'язки та впроваджує нові туристичні послуги та напрямки.

Туристична галузь України в наш час формується на основі іноземних практик, і це пов'язано з впровадженням механізмів розширення галузі туризму країн Євразії, обумовлених процесами євроінтеграції. Незважаючи на певні проблеми, Україна має великий рекреаційний, культурний та історичний потенціал для світового туризму та можливості отримання валютних надходжень через туристичні продукти та послуги.

Потреба в розвитку туристичної галузі в Україні, яка включає в себе внутрішній та міжнародний туризм, визначена необхідністю збереження природних ресурсів, довкілля, людських здібностей і цінностей, а також розв'язанням проблем зайнятості та безробіття, особливо для малих міст України.

Стосовно стратегії розвитку курортів, важливо враховувати особливості навколишнього середовища. Планування та інвестиційні вкладення повинні враховувати тенденції туризму та рекреаційного ринку. Необхідно зупинити знищення курортно-рекреаційних земель та природних лікувальних ресурсів, створюючи сприятливі умови для залучення інвестицій у туризм та прозору приватизацію збиткових курортів. Це дозволить курортній галузі стати важливим джерелом доходів для державного бюджету.

7. Деякі з ключових факторів, що стримують розвиток туристичної сфери в Україні, включають удосконалення інфраструктури, підвищення кваліфікації персоналу, розвиток нових туристичних напрямків та продуктів, впровадження інноваційних технологій та оптимізацію цінової політики. Вирішення цих питань відкриває можливості для соціальних, економічних та

гуманітарних функцій держави, таких як підвищення якості життя, захист довкілля, поповнення державного бюджету, підготовка нових кадрів та підвищення міжнародного визнання.

8. Туризм впливає не лише на внутрішні аспекти розвитку окремих країн, але й на соціально-економічне, культурне та освітнє середовище, а також на міжнародні економічні, науково-технічні і гуманітарні відносини. Програма розвитку туристичної сфери у майбутньому повинна включати заходи з удосконалення нормативно-правового забезпечення туризму, зміни туристичних продуктів, розвитку інфраструктури та засобів розміщення, просування національного туристичного продукту, а також навчання та підвищення кваліфікації кадрів у галузі туризму.

Для ефективного відновлення та сталого розвитку внутрішнього туризму необхідно встановлення партнерських відносин на всіх рівнях, активна та надійна участь уряду, а також забезпечення послідовної вертикальної координації між національними та місцевими органами влади. Важливо поліпшити взаємодію між різними секторами, які підтримують туризм, і створити ефективне екологічне партнерство між державним та приватним секторами в сфері природоохоронної діяльності та туризму.

Туристична сфера, яка займає важливе місце в системі міжнародних економічних відносин, є одним з ключових секторів міжнародної економіки. Розвиток туристичного бізнесу і туристичних об'єктів визначатиме темпи зростання інших галузей, що взаємодіють або залежать від туризму.

Такий розвиток сприятиме покращенню інфраструктури, розвитку місцевих підприємств та послуг, а також підвищенню рівня зайнятості та покращанню якості життя мешканців. Таким чином, спільні зусилля уряду, приватного сектора та місцевих громад є ключовими для досягнення сталого розвитку туристичної галузі та максимізації її соціально-економічного впливу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Міжнародний туризм: навчальний посібник для студентів спеціальності 8.14010301 «Туризмознавство». Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника укладачі В.С. Великочий, О.І. Дутчак, В.В. Шикеринець.. Івано-Франківськ: Видавець Кушнір Г. М., 2015.-254 с.
2. Божидарнік Т.В. Міжнародний туризм: навч. посіб.. Т.В. Божидарнік, Н.В. Божидарнік, Л.В. Савош [та ін.]. К.: Цн. учбової літератури, 2012. 312 с.
3. Данильчук В.Ф. Світовий ринок послуг турбізнесу: навч. Посібник В.Ф. Данильчук. Донецьк, 2000. 146 с.
4. Кифяк В.Ф. Організація туризму: навч. посіб. В.Ф. Кифяк. Чернівці: Книги-XXI, 2008. – 344 с.
5. Ринок туристичних послуг. ЛЮБИЦЕВА О.О. Теоретико-методологічні основи дослідження туризму. Ринок туристичних послуг та його територіальна організація. URL: https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp12.htm
6. International Trade Centre. Data. Trade in services. Tourism. URL: <https://intracen.org/>
7. Ринок туристичних послуг. ЛЮБИЦЕВА О.О. Функціонування ринку туристичних послуг. Закономірності функціонування туристичного ринку. URL: https://infotour.in.ua/lubiceva_rtp44.htm
8. Ринок туристичних послуг. ЛЮБИЦЕВА О.О. Функціонування ринку туристичних послуг. Регуляторні механізми ринку туристичних послуг. 2017. URL: https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp41.htm
9. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2021.470 с.

10. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг : моніторинг і розвиток комплексу маркетингу : [монографія МОН України. ДонДУЕТ] О.М. Азарян, Н.Л. Жукова. Донецьк : Вид-во ДонМУ, 2002. 243 с.
11. Дядечко Л.П. Д 99 Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 221 с.
12. Василюх Н. В. Організаційно-економічні засади функціонування та розвитку ринку туристичних послуг: дис. кандекон. наук; спец. 08.00.03;Центральна спілка споживчих товариств України ЛКА. Л., 2015. 217 с.
13. Вовчанська О. М., Іванова Л. О. Кон'юнктура міжнародного туристичного ринку та чинники її формування. Підприємництво і торгівля. 2019.Вип. 24. С. 157-166.
14. To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19. Analysys. World Travel & Tourism Council (WTTC) : вебсайт. URL : <https://wttc.org/Research/To-Recovery-Beyond>]
15. Ayittey F. K., Ayittey M. K., Chiwer N. B., Kamasah, J. S., & Dzuovor, C. (2020). Economic Impacts of Wuhan 2019 nCoV on China and the World. Journal of Medical Virology, 92(5). [URL:https://doi.org/10.1002/jmv.25706](https://doi.org/10.1002/jmv.25706)
16. Evans, O. (2020). Socio-economic impacts of novel coronavirus: The policy solutions. Bizecons Quarterly, 7, 3-12. URL: <https://econpapers.repec.org/article/risbuecqu/0013.htm>
17. Mykhailo Rutynskyi and Halyna Kushniruk (2020). The impact of quarantine due to COVID-19 pandemic on the tourism industry in Lviv (Ukraine). Problems and Perspectives in Management, 18(2),194-205. doi:10.21511/ppm. 18(2).2020.17
18. Travel & Tourism Economic Impact, 2022 URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.

19. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf.
20. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2021 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/>
21. Overview of EU tourism policy [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/policy-overview_en.
22. Garau-Vadell J., Taño D., Armas R.J. Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*. Vol. 7, March 2018. pp. 68-75.
23. The future of tourism: travel trends for 2021 and beyond. Tourwriter. 2021. URL: <https://www.tourwriter.com/travel-software-blog/future-tourism-2021>.
24. UNWTO. International tourism growth continues to outpace the global economy. 2020. January 20. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy>.
25. UNWTO. Covid-19 and tourism. 2021. URL: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>.
26. Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/>.
27. Mastercard Global Destination Cities Index 2021. URL: <https://newsroom.mastercard.com/digital-press-kits/mastercard-global-destination-cities-index>.
28. UNWTO: офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org/>
29. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-research>.

30. Шацька З. Я., Акульшин М. І. Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери туризму в Україні. Економіка і суспільство. 2018. №19. С. 699- 705.
31. РБК-Україна. Галузь на паузі. Держтуризм готує план відновлення туристичної сфери. 2022. URL: <https://travel.rbc.ua/ukr/show/interes-ukraine-ogromnyy-gosturizm-gotovit1650872969.html>
32. Родак К. «Українцям бронюють лише ті готелі, де немає росіян». 2022. URL: <https://inlviv.in.ua/lviv/ukrayintsyam-bronyuyut-lyshe-ti-goteli-de-nemaye-rosiyan-yak-vyglydaye-turyzm-pid-chas-vijny>
33. Віртуальна реальність у музеї. Коли оживають динозаври. 2017. URL: <https://www.goethe.de/ins/ua/uk/kul/dos/vr/20949031.html>
34. Туристичний барометр України. Київ. 2022 URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-2022.pdf>
35. Шацька З. Я., Акульшин М. І. Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери туризму в Україні. Економіка і суспільство. 2018. №19. С. 699- 705.
36. РБК-Україна. Галузь на паузі. Держтуризм готує план відновлення туристичної сфери. 2022. URL: <https://travel.rbc.ua/ukr/show/interes-ukraine-ogromnyy-gosturizm-gotovit1650872969.html>
37. Галузь на паузі. Держтуризм готує план відновлення туристичної сфери. 2022. URL: <https://travel.rbc.ua/ukr/show/interes-ukraine-ogromnyy-gosturizm-gotovit1650872969.html>
38. Напрямки розвитку туристичного бізнесу України. Захарова Т.В. Економіка та суспільство. Випуск 49. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2284/2205>
39. Динаміка податкових надходжень від регіонів за три квартали 2023 року. ДАРТ. 2023. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nadhodzen-vid-regioniv-za-tri-kvartali-2023-roku>

40. Моці А. А., Шевчук С. М., Середа Н. М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 41.
41. Національна рада з відновлення України від наслідків війни. Робочі групи відновлення та розбудови інфраструктури. (Публікація No 266/2022). Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/eng/recovery-and-development-of-infrastructure-eng.pdf>
42. Роїк О. Р. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2022. No 46. С. 11–15.
43. Сак Т., Більо І., Ткачук Ю. Еколого-економічні наслідки російсько-української війни. Економіка та суспільство. 2022. No 38. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-6>
44. Український туризм після перемоги буде іншим. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3680587-ukrainskij-turizm-pisla-peremogi-bude-insim.html>
45. Total contribution of travel and tourism to GDP in leading travel markets worldwide in 2019 and 2022 [Електронний ресурс] Statista Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/292479/total-contribution-of-travel-and-tourism-to-gdp-in-selected-countries/>.
46. Зейд А. Кассуха , «Постконфліктні туристичні ландшафти: між спадщиною конфлікту та гібридизацією туристичної діяльності», Via [Online], 15 | 2019, опубліковано 22 листопада 2019, доступ 3 квітня 2022. URL: <http://journals.openedition.org/viatourism/3984>; DOI: <https://doi.org/10.4000/viatourism.3984>.

47. Богданова Ж.А. Договірні відносини в туристичній діяльності. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економічні науки. 2016. №4 (54). С. 215-219.
48. INTERNATIONAL TOURISM TO END 2023 CLOSE TO 90% OF PRE-PANDEMIC LEVELS [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-end-2023-close-to-90-of-pre-pandemic-levels>.
49. International Tourism Highlights The Impact of COVID-19 on Tourism (2020–2022) [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://static.poder360.com.br/2023/09/relatorio-Organizacao-Mundial-Turismo-ONU-2022.pdf>.
50. World Tourism Barometr [Електронний ресурс]. 2023. Режим доступу до ресурсу: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-11/UNWTO_Barom23_04_November_EXCERPT_v2.pdf?VersionId=Q3i27HkRVsyU9gSP6yV4NCgxZiPdHlrE.
51. Всесвітній економічний форум: Рейтинг країн світу по рівню 3. конкурентоспроможності подорожей і туризму в 2019 році *Центр гуманітарних технологій* [Електронний ресурс]. URL : <http://gtmarket.ru/news/2019/05/07/7152>.
52. Александрова В.О., Стригуль Л.С., Чайка Т.Ю. Формування готельних ланцюгів на ринку туристичних послуг [Текст] *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Харків : НТУ «ХПІ», 2018 – № 37 (1313). – 154 с.
53. Charkina T.Yu., Zajtseva V.M., Pikulina O.V., Reukova A.O. (2022) Suchasni trendy rozvytku ta novi napriamy turystychnoi industrii [Modern development trends and new directions of the tourism industry]. *Agrosvit*, no. 3, pp. 49–56.

Ім'я користувача: Європейської економіки і бізнесу Федірко Олександр...	ID перевірки: 1010084337
Дата перевірки: 26.01.2024 14:16:19 CET	Тип перевірки: Doc vs Internet + Library
Дата звіту: 26.01.2024 14:17:41 CET	ID користувача: 100005726

Назва документа: Герасимук Я.А Розвиток світового ринку туристичних послуг у контексті глобальних
Кількість сторінок: 73 Кількість слів: 14437 Кількість символів: 111814 Розмір файлу: 838.00 KB ID файлу: 1015795897

13.4% Схожість

Найбільша схожість: 2.81% з Інтернет-джерелом (<https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/57955>)

11.4% Джерела з Інтернету 234 Сторінок 75

9.98% Джерела з Бібліотеки 450 Сторінок 79

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнено

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнено

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Викладено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи 2

https://kneu.edu.ua/userfiles/conference_90_MEiM_2023/23-5780.pdf

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

**ЗБІРНИК ДОПОВІДЕЙ
Ювілейної 90-ї щорічної студентської
наукової конференції**

**«ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ ДЛЯ ПІСЛЯВОЄННОГО
ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНИ»**

(17 квітня – 20 травня 2023 р.)



УДК 657:330.341-048.38](477)(06)

I-66

Відповідальні за випуск:

Бондарчук Л.М. – к.філол. наук, доцент кафедри бізнес-лінгвістики
Вінська О.Й. – к.е.н., доц. доцентка кафедри європейської економіки і бізнесу
Грищенко Н.В. – к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту
Капуш А.В. – к.філол. наук, доцент кафедри німецької мови
Козачок Т.С. – к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту
Курбатов С.В. – професор кафедри соціології
Лобецька І.М. – ст. викладач кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації
Машиня Ю.П. – к.е.н., доцент кафедри міжнародних фінансів
Сандул М.С. – к.е.н., доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу
Черницька Т.В. – к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки
Швиданенко О.А. – д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки

Редколегія може не поділяти погляди, викладені у збірнику.

Автори тез доповідей несуть відповідальність за їхній зміст

*Рекомендовано до друку
Науково-експертною радою КНЕУ
Протокол № 4 від 18.05.2023 р.*

I-66 Інноваційні проєкти для післявоєнного відновлення та розвитку України: зб.
доп. Ювілейної 90-ї щорічної студентської наукової конференції, 17 квітня – 20 травня
2023 р. [Електронний ресурс]. Київ, КНЕУ, 2023. 426 с.
ISBN 978-966-926-445-9

Збірник тез здобувачів вищої освіти факультету міжнародної економіки і
менеджменту укладено за підсумками їх досліджень, представлених на науковій
конференції КНЕУ 17 квітня – 20 травня 2023 р. Доповіді здобувачів присвячено
інноваційним проєктам для післявоєнного відновлення та розвитку України.

УДК 657:330.341-048.38](477)(06)

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється*

Артеменко Олександра Дмитрівна	328
Стратегія науково-технічного розвитку ЄС	
Капока Неоніла Миколаївна	330
Інвестиційне співробітництво України з країнами-членами ЄС	
Лаговський Сергій Юрійович	333
Інноваційні стратегії автомобілебудівних компаній	
Колесник Аліна Станіславівна	335
Перспективи розвитку ринку фармацевтичних препаратів в Україні	
Заставська Марія Євгенівна	337
Міжнародна трудова міграція в ЄС	
Герасимчук Яна Анатоліївна	340
Перспективи розвитку міжнародного туризму	
Муренко Вікторія Андріївна	344
Розвиток міграційних процесів в ЄС	
Юхимець Євгеній Віталійович	347
Роль транснаціональних компаній у розвитку національної економіки України	
Соколова Аліна Юрївна	349
Оцінка результатів виконання Європейської зеленої угоди	
Михайлова Катерина Миколаївна	352
Еволюція та перспективи позиціонування України на міжнародному ринку морських перевезень	
Винник Олег Олегович	354
Міжнародний ринок харчових продуктів	
Мусійко Ігор Сергійович	357
Вплив війни в Україні на міжнародний ринок авіаперевезень: аналіз наслідків та перспектив відновлення	
Кульчикова Марія Ростиславівна	361
Розвиток харчової галузі країн ЄС	
Поліщук Катерина Володимирівна	364
Вплив війни в Україні на енергетичну ситуацію в країнах-членах ЄС	
Самойленко Марія Едуардівна	366
Особливості та тенденції розвитку машинобудування в Німеччині	
Тютюнник Владислава Ігорівна	368
Загальний огляд тенденцій та перспектив розвитку європейського аграрного ринку	
Попова Марина Михайлівна	372
Місце України на міжнародному фінансовому ринку	
Шентицька Ірина Олександрівна	374
Україна та ЄС: потенціал та перспективи співпраці в галузі міжнародної торгівлі послугами у контексті євроінтеграції	
Місевич Глеб Тадеушевич	378
Вплив соціальних медіа на інформаційну війну (у контексті війни в Україні)	
Щербатий Олександр Сергійович	380
Гео економічна стратегія Португалії	

прикордонної служби України, що фіксує фактичні перетини кордону та опитувань, проведених в Україні. Загальна чисельність українського населення, яке брало участь у трудовій міграції у період з 2015 по 1 половину 2017 року, становить близько 4 млн осіб (тобто близько 16% працездатного населення) [4].

Як можна побачити, міжнародна трудова міграція має для країн та громадян, як позитивні, так і негативні наслідки. Тому важливо розробити таку державну міграційну політику, яка б допомогла подолати недоліки і дала змогу раціонально використовувати переваги даного явища для економічного розвитку країни.

Література:

1. Стаття. // Агросвіт. – 2015. – №15. – С. 26,27.
2. Міжнародна міграція робочої сили [Електронний ресурс] / [Ю.Г. Козак, Д.Г. Лук'яненко, Ю.В. Макогон та ін.] // Центр учбової літератури. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <https://subject.com.ua/pdf/199.pdf>.
3. Петюх В.М. Міжнародна трудова міграція [Електронний ресурс] / В.М. Петюх. – 1999. – Режим доступу до ресурсу: <https://buklib.net/books/32889/>
4. Бойко Л. Ціна мігрантів для сучасної економіки України. СТАТИСТИКА [Електронний ресурс] / Лідія Бойко. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://mil00.info/2018/05/26/tsina-migrativ-dlya-suchasnoyi-ekonomiky-ukrayiny-statystyka/>.
5. Стаття "Українські мігранти піднімають економіку Європи. Що буде з Україною без них?" <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/01/10/695807/>

Герасимчук Я.А.

«Міжнародні економічні відносини», 5 курс

Київський національний економічний

університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – асистент кафедри європейської економіки і бізнесу Никонюк К.О.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Вступ. В останні роки світова економіка характеризується кризовими явищами, спровокованими пандемією COVID-19. Негативні тенденції виникли в багатьох галузях і сферах економіки, численні країни постраждали. Туризм є однією з ключових галузей, які зазнали втрат від епідемії. На цю індустрію припадає одна десята світового ВВП. Зміна умов функціонування галузі призводить до зміни інтенсивності та напрямку пасажиропотоку.

Метою наукової роботи є дослідження перспектив розвитку міжнародного туризму.

Огляд фахової літератури. Проблема сучасного міжнародного туризму цікавили такі науковці, як Т. Воронкова, А. Притуленко, Н. Дугієнко, А. Бондаренко, К. Леміш, Н. Бабіної, В. Швачко та ін. У своїх публікаціях кожен науковець виявляє інтерес до вивчення аспектів розвитку міжнародного туризму, але не має конструктивного погляду на стан і тенденції розвитку туризму з урахуванням впливу цієї галузі на світову економіку.

Результати дослідження. На початок 2020 року міжнародний туризм вважається одним із перспективних напрямів економічної діяльності, оскільки він робить значний внесок у ВВП, а збільшення рівня зайнятості в туристичному секторі та створення нових робочих місць у суміжних сферах діяльності сприяє активному залученню нових суб'єктів

господарювання та інвестицій. Всесвітня туристична організація (ВТО) зазначила, що станом на 2019 рік світова індустрія туризму демонструє позитивну динаміку, але порівняно з попередніми роками зростання кількості міжнародних туристів знизилося [1].

Наприкінці 2019 року з'явився невідомий вірус, який викликав епідемію в Китаї та стрімко поширився по всьому світу. З початком весни 2020 року глобальна та національна індустрія туризму в багатьох країнах світу починає втрачати здобутки через суворі обмеження та неможливість вільного пересування в умовах карантину.

Основні фактори, які найбільше перешкоджали зростанню туристичних потоків, включають: обмеження пересування на національному та міжнародному рівнях, повільні темпи вакцинації та конкуренція між країнами за доступ до вакцин, несприятливі умови в глобальній економічній системі, відсутність скоординованих дій між урядами, низький рівень довіри серед споживачів туристичних послуг та повільне відновлення повітряного сполучення.

Світовий туризм неодноразово зазнавав впливу різноманітних криз. Між 2000 і 2015 роками основними руйнівними подіями були терористичні акти, геополітична нестабільність, спалах SARS (2003), світова економічна криза 2008-2009 років. Перелічені події не призвели до тривалого спаду розвитку світового туризму, деякі навіть не помічалися (рисунк 1).

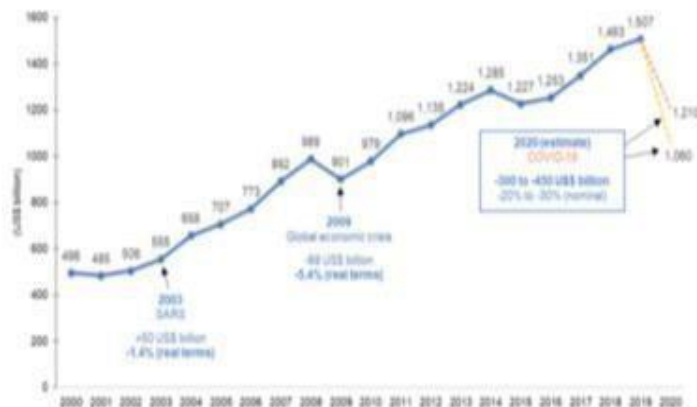


Рисунок 1. Міжнародні туристичні прибутки у 2000–2020 роках (UNWTO, 2020) [4]

Цей факт свідчить про стійкість туризму як системи до зовнішніх шоків. Водночас можна сказати, що відновлення міжнародного туризму після пандемії COVID-19 буде дуже тривалим. За оцінками Всесвітньої туристичної організації ООН, у 2019-2021 рр. кількість міжнародних туристів значно зменшиться (рисунк 2). Найбільше постраждали країни Азії, де доходи від туризму становлять значну частину ВВП, такі як Гонконг, Таїланд, Камбоджа, Філіппіни, а також деякі країни Європи – Італія, Іспанія, Франція тощо.



Рисунок 2. Міжнародні туристичні прибуття у 2021 році (UNWTO, 2022) [5]

З огляду на те, що міжнародний туризм працює як невід'ємна частина глобальної економічної системи, доцільно окреслити такі тенденції розвитку міжнародного туризму: соціальне дистанціювання в подорожах, активне впровадження концепції сталого туризму, репозиціонування самостійних подорожей, зміни в популярних туристичних напрямках та трансферних перевагах [3].

Отже, міжнародний туризм є важливою галуззю світової економіки, яка забезпечує розвиток та зростання багатьох країн.

Незважаючи на вплив пандемії COVID-19, туризм все ще має великий потенціал для подальшого розвитку. Ось деякі перспективи розвитку міжнародного туризму:

1. Підвищення рівня безпеки та забезпечення здоров'я туристів - у зв'язку з пандемією COVID-19, туристичні компанії та готелі вивчають та впроваджують нові механізми забезпечення безпеки та здоров'я туристів (усунення тісних контактів та зменшення кількості людей у громадських місцях).

2. Розвиток нових технологій та інтерактивних експериментів - технології розширеної та віртуальної реальності, додатки та інші інновації можуть змінити спосіб, яким люди подорожують, сприяючи зменшенню екологічного впливу туризму.

3. Розвиток екотуризму - екотуризм є однією зі складових сталого розвитку туризму, який сприяє збереженню навколишнього середовища та забезпеченню збалансованого розвитку територій.

4. Зміна типів туризму - після пандемії COVID-19 можливе збільшення кількості туристів, які обирають менш населені місця та менш комерційні види туризму, такі як туризм зі здоров'язберігаючою метою, еко-туризм та туризм з елементами пригод.

У сфері міжнародного туризму механізми резилієнсу можуть бути наступними:

1. Політичні механізми резилієнсу:

- Розробка та впровадження ефективних міжнародних політик та співпраці для забезпечення безпеки та відновлення туристичної індустрії після кризових ситуацій.
- Запровадження гнучких візових політик, спрощення митних процедур та інших обмежень для залучення туристів.
- Створення та підтримка міжнародних механізмів співпраці та обміну інформацією щодо безпеки та кризового реагування.

2. Економічні механізми резилієнсу:

- Надання фінансової підтримки туристичним підприємствам та громадам для відновлення після кризових ситуацій.
- Розвиток механізмів страхування та резервування для зменшення фінансових втрат.
- Розробка та впровадження гнучких економічних політик, що сприяють відновленню та стимулюють попит на туризм.

3. Технологічні механізми резилієнсу:

- Використання цифрових технологій та інновацій для забезпечення безпеки та ефективності в туристичній галузі, наприклад, електронні сертифікати здоров'я, контактні трасування та інше.
- Розвиток технологічної інфраструктури, включаючи швидкий Інтернет, мобільні додатки та онлайн-сервіси, що полегшують бронювання та безпеку туристів.
- Використання аналітичних інструментів.

На ринку туризму з'являються нові та екзотичні напрямки. Туристи все більше цікавляться віддаленими і маловідомими місцями, які раніше були відкриті лише небагатьом.

З'являються нові категорії туристів зі своїми особливими потребами та пріоритетами. Молодь та мілленіали виявляють більший інтерес до автентичних досвідів, природних місць та сталого туризму. Також зростає популярність туризму серед сімей, активного відпочинку та медичного туризму.

Туристична індустрія розширює свою пропозицію, пропонуючи широкий спектр послуг і досвіду. З'являються нові форми туризму, такі як кулінарний туризм, винний туризм, культурний обмін, еко-туризм та спортивний туризм. Також розвиваються концепції як "туризм за запитом" та "туризм з елементами освіти", що надає туристам більше варіантів для вибору.

Розвиток технологій, зокрема Інтернету, соціальних мереж і мобільних додатків, суттєво впливає на галузь туризму. Туристи можуть з легкістю шукати та бронювати готелі, квитки на перельоти та екскурсії онлайн.

Слід зазначити, що війна в Україні має серйозний вплив на туристичну галузь та ринок перевезень. Конфлікт може призвести до значного скорочення туристичного потоку в Україну, оскільки багато людей можуть утриматися від поїздок у зону конфлікту або уникати подорожей взагалі через загрозу безпеки. Це може призвести до зменшення попиту на авіаперельоти, готелі, туристичні послуги та інші зв'язані з туризмом послуги. Крім того, компанії перевізників по всьому світу можуть зазнавати значних додаткових витрат через ризики, пов'язані зі зміною геополітичної ситуації та обмеженнями на міжнародні перевезення. Підвищення цін на паливо, зміна маршрутів, впровадження додаткових заходів безпеки та інші фактори можуть призвести до збільшення витрат для компаній перевізників. Ці додаткові витрати та нестабільність на ринку можуть створити складнощі для багатьох туристичних компаній і призвести до змін у їхній стратегії та діяльності.

Література:

1. International tourism growth continues to outpace the global economy | UNWTO. UNWTO World Tourism Organization a UN Specialized Agency. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy>
2. International Tourism and Covid-19 | Tourism Dashboard. UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19>
3. The future of tourism: travel trends for 2021 and beyond. Tour Operator Software. URL: <https://www.tourwriter.com/travel-software-blog/future-tourism-2021/>
4. UNWTO. (2020, March 24). Impact Assessment of the COVID-19 Outbreak on International Tourism. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/24-03Coronavirus.pdf>

Наукове видання

**ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ ДЛЯ ПІСЛЯВОЄННОГО
ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

**ЗБІРНИК ДОПОВІДЕЙ
Ювілейної 90-ї щорічної студентської наукової конференції**

(17 квітня – 20 травня 2023 р.)

Видано в авторській редакції

Підл. до друку 06.06.2023. Формат 60×84/8.
Друк. арк. 17,75. Зам. 23-5780.
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
03680, м. Київ, проспект Берестейський, 54/1
Свідцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2009)
E-mail: litera_kneu@ukr.net

АНОТАЦІЯ

Герасимчук Я.А. Розвиток світового ринку туристичних послуг у контексті глобальних викликів

Кваліфікаційна магістерська робота за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини», 2024.

Дипломна робота присвячена дослідженню розвитку світового ринку туристичних послуг укріпленому розділі розглядаються методологічні основи дослідження розвитку світового ринку туристичних послуг, зокрема вивчаються передумови становлення та етапи розвитку ринку, його структура та механізми функціонування, а також система чинників, що впливають на його розвиток.

У другому розділі проводиться аналіз розвитку світового ринку туристичних послуг, охоплюючи сучасні тренди, конкурентне позиціонування гравців ринку та трансформацію під впливом глобальних викликів.

У третьому розділі роботи розглядаються перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу, включаючи прогнозування розвитку ринку, оцінку потенціалу вітчизняного туристичного бізнесу та пріоритетні напрями формування конкурентних позицій України на світовому ринку туристичних послуг.

Результати дослідження можуть бути використані для розроблення стратегій та політик у сфері туризму.

Ключові слова: туристичні послуги, туристичний ринок, туристичний бізнес, конкурентні позиції, глобальні виклики, світовий ринок, туроператори, туризм.

ANNOTATION

Herasymchuk Y.A. Development of the World Tourism Services Market in the Context of Global Challenges

Qualifying Master's Thesis in the field of 292 "International Economic Relations," 2024.

The thesis is dedicated to studying the development of the world tourism services market in the context of global challenges.

The first chapter examines the methodological foundations of studying the development of the world tourism services market, including the prerequisites for its formation and stages of development, its structure and mechanisms of functioning, as well as the system of factors influencing its development.

The second chapter conducts an analysis of the development of the world tourism services market, covering current trends, competitive positioning of market players, and transformation under the influence of global challenges.

The third chapter of the thesis discusses the prospects for the development of international tourism business, including forecasting market development, assessing the potential of domestic tourism business, and priority directions for forming Ukraine's competitive positions in the world tourism services market.

The research results can be used to develop strategies and policies in the field of tourism.

Keywords: tourism services, tourism market, tourism business, competitive positions, global challenges, world market, tour operators, tourism.