

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

Факультет міжнародної економіки та 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 «Перспективи розвитку міжнародного туризму»

здобувача: Маргвелашвілі Давіда Тимуровича

(підпис)

Науковий керівник: д.е.н., професор Ткаленко С.І.

(підпис)

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

В.о. завідувача кафедри: д.е.н., доцент Федірко О.А.

(підпис)

КИЇВ-2023

**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

ПОГОДЖЕНО

ЗАТВЕРДЖУЮ

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

В.о. завідувача кафедри

_____ Федірко О.А.

_____ Федірко О.А.

« ____ » _____ 20__ р.

« ____ » _____ 20__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти **Маргвелашвілі Давіду Тимуровичу**

заочної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної магістерської роботи

на тему: «Перспективи розвитку міжнародного туризму»

Тему затверджено наказом ректора Університету від «__» _____ 20__ р. № _____

Кваліфікаційна магістерська робота виконується на матеріалах

План кваліфікаційної магістерської роботи

Розділ 1	Теоретичні засади виникнення та розвитку міжнародного туризму <i>(термін подання – до 01.11)</i>
Розділ 2	Аналіз основних напрямків розвитку та сучасного стану міжнародного туризму <i>(термін подання – до 01.12)</i>
Розділ 3	Перспективи розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні

(термін подання – до 30.12)

Об'єкт дослідження:	Вплив нестабільності світової економіки та медично-соціальної ситуації, на міжнародний туризм. Вплив ковіду та війни на міжнародний туризм, і рівень світового ВВП та економіки.
Предмет дослідження:	Розвиток та сучасний стан міжнародного туризму в глобальній економіці.
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	Метою дослідження є розкриття поняття міжнародного туризму в світовій економіці, вплив його на економіку і її розвиток, вплив зовнішніх чинників на міжнародний туризм, рівень впливу міжнародного туризму на економіку світу і України, можливі перспективи розвитку галузі у постійно змінному сьогоденні, та перспективи відновлення сфери туризму у пост-воєнній Україні виходячи із проблем які мала Україна перед війною.

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

У розділі 1	Дослідити історію виникнення та розвитку економічного поняття міжнародного туризму, організаційні норми, теорії еволюції. Здійснити аналіз впливу міжнародний туризму на економіки країн у історичній перспективі.
У розділі 2	Проаналізувати сучасний стан та основні напрямки майбутнього розвитку міжнародного туризму, вплив його на глобальну економіку, та як на показники глобального туризму вплинули пандемія та неспровокована війна в Україні.
У розділі 3	Окреслити можливості для розвитку міжнародного туризму в Україні і світі, дослідити проблеми туристичної галузі України, окреслити перспективи розвитку міжнародного туризму у світі.

**Завдання підготував
науковий керівник**

(підпис)

Ткаленко С.І

(ініціали, прізвище)

« _____ » _____ 20__ р.

Завдання одержав студент

(підпис)

Маргвелашвілі Д.Т

(ініціали, прізвище)

« _____ » _____ 20__ р.

Реферат

Кваліфікаційна магістерська робота містить 70 сторінок, 4 таблиць, 7 рисунків, список використаних джерел з 55 найменувань, додатки.

«Перспективи розвитку міжнародного туризму»

Метою роботи є розкриття поняття міжнародного туризму в світовій економіці, вплив його на економіку і її розвиток, вплив зовнішніх чинників на міжнародний туризм, рівень впливу міжнародного туризму на економіки світу і України, можливі перспективи розвитку галузі у постійно змінному сьогоденні, та перспективи відновлення сфери туризму у пост-воєнній Україні виходячи із проблем які мала Україна перед війною.

Об'єктом дослідження є вплив нестабільності світової економіки та медично-соціальної ситуації, на міжнародний туризм. Вплив ковіду та війни на міжнародний туризм, і рівень світового ВВП та економіки.

Предметом дослідження є міжнародний туризм як галузь, як сектор в економіці, як бізнес, як наука, а також поточна ситуація з міжнародним туризмом в світі, розвиток, історія, та майбутнє галузі, під впливом чинників які мають неопосередкований вплив на його розвиток.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі завдання:

- дослідити еволюцію та етапи розвитку міжнародного туризму;
- розкрити види та форми міжнародного туризму;
- показати специфіку ведення туристичного бізнесу в різних економіках світу;
- виявити вплив міжнародного туризму на світову економіку;
- проаналізувати світову структуру і динаміку міжнародного туризму;
- дослідити тенденції розвитку міжнародного туризму;

- ідентифікувати проблеми туристичної галузі у світі та в Україні;
- дослідити та розкрити особливості розвитку туристичної галузі в Україні та стратегія післявоєнного розвитку туристичної галузі;
- запропонувати перспективні шляхи розвитку міжнародного ринку туризму

Практичне значення отриманих результатів. надані теоретично окреслені можливі шляхи та парадигми розвитку міжнародного туризму, як однієї з вагомих складових міжнародного рівня ВВП, та стабільності економік різних регіонів та країн світу, беручи до уваги ситуацію у світі, та теперішню статистику розвитку. Теоретична значимість пов'язана з виділенням проблем галузі міжнародного туризму в Україні, та виявлення впливу війна та ковіду на розвиток сектору міжнародної туристичної діяльності. Також окреслені основні можливі парадигми розвитку міжнародного туризму з впливом на них рівня розвитку інформаційних технологій, та поглиблення рівня впровадження у повсякденне життя віртуальної реальності.

Рік виконання кваліфікаційної магістерської роботи 2022-23.

Рік захисту роботи 2023.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристичний потік, туризм, міжнародна економіка, туристична галузь.

В І Д Г У К
про кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача факультету міжнародної економіки і менеджменту
заочної форми навчання спеціальності «292 Міжнародні економічні відносини»
освітньої програми «Міжнародні економічні відносини»

МАРГВЕЛАШВІЛІ ДАВІДА ТИМУРОВИЧА

на тему: **«Перспективи розвитку міжнародного туризму»**

- 1. Актуальність теми:** тематика щодо міжнародного туризму завжди є актуальною, і свого відновлення потребує після ковіду-19 та в сучасних умовах розвитку країн світу. Туризм має мультиплікаційний ефект, і є актуальним для більшості країн світу. Тому тема потребує подальшого її дослідження.
- 2. Позитивні риси кваліфікаційної магістерської роботи:** автором розкриті теоретичні засади виникнення туризму, особливості його розвитку на сучасному етапі, досліджена світова структура і проаналізована динаміка туризму, розкриті особливості туристичної галузі України на світовому ринку.
- 3. Наявність самостійних розробок автора:** на основі проведеного статистичного аналізу міжнародного туризму автором виявлені подальші тенденції його розвитку та особливості у відновлення після пандемії.
- 4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:** автором виявлені сучасні проблеми туристичної галузі як на світовому ринку, так і на ринку України та запропоновані подальші шляхи їх усунення.
- 5. Наявність недоліків:** суттєвих недоліків не виявлено, дипломна робота відповідає загальним вимогам щодо її оформлення.
- 6. Загальна оцінка кваліфікаційної магістерської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:** робота допускається до захисту з оцінкою 45 балів.

Науковий керівник:

д.е.н., професор

(підпис)

Ткаленко С.І.
(прізвище, ініціали)

“25” січні 2023 р.

Рецензія
на кваліфікаційну магістерську роботу
здобувача вищої освіти
Маргвелашвілі Давіда Тимуровича

Тема - Перспективи розвитку міжнародного туризму

Актуальність теми кваліфікаційної роботи і доцільність її розроблення:

Тематика міжнародного туризму є актуальною, особливо в світі виходу світу з кризи covid-19. Туризм є важливою частиною економіки більшості країн світу, і дослідження перспектив розвитку, особливо після глобальної пандемії, має особливе значення.

Якість проведеного дослідження:

Магістерська робота зроблена з використанням як зарубіжних, так і вітчизняних досліджень, і доповнена оригінальними думками автора. Проаналізована як історія, так і сьогоdnішній стан міжнародного туризму, динаміка його розвитку, та розкриті особливості ведення міжнародного туризму в Україні.

Позитивні риси кваліфікаційної роботи:

На основі порівняння статистичних даних автором було розкрито тенденцію розвитку міжнародного туризму, розкрите питання впливу пандемії на галузь міжнародного туризму. Були використані і проаналізовані нові дослідження найвпливовіших міжнародних організацій, та були виявлені шляхи та перспективи відновлення сфери туризму після глобальної пандемії.

Зауваження:

Значних зауважень до дипломної роботи немає.

Практична значимість висновків і рекомендацій

Надані шляхи для розв'язання проблеми туристичної галузі в Україні, разом з окресленням перспектив розвитку міжнародного туризму.

Рецензент: Сердюк О. В.
директор ТОВ Тревел Степ
(місце роботи та посада рецензента)

(науковий ступінь, учене звання (за наявності))

(Підпис) (ПІБ)

Місце печатки організації,
де працює рецензент



ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	
1.1. Еволюція та етапи розвитку міжнародного туризму	6
1.2. Види та форми міжнародного туризму	14
1.3. Специфіка ведення туристичного бізнесу в різних економіках світу	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ТА СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	
2.1 Вплив міжнародного туризму на світову економіку	27
2.2 Світова структура і динаміка міжнародного туризму	36
2.3 Тенденції розвитку міжнародного туризму	42
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ	
3.1 Проблеми туристичної галузі у світі та в Україні	47
3.2 Особливості розвитку туристичної галузі в Україні та стратегія післявоєнного розвитку туристичної галузі	52
3.3 Перспективи розвитку міжнародного ринку туризму	61
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	74
ДОДАТКИ	80

ВСТУП

Актуальність теми. Сектор туризму, на сьогоднішній день є головною рушійною силою економічного зростання, двигуном створення робочих місць, та одним із найбільших бізнес майданчиків в світі. В останні десятиліття він зазнав постійного розширення та диверсифікації та став одним із найбільших та найшвидше зростаючих секторів економіки у світі.

Сталий туризм може позитивно вплинути на спосіб життя людей, вивести цілі нації з бідності, сприяти процвітанню та створювати економічні та соціальні переваги в країнах призначення.

Туризм має мультиплікаційний ефект у різних секторах економіки, таких як, послуги з розміщення та харчування, сільське господарство, роздрібна торгівля та транспорт, і за умови раціонального управління він може сприяти диверсифікації економіки, покращенню місцевої культури та продуктів, просуванню місцевих підприємств і створенню робочих місць.

Для України, це може стати дуже впливовим драйвером відновлення економічної потужності після перемоги у війні з росією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням впливу міжнародного туризму на світову економіку займалися такі наукові діячі як - Бандай Юджей, Ізмаїл С, Базарір С, Блейк А, Катірсіюглу С, Фалко І, М. О. Кальнітьська, та ін.

Кожного року, міжнародна організація туризму робить аналіз стану міжнародного туризму як в світі загалом, так і в кожному конкретному регіону, аналізує вплив зовнішніх чинників на досліджує мий сектор, та як заключну частину, робить прогноз на майбутнє туризму.

Велика кількість авторів намагається взаємопов'язаний розвиток технологій, особливо інформаційних технологій на показники розвитку міжнародного туризму. Цьому приділяють уваги більш сучасні наукові деяки, як наприклад - Кельцер В., Кокс

Б, Калькутта Р, Добре Р, та ін. На сьогоднішній день нерозкритою темою є Україна у постіндустріальному і після-воєнному процесі відновлення туристичного сектору за впливу на неї інформаційних технологій.

Метою дослідження є розкриття поняття міжнародного туризму в світовій економіці, вплив його на економіку і її розвиток, вплив зовнішніх чинників на міжнародний туризм, рівень впливу міжнародного туризму на економіки світу і України, можливі перспективи розвитку галузі у постійно змінному сьогоденні, та перспективи відновлення сфери туризму у після-воєнній Україні виходячи із проблем які мала Україна перед війною.

Завданнями дослідження є:

- дослідити еволюцію та етапи розвитку міжнародного туризму;
- розкрити види та форми міжнародного туризму;
- показати специфіку ведення туристичного бізнесу в різних економіках світу;
- виявити вплив міжнародного туризму на світову економіку;
- проаналізувати світову структуру і динаміку міжнародного туризму;
- дослідити тенденції розвитку міжнародного туризму;
- ідентифікувати проблеми туристичної галузі у світі та в Україні;
- дослідити та розкрити особливості розвитку туристичної галузі в Україні та стратегія післявоєнного розвитку туристичної галузі;
- запропонувати перспективні шляхи розвитку міжнародного ринку туризму

Об'єктом дослідження є нестабільність світової економіки та медично-соціальної ситуації, яка прямим чином вирішує долю міжнародного туризму. Вплив ковіду та війни на міжнародний туризм, і рівень світового ВВП та економіки.

Предметом дослідження є міжнародний туризм як галузь, як сектор в економіці, як бізнес, як наука, а також поточна ситуація з міжнародним туризмом в світі, розвиток, історія, та майбутнє галузі, під впливом чинників які мають неопосередкований вплив на його розвиток.

Методи дослідження використані в написанні роботи поділяються на дві групи, емпіричні, та теоретичні. Основним методом, через специфіку досліджуємої галузі є теоретичний, через що найбільше використовувався метод аналізу наукових статей та робіт, гіпотез, понять, аналізів, звітів, порівняння їх з аналогами, індукція отриманих результатів, їх загальний і виокремлений синтез, дедукція результату індуктивного синтезу з моделюванням можливої парадигми розвитку з урахуванням канонічних методів прогнозування. Частково використовувався метод постановки питань - при дослідженні впливу інформаційних технологій на міжнародний туризм.

Теоретична, значущість отриманих результатів виокремлюється в надані теоретично окреслених можливих шляхів та парадигм розвитку міжнародного туризму, як однієї з вагомих складових міжнародного рівня ВВП, та стабільності економік різних регіонів та країн світу. Беручи до уваги ситуацію у світі, та теперішню статистику розвитку. Теоретична значимість пов'язана з виділенням проблем галузі міжнародного туризму в Україні, та виявлення впливу війна та ковіду на розвиток сектору міжнародної туристичної діяльності. Також окреслені основні можливі парадигми розвитку міжнародного туризму з впливом на них рівня розвитку інформаційних технологій, та поглиблення рівня впровадження у повсякденне життя віртуальної реальності.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1 - Еволюція та етапи розвитку міжнародного туризму

Для моделювання і прогнозування майбутнього галузі міжнародного туризму, доцільно проаналізувати етапи становлення та розвиток галузі, для виявлення логічно-послідовних зв'язків між подіями у минулому, і впливом цих подій на зміни у структурі міжнародного туризму. Люди завжди мали потребу подорожувати, чи то для дослідження та відкриття нових земель, чи для власного задоволення. Туризм охоплює саме останнє. Ми можемо простежити походження сучасної концепції туризму починаючи з 17 століття, коли молоді дворяни із західних і північних європейських країн здійснили так званий великий тур: подорож Європою (зазвичай охоплюючи Францію, Німеччину, Італію та Грецію) з головною метою – запозичення історії, мистецтва та культурної спадщини. Це вважалося ідеальним способом отримання освіти. [1]

Хоча самі подорожі почалися ще в доісторичні часи, але туризм став недавнім явищем після індустріального періоду. Як саме поняття, туризм виник відносно нещодавно, приблизно у 18 ст., коли із неорганізованих подорожей з різними цілями, ця сфера стала важливою частиною економічного життя майже кожної країни. Якщо дивитися на ширшу ретро перспективу розвитку міжнародного туризму (Рисунок 1.1), то можна окреслити такі періоди розвитку:

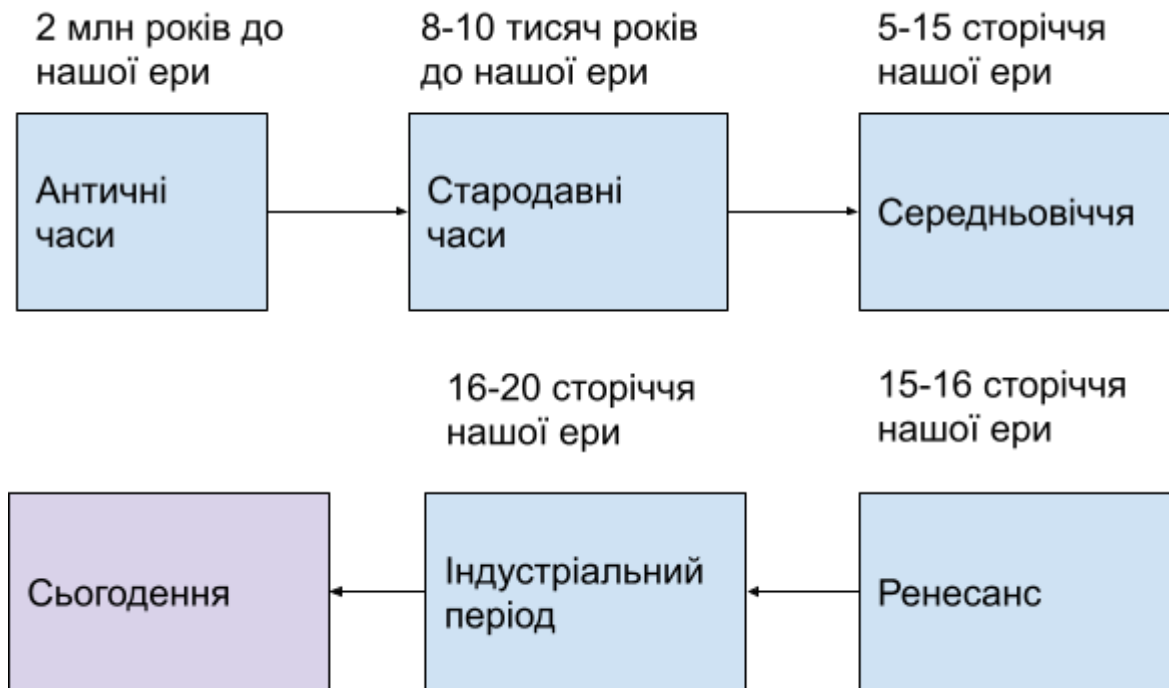


Рисунок 1.1 - Схема історії розвитку міжнародного туризму

Розроблено автором на основі [1] [2] [3]

1) Античні часи: цей період почався досить давно, більше 2 мільйонів років тому назад. Окреслити чіткі тенденції цього періоду є досить важким завданням, адже навіть антропологи мають лише припущення з того, як саме переміщувалися люди первісних часів. Звичайно, можна припустити, що основною метою тодішніх подорожей були пошук їжі та прихистку.

2) Стародавні подорожі – цей період подорожей обмежувався Європою, Близьким Сходом, Північною Америкою та Північною Африкою. Орієнтовно саме тоді почався туристичний бізнес, який згодом переріс у міжнародний. Основним мотиватором, та тими, хто започаткував туризм були Греки зі стародавньої Греції, та Єгиптяни. Саме в цей час почали будувати дорожні знаки (приблизно у 7 ст Геродот побудував перший путівний камінь, який вказував напрямом до Афін, Спарти та Трої. Використовуючи гроші, які тоді були в обігу, люди могли платити за гостьові двори та транспортування

себе з одного місця до іншого. Основною формою транспорту був водний транспорт. Подорожували в осному з метою дослідження нових територій. Туризм саме в цей час почав окреслювати свої теперішні економічні впливові показники.

3) Середньовіччя / Темний туризм. Приблизний часовий розрив 15-16 ст. Люди в цей період розвитку міжнародного туризму в основному їздили до релігійних центрів, в цей період відбулося становлення однієї релігії у більшій частині Європейського континенту. В цей час Єрусалим і Мекка були популярними напрямками із-за великої концентрації релігійних пам'яток. Головним мотивом подорожі була релігія. Було створено заклади гостинності для розміщення. Був створений комплексний тур з Венеції до Єрусалиму. Саме цей час поклав сьгоднішню мету туризму (Відпочинок). Люди в цей час почали подорожувати не тільки із-за зовнішніх чинників, а й із-за особистого бажання. Також цей час характеризується розвитком інфраструктури для туристичних цілей. Наприклад у Великобританії та США була розроблена система доріг, за користування якої потрібно було платити.

4) Туризм доби Ренесансу – 15-16 ст. Ренесанс означає відродження мистецтва та літератури. Цей час характеризувався великою кількістю винаходів та промислів мистецтва і, що важливіше, архітектури, за рахунок чого готелі стали туристичними визначними пам'ятками. Цей час також характеризується великими географічними відкриттями, що означало більшу кількість людей, які переміщувалися з одного континенту на інший.

5) Туризм індустріального періоду – 16-20 ст. Процеси урбанізації та постійні потреби в робочій силі переросли в міську міграцію та зростання громадян середнього класу зайнятих у промисловості, кращу освіту та більше вільного часу в результаті оплачуваних відпусток, а також попиту на відпочинок. Індустріалізація сприяла винаходу таких технологій, як залізниці, пароплави та автомобілі, що полегшило процес подорожей. Цей період можна позначити початком організованого масового міжнародного туризму. Під час війни було винайдено літаки пізніша адаптація яких під

цивільні потреби призвела до масового туризму в 20 столітті.

б) Сучасний туризм. Туризм сьогодні має зовсім інший вигляд аніж він мав 50 років назад. На сьогоднішній день, разом із розвитком технологій, процесами глобалізації, стирання фізичних кордонів між країнами, та зміну в соціо-психічному сприйнятті подорожей, він займає одне з вирішальних місць в економіці найбільших країн, та має великий вплив на розрахунок світового ВВП.

Починаючи з початку 1920-х років, у німецькомовному світі з'явилася рання теорія *Fremdenverkehr* – нині застарілий термін для позначення туризму – який стосувався головним чином ділових та економічних проблем; з 1960-х років його замінила сфера досліджень туризму, що постійно розширювалася. Це дає багатьом дисциплінам простір для підходу до теми туризму або, принаймні, до його аспектів, з власної академічної точки зору. Сьогодні туризмознавство означає мультидисциплінарний комплекс академічних підходів у сенсі неприхованої «транс дисципліни» який може знаходити різні застосування. Однак дослідження туризму не існує як інтегрованої галузі знань. Натомість є незліченні емпіричні звіти, тематичні дослідження, підходи, теорії та перспективи в окремих дисциплін, включаючи економіку, географію, психологію, архітектуру, екологію, соціологію, політологію та медицину. [2]

Спочатку галузі бізнес-досліджень та економіки домінували в дослідженні туризму, яке ґрунтувалося на інституційному підході. Але неможливо ігнорувати історичні передумови та розвиток туристичних звичок і стилів відпочинку, якщо ми хочемо зрозуміти природу сучасного туризму. Це стосується не лише концепцій та ідей, пов'язаних із темою, але й конкретних ідей, які мають на меті надати застосовування дисципліні.

Ще на початку 19 століття відкриття центральноєвропейської транспортної системи призвело до величезних змін, які справді заслуговують на позначення «революційного розвитку». Це також покращило мобільність туристичної галузі і створило нові тенденції для подальшого розвитку. Короткострокові та одноденні

поїздки стали популярними та використовували сучасні досягнення транспортних технологій. Парова навігація почалася в Шотландії в 1812 році; У 1820 році почалося постійне використання парових суден на річках Німеччини, а в 1823 році Швейцарія отримала свій перший пароплав на Женевському озері. Залізниця внесла вирішальний вклад у розвиток міжнародного туризму. Перші ділянки шляху були відкриті в Англії в 1825 р., у Франції в 1828 р., у Німеччині в 1835 р., у Швейцарії в 1844/1847 р. та в Італії в 1839 р. [3] Однак використання залізниці та популяризація туристичних маршрутів і напрямків почалося лише дещо пізніше з впровадженням гірських залізниць наприкінці 19 століття. Новий транспортний засіб дозволив не лише збільшити пропускну спроможність, але й знизити вартість подорожей. Крім того, морські та залізничні подорожі розширюють поле зору туристів, створюючи чітку форму «панорамного» сприйняття і заохочуючи інтерес до подорожей.

Останній етап (Сьогодення) охоплює розвиток туризму від післявоєнного періоду до сьогодення. Саме цей період є тих, котрий створив туризм у тому виді, в якому ми його знаємо сьогодні. Залежно від точки зору, це вершина туризму або фаза практики та консолідації. Це період поєднання будівництва та оновлення інфраструктури, величезних потоків туристів, туризму як загальної форми відпочинку: справді, протягом останні кількох десятиліть туризм став важливою галуззю світової економіки та є визначальною характеристикою сучасних індустріальних країн.

Великі наукові відкриття XIX ст., революційні перетворення у галузі виробництва та техніки безпосередньо вплинули на розвиток туризму. Саме слово «турист» виникає на початку XIX ст. Воно з'являється на сторінках книги англійця Педжа, який говорив, що «мандрівника в наші дні називають туристом». Одночасно з англійцями цей термін вживався також мешканцями материкової Європи. Ще з кінця XVIII ст. в Англії виникла мода на подорожі Європою молодими людьми після закінчення школи. З часом масштаби цього явища збільшувалися. В 1888 році, наприклад, Ла-Манш перетнули півмільйона людей, безумовно, що не всі з них були туристами. Освоюючи нові ринки

збуту товарів, англійський уряд, в основному, робив ставку на підприємців та торговців, які «прокладали» шлях туристам. В Європі більше з'являлися «готелі», що виникли в XVII ст. та вирізнялися від звичних постійних дворів значним набором та якістю послуг, зокрема тим, що в кожного покійця була окрема спальня. Більшість вчених схиляються до думки про першість Англії в області туризму через промислову революцію, що розпочалася власне з цієї країни. Промисловий переворот представляв собою комплекс економічних, соціальних, політичних та ідеологічних зрушень з точки зору модернізації. В галузі економіки він характеризувався виникненням великої фабрично-заводської промисловості на основі машинного виробництва, подальшим ростом науково-технічного прогресу (НТП), урбанізацією, новими формами організації та торгівлі тощо. Це призвело до поступового припинення безпосередньої залежності людей від природних умов. [4]

Існує консенсус щодо того, що величезний бум у післявоєнний період був пов'язаний з економічним зростанням, технологічним прогресом, високим рівнем конкуренції та створенням нових напрямків і стилів подорожей [5]

Беручи до уваги історію розвитку та становлення міжнародного туризму можна побачити наступне: дуже великий вплив на розвиток та становлення міжнародного туризму мають певні історичні події. Це пов'язано з кількістю винаходів, які згодом імплементуються у постійне життя людей, і мають опосередкований чи абсолютний вплив на туризм (Прикладом опосередкованого впливу буде розвиток архітектури в добу Ренесансу, що призвело згодом до зростання кількості мандрівників за винаходами мистецтв. Абсолютним впливом можна назвати винаходження літака, машини та локомотива, що повністю змінило стандартний спосіб подорожей, їх доступність та адаптивність до зовнішніх чинників)

На цьому тлі слід розглядати зростання рекреаційної мобільності широких верств суспільства. Різні чинники спричинили цей бум, включаючи зростання достатку,

урбанізацію, безпрецедентну розбудову транспортних і комунікаційних мереж, а також збільшення вільного часу в результаті скорочення робочого часу.

Зростання туристичного руху набирає сили з 1990-х років. Відпочинок і подорожі стають доступними для все ширших верств населення.

Подорожувати почали не тільки традиційні для тих часів – бюджетники, службовці, випускники та міські працівники. Сільське населення та інші соціальні групи скористалися перевагами туризму. Це свідчить про центральну характеристику сучасного туризму – диверсифікацію та спеціалізацію в результаті глобалізації. Це відповідає явно нестримному потенціалу туризму, незважаючи на факти, що за останнє десятиліття відбувся незначний структурний розвиток і що туристичні смаки та поведінка були відносно стабільними після Другої світової війни, хоча й з деякими змінами в акцентах.

Туризм в Україні поділяє свою історію розвитку з міжнародним. Наприкінці ХІХ - на початку ХХ ст. українські землі залишалися розподіленими поміж двома імперськими державами - російською та Австро-Угорською. Тому історичні процеси формування туристської галузі в Україні нерозривно пов'язані з історією росії і Австро-Угорщини. Визначальними на території Східної України, що зазнала в ті часи значного індустріального піднесення, були активізація туристського руху та здійснення перших кроків до його організації. [6] Згодом, Україна була представлена в складі СРСР та також значним чином поділяла свою історію з іншими країнами. Радянський Союз створив найбільшу в світі базу соціального і самодіяльного туризму. У 1970-1980-і рр. великого розмаху набув соціальний туризм. Робітники майже всіх підприємств могли отримати путівки через свої профспілки всього за 30 % їх реальної вартості. Іноді знижки сягали 90-95 %. В менш сприятливих умовах знаходились селянство та інтелігенція. Тим не менш, остання категорія радянських службовців мала змогу отримати путівки для своїх дітей до піонерських таборів, які теж продавались

батькам за 10-20 % їх справжньої вартості. Таким чином, інтелігенція була також широко залучена до сфери соціального туризму. [7]

Вперше незалежна Україна заявила про себе як про самостійного партнера на ринку туризму на Варшавському туристичному ярмарку і туристичному салоні в Познані в 1993 р. У цьому році нею було укладено більш як 300 контрактів, переважно з прийому туристів у країні. Основою відродження галузі стали створення Державного комітету по туризму, розробка законодавчих актів, регулюючих туристичну діяльність, ліцензування підприємств, установ, фірм і компаній сфери туризму. У 1994 році почалася атестація готельно - туристичних підприємств, організовано перший в Україні Міжнародний турсалон "Україна-94". В його роботі взяли участь 79 фірм із 26 країн Європи, Азії, Африки, Північної Америки, а також 226 вітчизняних фірм. Звичайно, всі ці заходи сприяли підйому сфери туризму в Україні і вже у 1994 р. кількість туристів, які приїхали в нашу країну, у чотири рази перевищила рівень 1992 р. Але туристичні ресурси сьогодні використовуються далеко не в повному обсязі. Дослідження науковців свідчать про те, що одночасна ємність природних ресурсів України з урахуванням можливого навантаження та екологічних вимог складає близько 50 млн. чоловік, в той час як рівень використання внутрішніх туристично-рекреаційних ресурсів України фактично дорівнює 7-9% [8]

1.2 - Види та форми міжнародного туризму

Відповідно до СОТ (1993) «Туризм охоплює діяльність осіб, які подорожують і залишаються в місцях за межами свого звичайного середовища протягом не більше одного року поспіль для відпочинку, бізнесу та інших цілей». [9]

За визначенням Товариства туризму Британії, «туризм — це тимчасове короткочасне переміщення людей до місця призначення за межами місць, де вони зазвичай живуть, працюють; та заходи під час їхнього перебування в цих місцях». Це визначення включає переміщення людей для будь-яких цілей. Яка основна мета туризму?

Економічна стійкість: забезпечує ефективність і конкурентоспроможність туристичних напрямків і підприємств. Це допомагає їм продовжувати працювати і вдосконалюватися, що є корисним у довгостроковій перспективі.

Місцеве збагачення: процвітання туристичного бізнесу є величезною частиною туризму. Туристичний бізнес постійно максимізує економічне зростання приймаючої країни.

Стандарти працевлаштування: туризм підтримує рівень заробітної плати, умови обслуговування та доступність до інвестицій для всіх хто проживає на тій території. Він створює місцеві робочі місця без дискримінації за статтю, расою, інвалідністю чи іншими ознаками.

Добробут громади: підтримувати та розвивати життя місцевої громади, їх традиції та цінності.

Природна інтеграція: підтримувати та покращувати якість як міських, так і сільських ландшафтів. Це дозволяє уникнути природної та візуальної деградації навколишнього середовища.

Біорізноманіття: ще однією метою туризму є допомога у збереженні дикої природи та природних територій дикої природи.

Екологічна чистота: Усі туристи повинні зменшити забруднення повітря, води, землі та утворення відходів.

Значною частиною національної інтеграції є туризм. Туризм завжди спонукає туристів до розуміння своїх і чужих традицій, спадщини, культури та релігії. Найважливішою частиною туризму є економічне зростання або бізнес-частина місця призначення. Він заохочує місцевих жителів створювати вироби ручної роботи та готувати на продаж місцеві продукти харчування, різноманітні сувеніри, сукні тощо.

Туризм – це одна з небагатьох речей, яка постійно дає економічний поштовх країні. Туризм має багато видів та форм залежно від мети відвідування та альтернативних форм туризму. За ознакою переміщення людей туризм поділяють на два види - міжнародний і внутрішній туризм.



Рисунок 1.2 - Види міжнародного туризму

Розроблено автором на основі [10,11, 12,13]

Проаналізувавши джерела [10, 11, 12, 13] можна класифікувати види та форми туризму таким чином:

Міжнародний туризм - коли люди відвідують іноземну країну, це називають міжнародним туризмом. Для поїздки в іншу країну потрібен дійсний паспорт, віза, документи про стан здоров'я, валюта тощо.

Міжнародний туризм далі поділяється на два типи;

- В'їзний туризм

- Виїзний туризм.

В'їзний туризм - Це стосується туристів з-за кордону, які в'їжджають у певну країну. Коли люди подорожують за межі приймаючої/рідної країни до іншої країни, це називається вїзним туризмом для тієї країни, куди він/вона подорожує. Наприклад, коли турист індійського походження подорожує до Німеччини, то це в'їзний туризм для Німеччини, оскільки іноземний турист приїжджає до Німеччини.

Виїзний туризм - відноситься до туристів, які подорожують із країни свого походження в іншу країну. Коли турист подорожує іноземним регіоном, це виїзний туризм до його власної країни, оскільки він/вона виїжджає за межі своєї країни. Наприклад, коли турист з Індії подорожує до Німеччини, то це виїзний туризм для Індії та в'їзний туризм для Німеччини.

Внутрішній туризм - Туристична діяльність людей у власній країні відома як внутрішній туризм. Подорожувати в межах однієї країни легше, оскільки для цього не потрібні офіційні проїзні документи та формальності, як обов'язкові медичні огляди та обмін валюти. У внутрішньому туризмі мандрівник зазвичай не стикається з багатьма мовними проблемами чи питаннями обміну валюти.

Туризм має різні форми на основі мети відвідування та альтернативні форми. Вони далі поділяються на багато типів відповідно до їх природи.

Формами туризму є:

Рекреаційний: рекреаційний туризм відриває людину від суєти повсякденного життя. У цьому випадку люди проводять своє дозвілля на пагорбах, морських пляжах тощо.

Культурний: Культурний туризм задовольняє культурну та інтелектуальну цікавість і передбачає відвідування стародавніх пам'яток, місць історичного чи релігійного значення тощо.

Спорт/пригоди: до цієї категорії належать поїздки, які здійснюються людьми з метою займатися спортивною активністю.

Лікувальний: у цій категорії люди подорожують для лікування, лікування або відвідують місця, де є лікувальні можливості, наприклад, гарячі джерела, спа-йога тощо.

Конференц-туризм: він стає дедалі важливішим компонентом подорожей. Люди подорожують усередині країни або за кордон, щоб відвідати конгреси, пов'язані з їхнім бізнесом, професією чи інтересами.

Заохочувальний туризм: великі компанії пропонують поїздки на відпочинок як заохочення дилерам і продавцям, які досягають високих цілей продажів. Це нове та поширене явище в туризмі. Це замість грошових стимулів або подарунків. Сьогодні лише в США інсентив-туризм становить 3 мільярди доларів.

Діловий туризм - Подорож заради зустрічі, конференції тощо. Діловий туризм відіграє важливу роль у туристичному секторі. Іноді люди залишаються поза типовим середовищем більше року з ділових цілей і проводять там свою відпустку.

Загальна діяльність, пов'язана з діловим туризмом, включає відвідування зустрічей, офіційних зустрічей, конференцій, семінарів, відвідування виставок і ярмарків тощо. Цей туризм підвищує купівельну спроможність.

Природний - Подорожі людей у різні місця для спостереження та взаємодії з дикою природою, флорою та фауною в їхньому природному середовищі існування. Сафарі, відвідування центру порятунку тварин, плавання з дельфінами тощо є прикладами дикого туризму.

Кулінарний туризм - Кулінарний або гастрономічний туризм передбачає куштування місцевої та традиційної їжі в певній країні, регіоні, місті/селі. Показово, що крім розміщення та інфраструктури. Тут їжа є однією з головних складових. Тому організують багато турів, щоб відчутти кулінарну культуру. Сьогодні, із загальним зростанням цього сектора, цей туризм розширився та перейшов на новий рівень

Освітній туризм – це нова модель туризму, яка передбачає вивчення нового. Це подорож, яку здійснює людина, щоб покинути своє рідне місто чи країну з освітньою чи навчальною метою. Освітній туризм популярний в Японії, Австралії, Великобританії. Освітній турист може бути далеко від рідного міста на багато днів. Освіта та навчання є основною причиною їхніх подорожей - вивчення історичних місць, культурних і соціальних подій, а також розуміння мови. Він використовується як інструмент для доповнення освіти шляхом накопичення досвіду від подорожей.

Нішевий туризм - цей туризм зосереджується на певному аспекті подорожей. Він також орієнтований на інтереси споживчого сегменту ринку. Це робить напрямок більш захоплюючим і ринково привабливим. Нішевий туризм є одним із секторів, що швидко розвиваються. Специфіка подорожі вказує на нішевий туризм. Наприклад, хтось хоче відвідати музей, хтось – відвідати старовинні пам'ятки архітектури, хтось будівлі, хтось пацали.

За останні 75 років індустрія подорожей досягла великих успіхів у гармонійному об'єднанні незнайомців, мандрівників і місцевих жителів. У результаті візити та подорожі – це більше, ніж пригода, навчання новим навичкам, омолодження та досягнення досконалості. Туризм змінився і зараз люди хочуть більше, ніж хотіли раніше. Заможні люди витрачають більше грошей на враження, ніж на речі. Це називається економікою досвіду, і існує ідея, що спогади про туристичні цінності порівнюють з деякими фізичними ресурсами. Рівень світових туристів зростає щодня, і кожна країна намагається зробити свій туризм більш розвиненим і успішним. На сьогоднішній день, особливо після пандемії коронавірусу, все більш популярний стає індивідуальний короткостроковий самоорганізований туризм.

1.3 - Специфіка ведення туристичного бізнесу в різних економіках світу

Останнє щорічне дослідження WTTC показує:

Після втрати майже 4,9 трильйона доларів США у 2020 році (зниження на -50,4%) внесок подорожей і туризму у ВВП зріс на 1 трильйон доларів США (зростання на 21,7%) у 2021 році.

У 2019 році сектор подорожей і туризму склав 10,3% світового ВВП. Частка знизилася до 5,3% у 2020 році через постійні обмеження мобільності. У 2021 році частка зросла до 6,1%.

У 2020 році було втрачено 62 мільйони робочих місць, що становить падіння на 18,6%, залишивши лише 271 мільйон працівників у всьому світі порівняно з 333 мільйонами в 2019 році. У 2021 році було відновлено 18,2 мільйона робочих місць, що на 6,7% більше, ніж у минулому році.

Після зниження на 47,4% у 2020 році витрати місцевих відвідувачів зросли на 31,4% у 2021 році. Після зниження на 69,7% у 2020 році витрати міжнародних відвідувачів зросли на 3,8% у 2021 році. [14]

Нині туризм став самостійною галуззю економіки. Він становить майже 11% світового ВВП. Розвиток туристичної галузі сприяє збільшенню надходжень до бюджету, створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури, будівництву нових туристичних об'єктів, активізації охорони та реконструкції існуючих пам'яток історії та культури. У багатьох країнах туризм став важливим джерелом формування бюджету і належить до найперспективніших галузей національної економіки. Розширення рекреаційно-туристичної індустрії та зростання її впливу на економічний розвиток є одними з пріоритетних напрямків розвитку світової економіки.

Для сучасного міжнародного туризму характерна значна нерівномірність території. Виходячи з їх регіональної структури доходів і прибутків від туризму, можна виділити

п'ять туристичних макрорегіонів світу:

1. Європейський регіон
2. Американський регіон
3. Азіатсько-Тихоокеанський регіон
4. Африканський регіон
5. Близькосхідний регіон

Всесвітня організація Travel & Tourism складає щорічний рейтинг країн світу за туристичними прибуттями та доходами від туризму та на основі цих даних формує індекс конкурентоспроможності (IGC) усіх країн світу в індустрії туризму.

Європейський регіон - До COVID-19 частка туризму в економіці Європи становила 9,2%. У 2020 році після падіння доходів сектору на 47,1% ця частка впала до 5,2%. 2021 рік став початком відновлення подорожей і туризму регіону, оскільки його внесок в економіку відновився до 28% — це найшвидший темп відновлення серед усіх основних регіонів світу. Це значне зростання було підтримано зростанням витрат міжнародних відвідувачів на 23,9% і зростанням доходів від внутрішніх туристів на 34,2%.

З точки зору зайнятості, у 2021 році в Європі було створено 34,7 мільйона робочих місць, що становить 9,1% всіх робочих місць в економіці та збільшення на 1,6 мільйона робочих місць порівняно з 2020 роком.

Такі європейські країни, як Греція, Туреччина, Італія та Іспанія, відчули значне відновлення внеску подорожей і туризму в їх загальну економіку. Вони одужали на 74,9%, 60,6%, 58,5% і 52,5% відповідно. У Греції, Туреччині та Іспанії зростання було зумовлено в основному поверненням іноземних відвідувачів, оскільки уряди цих країн мінімізували обмеження на подорожі для прибуття. У випадку з Італією, однак, зростання було спричинене зростанням витрат місцевих відвідувачів на 76,4%.

Сполучене Королівство, яке у 2021 році займає дев'яте місце за загальним внеском подорожей у світову економіку, досягло темпів зростання 40,3%, випереджаючи показники загальної економіки та європейського сектору подорожей і туризму. Це

зростання було прикріплено збільшенням доходів від внутрішніх відвідувачів на 57,5%. Відскок був би сильнішим, якби триваючі обмеження на подорожі по всьому світу та поширення варіанту Omicron не знизили попит на подорожі. Наприклад, у 2019 році двома найбільшими вихідними ринками Великобританії були США та Франція, з яких прибуло 4 мільйони та 3 мільйони відвідувачів відповідно. У 2020 році кількість прибулих із США впала на 78%, а кількість відвідувачів із Франції – на 69%. У 2021 році ці показники скоротилися ще на 58% і 67% відповідно, що заважало відновленню подорожей і туризму Великобританії. [15]

Американський регіон - Після драматичного падіння на 45,5% у 2020 році внесок подорожей і туризму у ВВП Америки відновився на 23,1% у 2021 році, швидше ніж середній глобальний приріст у 21,7%. В абсолютному вираженні внесок подорожей і туризму у ВВП зріс з 1447 мільярдів доларів США у 2020 році до 1781 мільярдів доларів США у 2021 році. В результаті частка ВВП подорожей і туризму в загальній економіці незначно зросла з 5% у 2020 році до 5,9% у 2021 році. Таке відносно сильне відновлення допомогло Північній і Південній Америці зберегти свої позиції регіону з найбільшим внеском подорожей і туризму у ВВП.

Подорожі та туризм також створили 2,7 мільйона нових робочих місць у регіоні у 2021 році, при цьому кількість людей, зайнятих у цьому секторі, зросла на 8,6% до 34,6 мільйона. У результаті 1 з 12 робочих місць було підтримано сектором подорожей і туризму. Незважаючи на значне відновлення, внесок подорожей і туризму у ВВП у 2021 році на 33% відставав від рівня до пандемії.

На субрегіональному рівні темпи відновлення подорожей і туризму в Карибському басейні (36,6%) були вищими, ніж у Латинській Америці (26,5%) і Північній Америці (22,3%). Частково це можна пояснити більшим зниженням внеску подорожей і туризму у ВВП у Карибському басейні у 2020 році, ніж в інших регіонах.

З 22-відсотковим темпом відновлення США зберегли свою позицію як найбільший у світі провайдер подорожей і туризму, оскільки внесок в економіку США склав 1,27

трильйона доларів США. Водночас внесок сектора становив 13,1% від загального ВВП у Мексиці – найбільша частка серед країн G20. Найшвидші темпи одужання спостерігалися в Сент-Люсії, на Багамах і в Колумбії; сектор у цих країнах зріс на 92,6%, 88,9% і 83,8% відповідно. Відновленню подорожей і туризму в Америці більше сприяло відновлення доходів від внутрішніх мандрівників, а не від міжнародних, оскільки перші зросли на 28,8%, а другі зросли на 15,1%. [15]

Азіатсько-Тихоокеанський регіон - Азіатсько-Тихоокеанський регіон у 2021 році відновився лише на 16% порівняно з минулим роком у % ВВП від подорожей і туризму. Через суворі обмеження на подорожі в регіоні внесок сектора в загальну економіку залишався на 52,2% нижчим, ніж раніше (пост пандемічний рівень). Відносно повільні темпи відновлення були повністю зумовлені збільшенням витрат внутрішніх мандрівників на 30,6%. Країни регіону залишалися закритими або обмеженими для міжнародних туристів. Отже, витрати міжнародних мандрівників у 2021 році впали ще на 44,4% після різкого падіння на 77,9% у попередньому році. Це зменшило частку витрат міжнародних відвідувачів з 26% у 2019 році до 7% у 2021 році. Наприклад, у Китаї та Індії, де цей сектор забезпечує найбільшу кількість робочих місць у світі, відновлення було пригальмовано подальшим падінням витрат.

Загальний внесок подорожей і туризму в національну економіку відновився на 16,9% у Китаї, тоді як Індія стала свідком значно більшого зростання на 43,6%. Подібним чином внесок сектору на Філіппінах зріс четвертою швидкістю у світі (129,5%), і це було зумовлено виключно збільшенням доходів від внутрішніх мандрівників на 183,8%. Відновлення було б сильнішим, якби сектору не завадило скорочення витрат іноземних відвідувачів на 69,1%.

Кількість робочих місць, створених у сфері подорожей і туризму в регіоні, зросла на 6,2% у 2021 році до 159,2 мільйона робочих місць, але залишилася на 13,8% нижче рівня 2019 року (184,7 мільйона робочих місць).

У 2022 році прогнозується, що внесок подорожей і туризму в загальну економіку

зросте на 71% і досягне майже 2,7 трильйона доларів США завдяки поверненню іноземних відвідувачів і продовженню активізації внутрішніх витрат, оскільки уряди в регіоні скасовують пов'язані з пандемією обмеження на подорожі. Малайзія, Японія та Австралія є одними з країн, які, як очікується, зазнають значного відновлення прибуття іноземних відвідувачів. Таким чином, очікується, що до кінця 2023 року цей сектор повернеться до рівня 2019 року. Однак це може бути поставлено під загрозу, якщо такі великі ринки, як Китай і Японія, продовжуватимуть вводити обмеження на міжнародні поїздки. [15]

Африканський регіон - У 2021 році подорожі та туризм в Африці почали оговтуватися від руйнівного впливу пандемії, оскільки його внесок у загальну економіку регіону зріс на 23,5%, збільшившись із 97 мільярдів доларів США у 2020 році до 119 мільярдів доларів США у 2021 році. Ці темпи відновлення були швидшими, ніж економіка регіону (5,8%) і світовий сектор подорожей і туризму (21,7%). Таке зростання призвело до збільшення частки подорожей і туризму у ВВП економіки, яка зросла з 3,8% у 2020 році до 4,4% у 2021 році. Зростання було швидшим у Північній Африці (26,8%), ніж в Африці на південь від Сахари (21,7%).

Кількість робочих місць, створених у цьому секторі, також зросла разом із відновленням внеску сектора у ВВП. У 2020 році через обмеження на подорожі, пов'язані з COVID-19, було втрачено 5,8 мільйона робочих місць у сфері подорожей і туризму. У 2021 році кількість робочих місць у сфері подорожей і туризму в регіоні зросла на 8,2% — це створило 21,3 мільйона робочих місць.

Темпи зростання витрат внутрішніх туристів випередили темпи зростання міжнародних туристів (39,4% проти 11,3%), тому частка міжнародних витрат у загальних внутрішніх витратах на подорожі та туризм регіону знизилася з 44% у 2019 році до 28% у 2021 році. .

Контраст між відновленням витрат внутрішніх туристів і міжнародних туристів був досить різким у Південній Африці, оскільки країна була піддана забороні на

поїздки та карантинним вимогам з боку інших країн після ідентифікації варіанту Omicron COVID-19 у листопаді. У той час як доходи від внутрішніх відвідувачів зросли на 47,2%, доходи від іноземних відвідувачів впали на 40,4%, і це призвело до приглушеного відновлення подорожей і туризму в країні на 8,4%. Проте, за оцінками, перезагрузка сектора набирає темпи з орієнтовним зростанням у 37,2% у 2022 році. Прогнозується, що протягом наступного десятиліття він зростатиме в середньому на 7,6% на рік, перевищуючи очікувані темпи зростання національної економіки на 5,7 відсоткових пунктів. .

Єгипет, який має найбільший сектор подорожей і туризму в Африці, зафіксував потужне відновлення в порівнянні з минулим роком на 29,3% — чому сприяло відновлення кількості міжнародних прибуттів на 28,8%, що збільшило доходи від іноземних туристів на 36,4%.

У 2021 році Франція була найбільшим вихідним ринком для регіону, на який припадало 8% усіх в'їзних прибуттів, а також була основним не африканським напрямком для туристів із регіону. [15]

Близькосхідний регіон - У 2021 році сектор подорожей і туризму на Близькому Сході відновлювався найповільніше серед усіх регіонів світу. Після падіння майже на 50% внеску сектору у ВВП у 2020 році він відновився на 15,9% у порівнянні із середньосвітовим показником у 21,7%. У результаті % ВВП від подорожей і туризму — 189 мільярдів доларів США — був на 41,8% нижче рівня 2019 року. Крім того, до пандемії частка витрат іноземних відвідувачів була вищою, ніж витрат внутрішніх відвідувачів. Однак падіння витрат міжнародних відвідувачів на 68,9% у 2020 році та скромне зростання на 4,1% у 2021 році зменшили їх частку до 39%.

Внесок сектора у зайнятість регіону зріс на 390 000 і досяг 5,6 мільйона робочих місць у 2021 році, що становить 7,3% усіх робочих місць у регіоні.

Інвестиції в сектор важливі для покращення перспектив майбутнього зростання. Інвестиції в подорожі та туризм склали 7,4% від загального обсягу капітальних

інвестицій в економіку області; (в країнах Карибського басейну частка була вища) . З-поміж усіх 185 країн, які брали участь у аналізі, Саудівська Аравія мала третє місце за величиною інвестицій у цей сектор із 36,8 мільярдами доларів США, вкладеними в подорожі та туризм.

У 2021 році подорожі та туризм в Об'єднаних Арабських Еміратах відновилися на 41,1%, що стало третім за швидкістю зростання в регіоні. Сильне відновлення було підтримано збільшенням доходів від міжнародних відвідувачів на 48,8%. Перенесений розклад Ехро 2020 і міжнародні змагання з крикету, такі як Індійська прем'єр-ліга та Чемпіонат світу з крикету ICC T20, сприяли збільшенню кількості прибулих із 11,3 мільйона у 2020 році до 12,9 мільйона у 2021 році.

Індія була найважливішим джерелом ринків за межами Близького Сходу, на неї припадало 9% усіх прибуттів до регіону у 2021 році.

Проаналізувавши інформацію з рокового звіту Всесвітньої Організації Туризму, можна зробити висновки, що у 2021 році, регіони і країни в них почали поступовий тренд на відновлення туристичної діяльності. Звичайно, падіння внесла свій внесок, так як тепер у кожній країні, як і у кожного бізнесу є спільне правило до виконання - забезпечувати ковід безпеку для туристів і для місцевого населення. Світові тенденції розвитку туризму істотно впливають на розвиток туристичної галузі економіки конкретної країни, бо частка привабливих місць змінюється в залежності від популярності місце призначення, простоти і можливості добратися до місця призначення, курсі валют, політичній системі приймаючої країни, комфорт проживання, сервіс, тощо. Чим вищий стандарт, тим складніше країнам другого та третього порядку їм відповідати. Саме тому Близькосхідний регіон має такі низькі темпи відновлення активності туристичної галузі в економіці регіону. Беручи до уваги протести в Ірані, абсолютно непідготовлений до великого потоку туристів Катар, прихід терористичного режиму до влади в Афганістані, цей регіон не може більше розраховувати в ближній перспективі на повне і всеосяжне відновлення туристичних потоків. Ситуація в Європі

кардинально змінилася у 2022 році, з початком неспровокованої загарбницької війни росії проти України, із величезною кількістю Українських біженців, туристична сфера мала отримати дуже серйозну диверсифікацію. Так як Україна стала на шлях до членства в ЄС, то туристична сфера Європейського Союзу починає змінюватися, так як більшість людей в Україні використовують можливість відправитись до Європи після перемоги у війні.

Африканський регіон, особливо північ цього регіону, яка завжди була привабливим місцем для туризму, дуже швидко оговтується від кризи. Зрозуміло, бо більша частина регіону прямо залежна від туристичної галузі, і має багатовікову історію розвитку саме цієї галузі і сфери роботи. [15]

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ТА СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

2.1 – Вплив міжнародного туризму на світову економіку

Протягом останніх кількох десятиліть спостерігається сплеск досліджень, пов'язаних із зв'язком між туризмом та економічним зростанням. Важливість економічного зростання та розвитку та його детермінанти широко досліджувалися як у розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються. Зарубіжна наукова література визнає туризм важливою детермінантою економічного зростання. [16] Значення туризму зросло і росте в геометричній прогресії, завдяки його численним перевагам у формі підвищення зайнятості, ходу іноземної валюти, доходах домогосподарств і державних доходах через мультиплікаційний ефект, покращення платіжного балансу та зростання кількості державних заходів, які сприяють розвитку туризму. Туризм створював 1 з 4 нових робочих місць у всьому світі до пандемії. На працівників сфери туризму в усьому світі також припадало 10,3% усіх робочих місць — загалом 333 мільйони у 2019 році. Понад 10% світового ВВП було створено глобальними подорожами та туризмом. Міжнародні туристи по всьому світу витратили близько 1,8 трильйона доларів у 2019 році. Звичайно, 2019 рік був останнім повним, нормальним роком для подорожей. Порівняння цифр 2019 року з цифрами 2020 і 2021 років дає унікальне уявлення про те, як COVID-19 вплинув на індустрію подорожей і туризму, а також на світову економіку. Пандемія COVID-19 мала глибокий вплив на всі сфери життя, підкреслюючи взаємозалежність глобальної охорони здоров'я, зайнятості та інших соціально-економічних проблем. Окрім трагічної втрати людей і руйнівного впливу пандемії COVID-19 на здоров'я та громади, криза знищила сферу праці та

поставила під загрозу мільйони робочих місць. Зросло безробіття та неповна зайнятість, втрата доходів, закриття підприємств і банкрутство, порушення ланцюга постачання, зростання неформального режиму та незахищеності роботи, а також нові та загострені проблеми з БГП. Жінки, молоді працівники та мігранти, які працюють у сфері туризму, непропорційно постраждали від кризи. [17]

Сфера послуг з розміщення та харчування зазнала значної втрати робочих місць: у другому кварталі 2020 року було втрачено понад 20 % робочих місць і 33 % робочих годин порівняно з тим самим періодом 2019 року. [18] Відображаючи суттєвий вплив карантинних заходів на цей сектор, у 2020 році глобальна зайнятість у сфері розміщення та харчування зазнала найбільшого падіння з усіх секторів (-9,4 відсотка). [19]

ММСП у цьому секторі особливо сильно постраждали, мільйони підприємств збанкрутували. і внаслідок цього мільйони працівників втрачають роботу. Як і в економіці загалом, жінки, молодь і трудові мігранти, а також працівники з обмеженими можливостями та представники корінного населення, багато з яких працюють неофіційно, найбільше постраждали від втрати роботи та закриття підприємств. Наприклад, кількість трудових мігрантів, зайнятих у під секторі гостинності в Європейському Союзі, впала майже на 15 відсотків між 2019 і 2020 роками, порівняно з 12,5 відсотками для місцевих працівників. [20]

Внесок туризму в глобальний ВВП у 2020 році впав майже на 4,9 трильйона доларів, тобто на 50,4%. У 2021 році внесок подорожей і туризму зріс на 1 трильйон доларів США (21,7%), але попереду ще довгий шлях, щоб повернутися до рівня 2019 року. У 2020 році індустрія туризму скоротила 62 мільйони робочих місць, що в процентному значенні дорівнює 18,6%. У 2019 році чисельність працівників сфери подорожей і туризму, яка досягла 333 мільйонів, у 2020 році скоротилася лише до 271 мільйона. Більше 18 мільйонів із цих робочих місць повернулися у 2021 році, але, знову ж таки, залишається розрив між поточним рівнем зайнятості та тим, що мала галузь у

2019 році.

Відсоток Туризму у Світовому ВВП (У %)

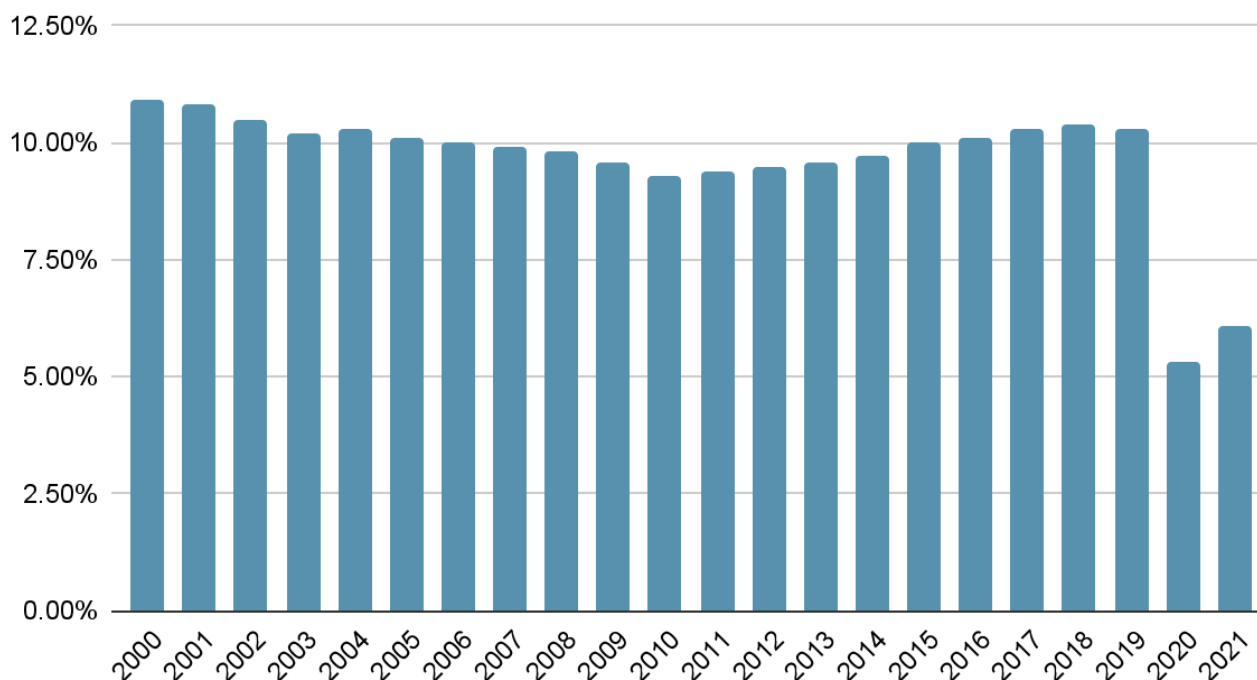


Рисунок 2.1

Загальний внесок туризму у ВВП у всьому світі з 2000 по 2021 рік.

Графік зроблений втором на основі даних з статистичного сайту - [statista.com](https://www.statista.com) та доповіді WTTC за 2021 рік.

Якщо дивитися на рисунок 1, в якій показаний загальний внесок туризму у світовий ВВП, то можна побачити що загальний внесок подорожей і туризму у світовий валовий внутрішній продукт (ВВП) у 2021 році зріс на 21,7 відсотка порівняно з попереднім роком після різкого падіння у 2020 році через пандемію коронавірусу. Загалом внесок туризму у світовий ВВП у 2021 році склав 5,81 трильйона доларів США, що означає збільшення приблизно на один трильйон доларів США порівняно з 2020 роком. І хоча показники все ще знаходяться значно нижче за показники 2019 допандемічного року, можна побачити, як галузь туризму відновлюється від закриття

кордонів та тотальної ізоляції.

2020 почався з того, що було чотири широкі категорії обмежень переміщень. Із загалом 217 напрямків, 97 країн (або 45%) повністю або частково закрили кордони; 65 країн і територій (або 30%) призупинили польоти повністю або частково; 39 країни (або 18%) примусово закрили кордони, 16 країн і територій, або решта 7%, запровадили інші заходи, такі як вимога до відвідувачів на карантин та вакцинацію.

Одним із ефектів цих обмежень на подорожі є зменшення кількості комерційних рейсів. Відповідно до даних Flightradar24, веб-сайту, який відстежує рейси в усьому світі, середня кількість комерційних рейсів на день впала з понад 100 000 у січні та лютому 2020 до приблизно 78 500 у березні та 29 400 у квітні. [21]

Для того, щоб зрозуміти яке місце туризм займає в економіці найбільших країн (які по суті керують світовою економікою), розберемо деякі показники, які допоможуть побачити як зріст впливу, так і сам вплив туризму на рівень економічного зростання та стабільності світової економіки. Для аналізу були вибрані такі країни великої 7 - Канада (Таблиця 1) та США (Таблиця 2), як дві сусідні країни з абсолютно різним економічним рівнем і залежністю від туризму.

Проаналізувавши показники Таблиця 2.1 та Таблиці 2.2, можна побачити, наскільки пандемія вплинула на рівень проценту туризму у Валовому Внутрішньому Продукту двох найбільших економічних гігантів світу. ВВП США у 2019 році дорівнював 21.38 трильйон доларів США, із яких майже 3% були здобуті завдяки туристичному сектору економіки. Це близько 650 мільярдів доларів США. У 2020 році ВВП США дорівнював 21.06 доларів США, із яких 1.7% припадало на туризм, приблизно 358 мільярдів доларів США. Тобто, в найсильнішій економіці світу, туристичний сектор приніс 54% від доковідного часу.

Таблиця 2.1 Показники міжнародної туристичної галузі Канади за 2010-2021 роки.

Рік	Загальна кількість прибуттів у країну (у тис. ос.)	Загальна кількість витрат туристів у країні, млн. дол. США	% Туризму від ВВП Країни
2010	25,621	15,830	1.6%
2011	25,066	16,839	1.6%
2012	25,318	20,156	1.8%
2013	25,167	20,886	1.9%
2014	25,558	21,580	1.9%
2015	27,555	20,315	2.0%
2016	30,142	22,676	2.0%
2017	31,081	25,083	2.0%
2018	31,274	27,269	2.1%
2019	32,430	29,791	2.2%
2020	5,068	13,535	1.06%
2021	4,282.1	13,092	1.03%

Розроблено автором на основі даних [22, 23, 24, 25, 26]

Якщо розділити це між кількістю бізнесів, які не змогли забезпечити свою оперативну можливість функціонувати, можна зрозуміти ефект і масштаб наслідків пандемії.

Якщо множити це на зниження рівня купівельною спроможності, масові звільнення та закриття бізнесів, збільшення рівня безробіття, зниження зарплат, скорочення штатів, руйнування ланцюга надання послуг та товарних ланцюжків, припинення роботи заводів та тяжких промислових фірм, кардинальну зміну в основі початкових принципах ведення бізнесу, можна побачити справжні колосальний негативних ефект локдауна на економіку США.

Таблиця 2.2 Показники міжнародної туристичної галузі США за 2010-2021 роки

Рік	Загальна кількість прибуттів у країну (у тис. ос.)	Загальна кількість витрат туристів у країні, млн. дол. США	% Туризму від ВВП Країни
2010	162,275	161,821	1.92%
2011	147,271.42	178,935	1.84%
2012	171,629.9	195,113	2.73%
2013	179,309.91	213,105	2.82%
2014	178,311.35	222,746	2.79%
2015	176,864.53	230,574	2.89%
2016	175,261.49	228,549	2.89%
2017	174,291.75	233,758	2.91%
2018	169,324.92	241,98	2.93%
2019	165,478	239,065	2.92%
2020	44,792	84,300	1.71%
2021	66,595	82,974	1.92%

Розроблено автором на основі даних [27, 28, 29, 30]

Цей ефект та ці наслідки спіткали кожен країну світу, і виходячи з цього прикладу можна окреслити наслідки для світової економіки. Виходячи з рисунку 2.2, можна побачити різке зменшення комерційних польотів після проголошення пандемії. Зменшення кількості комерційних польотів призвело до багатьох змін в структурі роботи міжнародних перелітних компаній. По-перше, більше 400000 тисяч людей було звільнено із-за закриття світових аеропортів [33], і як один із найбільш постраждалих секторів економічного зростання, який був майже повністю заморожений під час пандемії, авіакомпанії перестали отримувати доходи.

Кількість рейсів, виконаних світовими авіакомпаніями з 2004 по 2022 рік

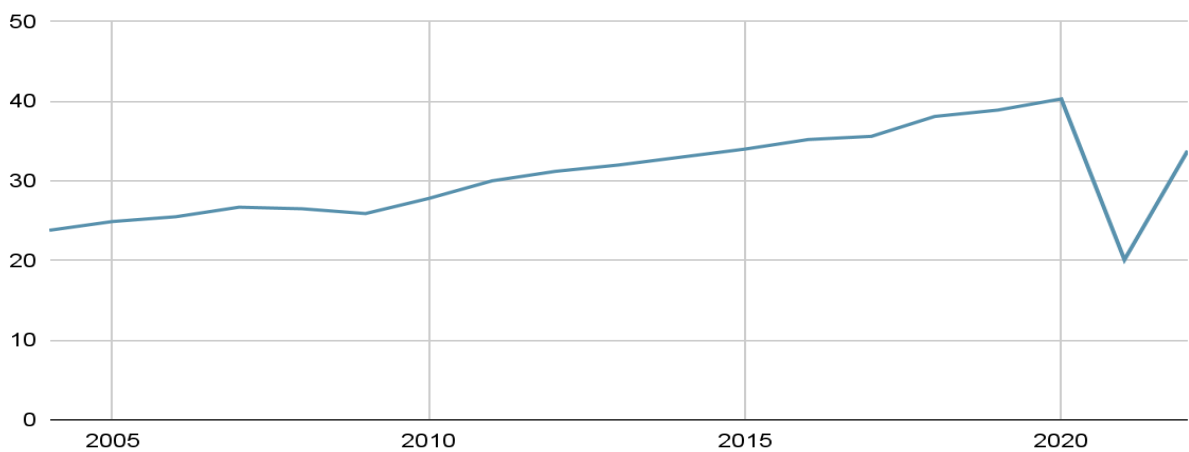


Рисунок 2.2 - Кількість комерційних польотів з 2014 по 2022 рік (15 березня було проголошено пандемію)

Графік був розроблений автором використовуючи данні [statista.com](https://www.statista.com) та [flightradar24.com](https://www.flightradar24.com) [31] [32]

Незважаючи на допомогу урядів країн авіакомпаніям і виділення грантів, за оцінками Міжнародної асоціації повітряного транспорту, дохід авіакомпаній від пасажирських перевезень у 2020 році впав на 314 мільярдів доларів, що на 55% менше, ніж у 2019 році. [34]. Далі слідкують проблеми післяковідного процесу відновлення роботи. Більшість людей, які були звільненні (включаючи пілотів), відмовляються повертатися на роботу, із-за страху повторної втрати роботи. Ковід мав мультиплікаційний ефект на сектор туризму. Спочатку, він повністю заморозив майже всю світову туристичну активність (в деяких країнах заборонялося навіть переміщуватися між містами і регіонами), що призвело до колосальних грошових втрат.

Олександр В. Бартік, Маріанна Бертран, Зої Каллен провели дослідження, щодо впливу коронавірусу на бізнес. Вони опитали понад 5800 малих підприємств, які є членами Alignable, мережі з 4,6 мільйонів малих підприємств. Опитування проводилося з 28 березня по 4 квітня 2020 року. Час проведення опитування дозволив їм зрозуміти

поведінку і очікування власників бізнесу в критичний момент, коли як майбутнє з COVID-19, так і реакція уряду були досить невизначеними. Результати показують, що пандемія спричинила масову дислокацію серед малого бізнесу вже через кілька тижнів після її початку та до того, як державна допомога стала доступною через Закон про допомогу економічну безпеку від наслідків коронавірусу (CARES). У всій вибірці 43% підприємств тимчасово закрилися, і майже всі ці закриття були пов'язані з COVID-19.

Респонденти, які тимчасово закрилися, здебільшого вказували на зниження попиту та занепокоєння щодо здоров'я працівників як причини закриття, причому збої в ланцюжку постачання були менш важливим фактором. У середньому підприємства повідомили, що з січня скоротили свою активну зайнятість на 39%. Зниження було особливо різким у Середньо Атлантичному регіоні (до якого входить Нью-Йорк), де було закрито 54% фірм, а зайнятість скоротилася на 47%. Впливи також відрізнялися в різних галузях: роздрібна торгівля, мистецтво та розваги, персональні послуги, послуги харчування та гостинність усі повідомили про скорочення зайнятості понад 50%; В той час як фінанси, професійні послуги та бізнес, пов'язаний з нерухомістю, зазнали менших збоїв, оскільки ці галузі змогли краще перейти до віддаленого виробництва та роботи.

Їх результати також підкреслюють фінансову крихкість багатьох підприємств. Середня фірма з місячними витратами понад 10 000 доларів мала готівку в наявності лише на 2 тижні. Три чверті респондентів мали достатньо готівки на 2 місяці або менше. Не дивно, що фірми з більшою кількістю готівки були більш оптимістично налаштовані щодо того, що вони залишаються відкритими до кінця року. [35]

Згідно з останнім Всесвітнім туристичним барометром ЮНВТО, близько 700 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі з січня по вересень, що більш ніж удвічі (+133%) перевищує кількість, зареєстровану за той самий період у 2021 році. Це дорівнює 63% від рівня 2019 року та ставить сектор на курс до досягнення 65% до пандемічного рівня цього року відповідно до сценаріїв ЮНВТО.

Результати підвищилися завдяки сильному відкладеному попиту, підвищенню рівня довіри та зняттю обмежень у дедалі більшій кількості країн. Підкреслюючи швидкість, з якою сектор оговтався після найгіршої кризи в своїй історії, останній Всесвітній туристичний барометр від ЮНВТО показує, що кількість прибуттів у січні 2022 року була на 64% нижче рівня 2019 року, а до вересня досягла -27%. За оцінками, лише в третьому кварталі 2022 року було зафіксовано 340 мільйонів міжнародних прибуттів, що становить майже 50% від загальної кількості за дев'ять місяців.

Тим часом, згідно з даними STR, у вересні 2022 року заповнюваність готелів у всьому світі досягла 66% проти 43% у січні. Європа лідирувала з рівнем заповнюваності на рівні 77% у вересні 2022 року після показників у 74% у липні та серпні. В Америці (66%), на Близькому Сході (63%) і в Африці (61%) рівень заповнюваності перевищив 60% у вересні. За субрегіонами Південна Середземноморська Європа (79%), Західна Європа (75%) та Океанія (70%) продемонстрували найвищі показники заповнюваності у вересні 2022 року.[36]

Вищий рівень подорожей означає більший рівень зайнятості людей у сфері туризму. Дивлячись на рисунок 2.3, можна побачити, що рівень зайнятості у 2022 році почав поступово підніматися до показників допандемічного рівня.

Кількість зайнятих у туристичному секторі (Млн)

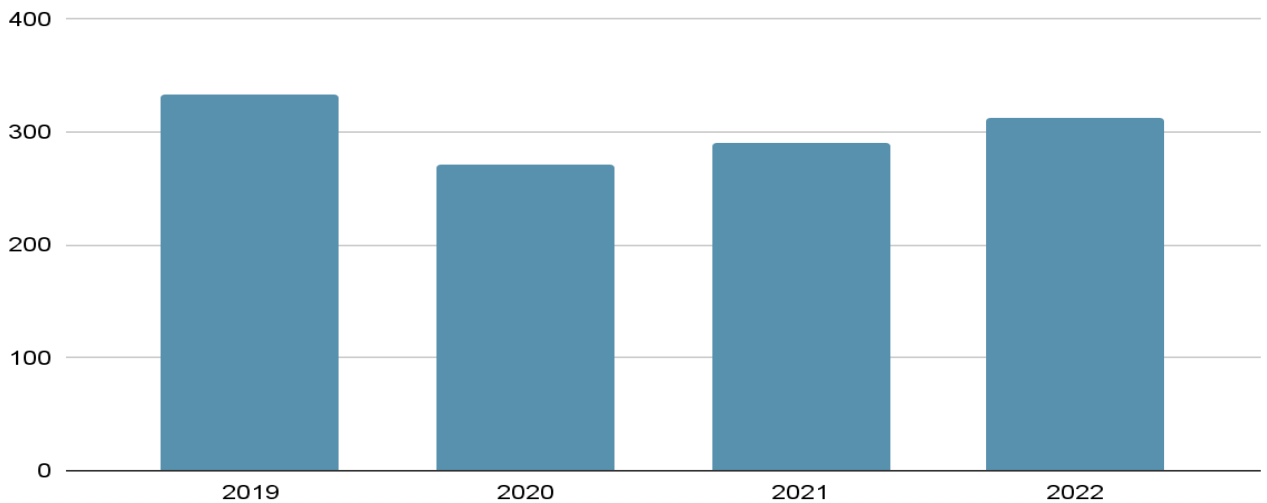


Рисунок 2.3 - Кількість зайнятих у туристичному секторі (у млн чол)

Графік був розроблений автором використовуючи данні statista.com [37]

Триваюче відновлення також можна побачити у витратах на виїзний туризм з основних вихідних ринків. Витрати з Франції зросли до -12% у січні-липні 2022 року порівняно з 2019 роком, тоді як витрати з Німеччини зросли до -14%. Витрати на міжнародний туризм склали -23% в Італії та -26% у Сполучених Штатах. Стабільні показники також були зафіксовані в міжнародних пасажирських авіаперевезеннях: за січень-липень 2022 року він збільшився на 234% (на 45% нижче рівня 2019 року) і відновився приблизно на 70% від рівня допандемічного трафіку в липні, згідно з даними IATA. [38]

2.2 – Світова структура і динаміка міжнародного туризму

Світову структуру і динаміку розвитку міжнародного туризму доцільно розглядати

в розрізі останніх трьох років. Звичайно в межах трьох років дуже складно вирізнити динаміку, або узорчату схожість між показниками, але в світі сьогодні тільки такий спосіб є достовірним. COVID-19 та загарбницька неспровокована війна росії проти України вносять широкомасштабні зміни у динаміку туристичних процесів.

Для розуміння світової структури, і виявлення динаміки, доцільно проаналізувати ключові показники міжнародного туризму за останні 7 років у розмірі світового масштабу.

Таблиця 2.3 - Індикатор подорожей і туризму країн G19 на початку 2021 року

Рік	Кількість міжнародних туристів (у млн.чол)	% Зміна у кількості міжнародних туристів у порівнянні з попереднім роком	Надходження від міжнародного туризму (У млрд. дол.США)	Туристичний експорт (= Надходження від міжнародного туризму + надходження від пасажирського транспорту) (У млрд. дол.США)
2015	1208	5%	1,223	1449.42
2016	1249.8	3%	1,253	1480.20
2017	1339	7%	1,351	1600.35
2018	1413	5.5%	1,463	1731.19
2019	1466	4%	1,494	1761.09
2020	409	-72%	559	663.52
2021	448	9%	637	750.68

Таблиця зроблена на основі даних [39]

Виходячи з даних таблиці 2.3, можна побачити, що з 2015 року по 2019 показники як і кількості міжнародних туристів, так і показники надходжень у світову економіку з міжнародного туризму плінно зростає. Великих скачків, і економічного буму туристичної галузі не відбувалося, але сфера ставала все більш і більш обширною. Це пов'язано, але не обмежено деякими факторами, що мали помірний вплив на розвиток міжнародного туризму. По-перше, економічний ріст більшості країн світу, збільшення ВВП на душу населення країн, імплементація інтернет технологій у життя

повсякденної людини, збільшення рівня заробітних плат, розширення прав і свобод людини, тощо. Політично-соціальні та еволюційні процеси, на одній площині з економічним зростанням світової економіки та глобалізаційними процесами підштовхнули туристичну галузь у напрямку зростання. Пандемія змінила ситуацію на ринку до невпізнання 20% від номінальної потужності та насиченості ринку.

Таблиця 2.4 показує внесок туризму у ВВП найбільших країн світу у перший ковідний рік (2021). Доцільно розглядати саме ці країни, так як вони вносять один із найбільших внесків в світовий ВВП, і саме вони диктують тенденції світових ринкових потоків, включаючи туристичний.

Тобто уже в 2021 можна було бачити значне порушення рівня туристичного впливу на економічний стан країн великої 19-ки. Звичайно, більша частина цих прибутків йде між внутрішніми туристичними каналами, що показує неготовність системи переходити до стандартного режиму роботи, в основному із-за нових штамів коронавірусу, але є позитивний рух в сторону скорочення розриву між внутрішніми і зовнішніми каналами надходження туристичного капіталу. На сьогоднішній день неможливо сказати, чи став цей рух паттерном, чи ні. Нещодавно відкрили новий штам коронавірусу, так що 2023 рік можливо буде роком нового локдауну, який знову вдарить по туристичній сфері.

Ковід, глобалізація, і війна одночасно зруйнували і створили нову структуру міжнародного туризму. Аналіз світового туристичного ринку дозволяє дійти висновку, що міжнародний туризм розвивається в тісному взаємозв'язку з іншими сферами міжнародного життя і реагує на загальний економічний стан ринку та політичну ситуацію збільшенням або зниженням темпів зростання.

Таблиця 2.4 - Індикатор подорожей і туризму країн G19 на початку 2021 року

Країна	Внесок туризму у ВВП (млрд \$США)	% туризму у ВВП	Зміна рівня туризму у ВВП відносно до 2020 р.	Дистрибуція між і міжнародними потоками	
				внутрішні	міжнародні
США	1,271.2	5%	22%	94.8%	5.2%
Китай	814.3	4.6%	16.9%	97%	3%
Германія	251	6.4%	5%	89.6%	10.4%
Японія	206.3	4.2%	22.9%	99.3%	0.7%
Італія	179	9.1%	58.5%	83.8%	16.2%
Індія	178	5.8%	43.6%	94.5%	5.5%
Франція	177.9	6.5%	40.6%	70%	30%
Мексика	168.8	13.1%	23.5%	86.4%	13.6%
Британія	157.5	5.7%	40.3%	96.2%	3.8%
Іспанія	113.1	8.5%	52.5%	59.5%	40.5%
Бразилія	103.5	6.4%	21.7%	96%	4%
Канада	88	4.4%	24.4%	85.5%	14.5%
Австралія	76.5	4.7%	-7%	98%	2%
Туреччина	59.3	7.3%	60.6%	38%	62%
Саудівська Аравія	51.5	6.5%	1.4%	72.8%	27.2%
Корея	48.8	2.7%	3%	71.4%	28.6%
Аргентина	33.7	7%	39.3%	98.9%	1.1%
Індонезія	28.9	2.4%	-10.4%	94.8%	5.2%

Таблиця зроблена на основі даних з статистичного сайту - [statista.com](https://www.statista.com) та доповіді WTTC за 2021 рік.[6]

Це пояснює нерівномірність розвитку міжнародного туризму в різні періоди та

його особливості в різних регіонах. Через відсутність широкомасштабної капіталістичної індустріалізації в так званому «третьому світі» міжнародний масовий туризм став одним із головних інструментів поширення капіталістичної сучасності в не-індустріалізовані країни що «розвиваються», особливо в тих частинах світу, які пережили важкий перехід від колоніального правління до незалежності, наприклад, в Африці на південь від Сахари. На теоретичному рівні існує низка протилежних тлумачень щодо значення та масштабів глобалізації, а також ступеня, до якого повноваження держави виступили перед обличчям глобальної капіталістичної реструктуризації.

Згідно з новою теорією міжнародного поділу праці, на інтернаціоналізацію промислового виробництва сильно вплинуло скорочення прибутків у промислово розвинених країнах, що призвело до переміщення інвестицій на південь у пошуках дешевої робочої сили. Місце туристичної діяльності завжди було певною мірою обмежене внутрішніми природними, історичними та культурними атрибутами місцевості призначення та можливостями, які надає розвиток транспортної інфраструктури як на глобальному, так і на регіональному рівнях. Ринкова влада ТНК чітко продемонстрована, наприклад, у кейсі середземноморської індустрії пакетного туризму, де туристичні потоки та розміщення традиційно набагато більше контролюються невеликою кількістю виїзних туроператорів, ніж, наприклад, у США. Перегрупування корпоративної влади, пов'язане з глобалізацією та зміною конфігурації економічної влади держав, мало різноманітні наслідки для організації праці та трудових відносин у світовій індустрії туризму. Незважаючи на те, що ступінь інтеграції різних регіонів у капіталістичні ринки та масштаб проникнення транснаціональних компаній є нерівномірними, постійно зростаюча складність глобалізованих туристичних товарних ланцюгів чітко демонструється все більш непрозорими та складними рівнями аутсорсингу, які роблять конкретні фірми.

Більшість міжнародних авіакомпаній регулярно використовують зовнішніх

підрядників для забезпечення поточного технічного обслуговування, бронювання та обслуговування бортового харчування. Подібним чином, багато провідних авіакомпаній прагнули перенести допоміжні послуги на дешевші «офшорні» місця, як у випадку з British Airways, яка взяла на себе ініціативу в укладанні договорів з продажем квитків в Індію. Праця є однією з небагатьох змінних витрат у цьому секторі, тому на неї припадає основний тягар скорочення витрат. [40] У сьогоденній реальності авіакомпанії і туристичний бізнес страждає від нестачі кваліфікованих кадрів. Після масових скорочень у 2019-2020 роках, і після початку відновлення туристичних потоків у 2021-2022, майже кожен 4 ий рейс затримується, або переноситься. Це пов'язано з тим, що приблизно 40% тих, кого звільнили під час періоду масових скорочень у 2019-2020 роках, знайшли іншу професію, і не готові повертатися до туристичної галузі. Це призводить більшого числа проблем, наприклад, меншої пропускної спроможності аеропортів світу, що призводить до меншої кількості польотів, що в свою чергу не дає можливості запуснути маховик туристичної галузі на повну.

Через інтернаціоналізацію та глобалізацію економічної діяльності конкуренція з боку туризму перемістилася з місцевого рівня на світовий. Ця зміна призводить до низки стратегічних рішень, які відтепер мають враховувати як незалежні оператори, так і міжнародні туристичні організації. Незалежні туристичні оператори також бажають стати частиною міжнародної туристичної мережі, тоді як, щоб залишатися конкурентоспроможними, всесвітні туристичні організації, маючи великі мережі по всьому світу, мають намір зосередитися набагато більше на покращенні комунікацій та більш суворий контроль за витратами. Старою проблемою, є безпека міжнародного туризму. Безпека і раніше була важливою темою порядку денного кожної туристичної компанії, але зараз цей елемент займає перше місце.

Ділові поїздки є каталізатором зростання, оскільки вони є невід'ємною частиною відносин, інвестицій, ланцюгів постачання та логістики, які підтримують міжнародні торгові потоки. У країнах з економікою, що розвивається, ділові поїздки часто

відіграють провідну роль у зростанні більш широкого сектору подорожей і туризму, створюючи інфраструктуру та робочі місця, необхідні для транспортування, розміщення та інших послуг, які туристи та економіка в цілому можуть отримати належним чином. курс. У 2019 році на ділові поїздки по всьому світу було витрачено майже 1,3 трильйона доларів США; 21% від загальних витрат на подорожі та туризм.

Ділові подорожі постраждали від COVID-19 непропорційно: у 2020 році витрати скоротилися на 56,2%. Незважаючи на виклики останніх двох років, сектор адаптується та відновлюється. У 2021 році почалося відновлення сегмента, зростання якого сягнуло 30,9% порівняно з 2020 роком. З прогнозами, які вказують на подальше зростання на 41,1% цього року та середньорічне зростання на 5,5% між 2022 і 2032 роками, ділові поїздки залишаються важливою частиною екосистема подорожей.

2.3 – Тенденції розвитку міжнародного туризму

Дивлячись на довгостроковий прогноз, між 2022 і 2032 роками очікується, що внесок подорожей і туризму в світову економіку зростатиме в середньому на 5,8% на рік, що більш ніж вдвічі перевищує середній річний темп зростання в 2,7%, оцінений для світової економіки. . За цей же період прогнозується, що сектор створить 126 мільйонів додаткових робочих місць. [6]

У всьому світі країни впроваджують маркетингові та рекламні стратегії, спрямовані на стимулювання внутрішніх і зовнішніх подорожей і відновлення довіри споживачів. У багатьох країнах внутрішні кампанії є першим кроком до відновлення туризму та активізації туристичної економіки, за якими згодом підуть маркетингові та рекламні зусилля для залучення іноземних мандрівників. У той час як більшість країн запускає нові кампанії внутрішнього туризму, деякі посилюють існуючі кампанії

внутрішнього туризму. Загалом ці кампанії просуваються переважно через цифрові платформи та соціальні медіа, телевізійну та радіорекламу; деякі уряди використовують більш креативний та інноваційний підхід, використовуючи великі дані, просуваючи конкурси або створюючи нові платформи, що пропонують туристичний досвід та допомогу місцевих підприємств. Використовуючи різні гасла, туристичні органи зосереджуються або на просуванні маловідомих напрямків, сільських і природних територій, або на висвітленні їхніх найбільш знакових пам'яток і популярних місць. Незалежно від фокусу, передане повідомлення є принципово однаковим: стимулювати внутрішній попит і відновити довіру до туризму.

З метою сприяння внутрішньому туризму деякі органи влади також використовують онлайн-інструменти для надання інформації про обмеження на подорожі та заходи безпеки на території.

Деякі країни зосереджують свої зусилля на розробці або зміцненні конкретних продуктів для стимулювання внутрішнього туризму, головним чином тих, що пов'язані з природою та активним відпочинком на відкритому повітрі, далеко від густо населених місць. До них належать оздоровлення, природоохоронні території, пригодницький та екотуризм, культурний та гастрономічний туризм та сільський туризм. Крім того, деякі країни також працювали над заохоченням туризму у своїх столицях (міський туризм). Іншим напрямком розвитку продукту є просування автомобільних подорожей і національних маршрутів, що з'єднують різні напрямки.

Тобто на сьогоднішній день, навіть якщо звертатися до Таблиці 1, можна побачити, що більшість країн намагаються стимулювати внутрішній туризм, перед тим, як повністю запускати іноземні туристичні потоки. Зацікавлені сторони на різних рівнях (національному та місцевому) та залучення приватного сектору широко розглядаються в заходах, які застосовуються для стимулювання внутрішнього туризму. У багатьох країнах органи туризму співпрацюють з іншими зацікавленими національними органами (Міністерство транспорту, Міністерство фінансів, Міністерство культури

тощо), щоб, наприклад, пропонувати ваучери на відпочинок та інші стимули. Національні туристичні адміністрації та національні туристичні організації (NTA/NTO) також співпрацюють з муніципалітетами. У деяких випадках муніципалітети вважаються ключовими партнерами для національних туристичних органів, оскільки їхній конкретний досвід і знання напрямків дають відповідне розуміння, коли йдеться про розробку стратегій внутрішнього туризму на національному рівні. Через численні обмеження та заборони на подорожі люди почали вибирати короткі поїздки. Багато туристів почали уникати громадського транспорту, такого як автобуси, поїзди чи навіть авіалінії. Замість цього вони планують вирушати в подорож на власному транспорті або орендувати авто, оскільки це більш безпечний варіант. Автомобільні подорожі популярні серед туристів різного віку та сімей. На додаток до цього, це зменшує витрати на подорожі та величезні варіанти призначення на вибір.

Війна посилює тиск на і без того складні економічні умови, підриваючи довіру споживачів і підвищуючи інвестиційну невизначеність. Серед несприятливих економічних факторів, які можуть вплинути на попит на подорожі, є різке зростання цін на нафту та загальна інфляція, а також підвищення процентних ставок і постійне порушення ланцюжків поставок. Конфлікт спричинив підвищення цін на такі товари, як енергія та продукти харчування, оскільки росія та Україна є основними експортерами сировини. Різке зростання цін на нафту (з мінімуму в 40 доларів США за барель Brent у 2020 році до понад 100 доларів США в березні 2022 року, що є найвищим за 10 років), а також зростання інфляції роблять транспорт і проживання дорожчими, створюючи тиск на купівельної спроможності та заощаджень споживачів. Ефективне відновлення міжнародних подорожей також продовжуватиме залежати від забезпечення справедливості щодо вакцин та координації відповіді між країнами щодо обмежень на поїздки, узгоджених протоколів безпеки та гігієни та ефективної комунікації, щоб допомогти відновити довіру споживачів. Інфляція, яка вже була високою на початку року, може бути ще щонайменше на 2,5 відсоткових пункти вищою. Ціновий шок,

особливо на продовольство та енергію, ризикує призвести до порушення виробництва товарів і послуг у всьому світі та збільшити бідність. [41]

На сьогоднішній день майже неможливо дати точний прогноз по динаміці росту міжнародної торгівлі. Економічний відлік галузі почався з нової сторінки у 2019 році, зруйнувавши всі існуючі до того прогнози, системи, правила, динаміки та перспекти, запустивши новий початок для цілого сектору економіки. Про це можна стверджувати просто продивившись скільки відсотків від показників 2019 року мав 2020 рік для міжнародного туризму. Падіння на 72%, мільйони закритих бізнесів, звільненні люди, нестача штату, війна в Україні, нові штампи, правила в'їзду та виїзду, вакцинації, нові системи дистрибуції послуг, відносно невелика частина людей які готові подорожувати традиційними методами. Все це має свій вплив на міжнародний туризм, який на сьогоднішній день знаходиться на новому початку свого життя. За останні 2 роки ми бачимо динаміку відновлення, але нещодавно був знайдений новий штамп коронавірусу, що може змінити ситуацію. Отже, основною динамікою міжнародного туризму є його становлення. Потенційно, якщо допустити ситуацію при якій коронавірус більше не є перешкодою та проблемою для туристів, війна закінчена, то можна очікувати активного, навіть скачкового відновлення рівня міжнародного туризму до доковідних часів. Звичайно, світовій економіці знадобиться деякий час, щоб оговтатись від наслідків коронавірус та війни, приблизно 5 років, як зазначають експерти McKinsey [42], але цей сценарій занадто оптимістичний. Виходячи з інформації про те, що більшість авіакомпаній мають величезний дефіцит людської сили, із-за небажання багатьох людей повертатися до того виду робіт який вони робили до коронавірусу, можна брати за тенденцію брак людей у сфері міжнародного туризму. Багато бізнесів перейшли на локальну підтримку і локальну дистрибуцією, і більше не мають за мету насичення через кошти міжнародних відвідувачів. Якщо зовнішні чинники не будуть впливати на міжнародний туризму як на нього вплинув ковід, то можна стверджувати, що за стабільності

зовнішньополітично-економічно-соціально-медичних показників, міжнародний туризм буде поступово відновлювати свою роботу, і поступово збільшувати свою присутність у дистрибуції світового ВВП. Очікується, що кількість туристів у всьому світі не повернеться до свого рівня до пандемії не раніше 2024 року, заявила Всесвітня туристична організація.

Згідно з Всесвітнім туристичним барометром мадридського агентства ООН, дуже заразний варіант Омикрон, хоч і легкий, «завадить відновленню» на початку 2022 року після того, як у минулому році спостерігалось чотири відсоткове зростання порівняно з 2020 роком. [43]

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

3.1 – Проблеми туристичної галузі у світі та в Україні

Військовий напад росії на Україну становить проблему міжнародному туризму. Це посилює і без того високі ціни на нафту та витрати на транспортування, збільшило невизначеність і призвело до перебоїв у подорожах у Східній Європі. Напрямки, які найбільше постраждали (крім росії та України), це Республіка Молдова з падінням кількості рейсів на 69% з 24 лютого (порівняно з рівнем 2019 року), Словенія (-42%), Латвія (-38%) та Фінляндія (-36%) за даними Eurocontrol [44].

Незважаючи на конфлікт, з середини березня до початку травня європейський авіасполучення стабільно зростає. Бронювання авіаквитків також свідчить про зростання попиту на подорожі всередині Європи та рейси зі США до Європи. Послаблення обмежень на поїздки сприяє нормалізації подорожей (36 країн скасували всі обмеження на подорожі, пов'язані з COVID 19, але військовий конфлікт продовжує становити серйозну загрозу для його відновлення.

Згідно з даними GlobalData Tourism Demands and Flows Database [45], між 2014 і 2019 роками в Україні спостерігалось значне зростання в'їзного туризму, причому в 2019 році кількість прибуттів досягла приблизно 2,5 мільйона, а в 2020 році впала на 71% через пандемію.

За дванадцять місяців прогнози свідчать про позитивне зростання у 2021 році, коли очікується, що в'їзні поїздки досягнуть приблизно 1,2 мільйона.

На жаль, триваюча політична нестабільність, про яку повідомлялося цього року, призведе до скорочення в'їзних туристичних відвідувань, що матиме серйозний вплив

на туристичний сектор, який прагне до відновлення. [46]

На жаль, постраждають не лише в'їзні поїздки в Україну. Раніше Україна була одним із найшвидше зростаючих вихідних ринків Європи, з виїзним туризмом, який стабільно зростав між 2009 і 2019 роками, значно скоротився у 2020 і повністю заморозився 2022. Такі напрямки, як Польща та Туреччина також можуть постраждати, оскільки Україна зараз є важливим джерелом ринку для цих напрямів. Крім того, ринки, що розвиваються, такі як Румунія та Болгарія, також відчувають тиск, оскільки ці напрямки борються з потенційно бурхливим роком у туристичному секторі.

Для глибокого розуміння, потрібно проаналізувати дані статистичного сайту України [47] та дані НТУУ [48]. Рисунок 3.1 показує динаміку кількості громадян які виїхали та які в'їхали до України у проміжку між 2012 і 2020 роком.

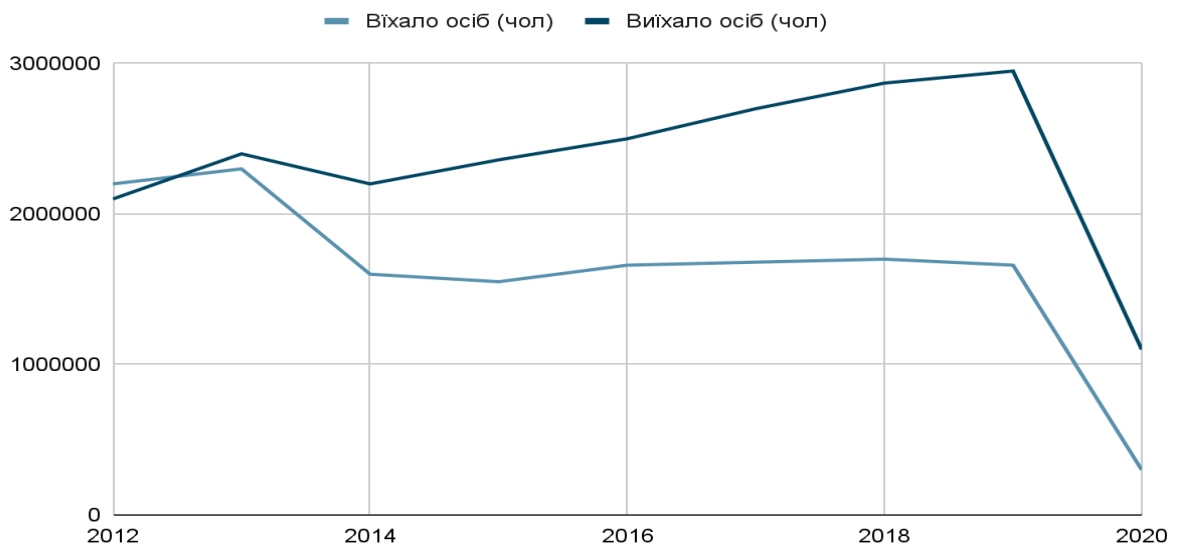


Рисунок 3.1 - В'їзд та виїзд туристів з та в Україну за 2012-2020 роки.

розроблено автором на основі даних [47],[48]

З рисунку можна побачити, що перший злам відбувся у 2013-14 роках. Пов'язано це було з політичною та військовою ситуацією в Україні, окупацію ПО Крим, та з початком війни на сході України. Незважаючи на це, з 2015 по 2019 роки дуже сильно зросла кількість людей які виїжджали з України для туризму за кордон. Це можна

пояснити впровадженням безвізу між країнами Європейського союзу та України. У 2019 році можна побачити ще один злам. Цей злам набагато сильніший, і це початок коронавірусу та глобальної пандемії та локдауну. У 2022 році туристична діяльність в Україні заморозила своє існування.

Туристична діяльність в Україні прямо пропорційно залежить від її політичної та внутрішньої ситуації. Саме політична та внутрішня ситуація диктують не просто стан, а й майбутній розвиток міжнародного туризму в Україні. Великою проблемою є непропорційне зростання кількості людей які виїждять з України, та кількості людей які приїжджають до неї. Після введення безвізу, кількість людей які подорожують за кордон збільшилася майже на 20%, в той час як кількість людей які вибирають місцем призначення Україні збільшилася лише на 3%. Це вказує на не привабливість України як пункту призначення для туристів.

Також існує велика нерівномірність розподілення туристичних потоків по регіонах України. Рисунок 3.2 ілюструє кількість туристів обслугованими туроператорами по регіонах України у 2020 році

З рисунку 3.2 можна побачити, що майже 100% всіх туристів були обслуговувані в М.Києві. Виходячи з цього показника, можна вважати, що більшість людей які їхали за кордон, оформлювали поїздки у Києві, і більшість людей які приїжджають з за-кордону, їхали саме у Київ.

Геополітичні проблеми зазвичай призводять до значного падіння туризму, як це спостерігається в багатьох інших країнах за останні роки.

Мабуть, найпомітнішим прикладом стала невдала спроба державного перевороту в Туреччині в 2016 році. Світ також має свої проблеми туристичної галузі, як наприклад багато підприємств, особливо МСП, які зазвичай мають менший доступ до фінансування, борються за виживання.

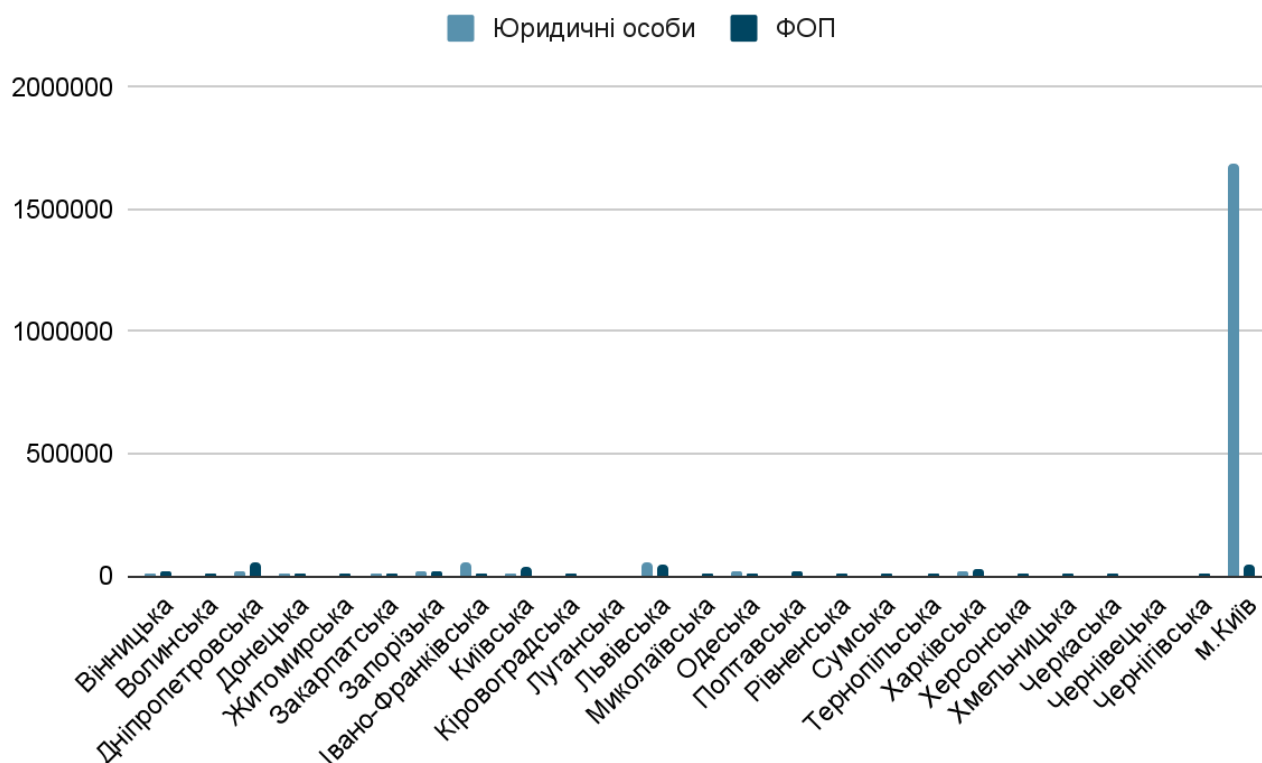


Рисунок 3.2 - Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, у 2020 році за регіонами

Розроблено автором на основі [47][48]

Також відбувся «відтік талантів» із сфери дозвілля та гостинності в інші сектори після втрати роботи, що вплине на відновлення.

Існують значні проблеми з розумінням того, які підприємства та послуги закриті, незалежно від того, чи вони закриті назавжди (чи закриті лише на сезон), чи відкриті, можливо, із зменшеною потужністю чи адаптованою пропозицією.

Це може означати нестачу послуг для відвідувачів і джерело напруженості між мешканцями та відвідувачами через обмежену кількість заходів.

Внутрішні туристи та місцеві жителі мають різні потреби та пропонують іншу «цінність» порівняно з іноземними відвідувачами. Загальні витрати, як правило, нижчі, а місцеві гості в середньому залишаються коротше.

Однак потік витрат на місцеві підприємства часто більший. Зміни в потоках відвідувачів - наприклад, щоб забезпечити соціальне дистанціювання в центрах міст, означають, що нормальний транспорт і мобільність були порушені, а тимчасові заходи (такі як бар'єри та знаки) можуть вплинути на естетику та враження.

Відбувся значний поворот до систем онлайн-бронювання та вимоги бронювати заздалегідь, що вплинуло на спонтанність і легкість відвідувачів. Є ознаки того, що ставлення жителів до туризму погіршується в деяких місцях. Наприклад в штаті Флорида, Кі-Вест, виборці вирішили заборонити круїзним лайнерам відвідувати порт.

Іншою великою проблемою туристичної галузі в Україні є відсутність систематичного ланцюжка розповсюдження інформації про Український туристичний відпочинок, відсутність туристичних представників за кордоном. Відсутня будь яка координація центрів надання туристичних послуг, для покращення іміджу України на міжнародній арені. Це пов'язано з іншими проблемами, такими як часте недотримання міжнародних стандартів та норм розміщення, відсутність історичної розбудови, недотримання екологічних норм, низькоякісний туристичний продукт (як послуга), не розвинена система курортних можливостей України, тощо. Всі ці проблеми не дають Українській туристичній галузі бути потенційно великим вкладником в ВВП країни.

Відсутність реклами про туризм в Україні відсутній навіть на внутрішньому ринку, і середньостатичному Українському споживачу більше доступна реклама про міжнародний туризм, з найбільш популярними закордонними містами відпочинку, ніж з Українськими.

Основний ряд проблем на сьогоднішній день виходить із неспровокованої загарбницької війни в Україні, наряду із намаганням відновити роботу туристичної галузі у постактивном ковідному світі, де логістичні маршрути зазнають великих змін із-за війни, а спалахи нових штамів коронавірусу змушують деякі країни по другому колу закривати свої кордони. В Китаї нещодавно почалася нова хвиля коронавірусу, що в короткочасній перспективі змусить світ повернутися до більш закритих кордонів, і

більше жорстоких регуляцій на дозвіл відвідування. Поміж війни в Україні є ряд великих проблем, які потребують вирішення у короткостроковій післявоєнній перспективі. Ці проблеми мають як зовнішній, так і внутрішній характер.

3.2 Особливості розвитку туристичної галузі в Україні та стратегія післявоєнного розвитку туристичної галузі

Туризм є значним внеском в економіку України, при цьому важливу роль відіграє як міжнародний, так і місцевий туризм. За даними Мінекономіки, у 2018 році галузь туризму створила близько 5% ВВП України та дала роботу близько 1,5 млн осіб. [50]

Міжнародний туризм є основним джерелом прибутку для України, країна щороку приваблює мільйони відвідувачів. Країна має багату культурну спадщину, включаючи історичні місця, музеї та мальовничі ландшафти, що робить її популярним місцем для туристів. Ця галузь також підтримується вигідним географічним розташуванням країни з хорошим транспортним сполученням з іншими європейськими країнами та світом.

Міжнародний туризм має позитивний вплив на економіку України, створюючи робочі місця в туристичному секторі, наприклад, у готелях, ресторанах та транспортних послугах. Галузь також стимулює місцеву економіку, отримуючи дохід за рахунок податків і зборів, а також підтримуючи місцевий бізнес, наприклад магазини, місцевих екскурсоводів і ресторани.

Окрім прямих економічних вигод, міжнародний туризм також створює непрямі вигоди, створюючи побічні ефекти для місцевої економіки. Це відбувається, коли туристи витрачають гроші на місцеві товари та послуги, що, у свою чергу, створює

додаткову економічну активність та можливості для працевлаштування.

Місцевий туризм також є важливим фактором економіки України, оскільки багато українців подорожують усередині країни, щоб відвідати мальовничі місця, культурні пам'ятки та історичні місця. Цей вид туризму допомагає стимулювати місцеву економіку та створює можливості для працевлаштування, особливо в сільській місцевості.

Зрозуміло, що вся економіка України буде переформатована та змінена після перемоги у війні. Форматуванню підпадає і туристична галузь. До того, як запусити туристичну галузь, потрібно буде витратити близько 4 років на повне розмінування всієї території України, так як на сьогоднішній день заміновано близько 35% усієї території України. Наражати майбутніх туристів на небезпеку - це те, чого не може допустити ні одна цивілізована країна. Але для повного відновлення потрібні інвестиції західних партнерів.

Розмір інвестицій, необхідних для відновлення України, досі незрозумілий через туман війни. За попередніми оцінками, вартість відновлення пошкодженої української інфраструктури становить понад 500 мільярдів доларів. Країнам ЄС незабаром доведеться прийняти рішення щодо масштабу та характеру свого внеску.

Вони можуть вибрати комбінацію прямих бюджетних грантів ЄС; двосторонні позики, гранти та гарантії держав-членів; та над довгострокові пільгові звичайні позики. Загально Фінансові гранти будуть суперечливими в деяких державах-членах. Збільшення відносної ваги двосторонніх внесків держав-членів або перегляд Багаторічної фінансової рамки ЄС буде таким же суперечливим. Лідери ЄС не повинні ні уникати, ні затягувати ці дебати, оскільки інші міжнародні донори, перш за все Сполучені Штати, ймовірно, обумовлювати суть і масштаби, та мають свою участь на основі фінансової переваги ЄС.

Найважливішим способом розблокування потенціалу приватного капіталу і, таким

чином, надходження прямих іноземних інвестицій в Україну було б запровадження «страхування війни» для певних приватних інвестицій, підкріплення гарантіями міжнародних донорів. Враховуючи масштаби потенційних фінансових зобов'язань, слід розглянути незвичайні джерела фінансування. Арешт заморожених російських активів може стати вагомим внеском у фінансування України, але лише в довгостроковій перспективі. Хоча для цього може знадобитися нова правова база в більшості країн-донорів і, отже, потрібен час для реалізації, арешт заморожених активів центрального банку Росії, які наразі становлять 300 мільярдів доларів, є багатообіцяючим і результативним варіантом.

На сьогоднішній день існує декілька привабливих напрямків для подорожей в Україні. Це Карпати, де розташована найбільша кількість туристичних бізнесів, і яка має найбільший як іноземний так і внутрішній туристичний потік. Одеса, як курортне місто для відпочинку, Київ, як найрозвинутіше місто України, і Львів, який побудований на європейських архітектурних традиціях. Україна може прискорити своє відновлення, агресивно використовуючи цифрові інструменти в маркетингу, дослідженнях і управлінні напрямками. Існує очевидна можливість охопити більшу аудиторію як внутрішніх, так і міжнародних туристів і вплинути на їхні рішення про подорожі. Буде сприяння більш широкому використанню цифрових платформ і контенту. Це збільшить охоплення, підвищить ефективність і значні економічні вигоди. Війна дає Україні можливість прийняти цифрові технології та усвідомити їх переваги. Розширюючи економетричну модель, яка визначає взаємозв'язок між впровадженням цифрових технологій і зростанням подорожей, збільшення використання цифрових платформ для задоволення ринкових переваг джерела та конкурентів підвищить впевненість мандрівників, конкурентоспроможність місць призначення та частку ринку.

Коли компанії адаптують існуючі цифрові процеси, щоб краще відповідати умовам

відновлення та майбутнього індустрії туризму, вони приносять у свою роботу додаткову продуктивність, що позначається на економіці.

Ці цифрові інвестиції заохочують туристичні бізнеси ставати більш креативними та конкурентоспроможними в залученні попиту мандрівників, одночасно удосконалюючи власні бізнес-практики.

Забезпечення сучасної бізнес-моделі може стабілізувати робоче середовище, одночасно заохочуючи розумніший інноваційний підхід до туризму. Наприклад, внутрішнє використання хмарних обчислень створює середовище для тур.бізнесів, яким можна керувати з будь-якого місця з надійним доступом до Інтернету. [49]

Однією з головних проблем міжнародного туризму у 2022 році є зменшення кількості туристів, які відвідують різні країни. Через обмеження на міжнародні поїздки та закриття кордонів багато мандрівників не можуть здійснити заплановані поїздки, що призводить до значного падіння попиту на туристичні послуги. Це мало значний вплив на засоби до існування людей, які працюють у туристичній індустрії, та на економіку багатьох країн, які залежать від туризму.

Ще однією проблемою є відсутність довіри серед мандрівників через триваючу пандемію COVID-19. Через загрозу появи нових варіантів багато мандрівників стурбовані своєю безпекою та ризиком зараження вірусом під час поїздок за кордон. Це призвело до зниження попиту на міжнародні подорожі, навіть коли країни почали знову відкривати свої кордони.

Крім того, раптовий перехід до віддаленої роботи та онлайн-навчання призвів до скорочення ділових подорожей, які в минулому були основною рушійною силою міжнародного туризму. Це призвело до зниження попиту на готельні та конференц-зали, що вплинуло на бізнес у цих секторах та економіку в цілому.

Окрім цих проблем, вартість міжнародних поїздок також зросла, оскільки багато авіакомпаній і готелів стягують вищі ціни через пандемію. Це зробило подорожі дорожчими для туристів, зробивши їх менш доступними для тих, хто має обмежений

бюджет.

Щоб вирішити ці проблеми, уряди та відповідні органи в усьому світі повинні вжити конкретних заходів для відродження індустрії туризму. Це включає в себе впровадження заходів для забезпечення безпеки мандрівників, сприяння міжнародним подорожам і вирішення проблем мандрівників щодо ризику зараження вірусом.

Зовнішня реалізація таких технологій, як штучний інтелект (AI), може допомогти мандрівникам досліджувати або бронювати на веб-сайтах за допомогою чат-ботів. Це розширення може стати цінним джерелом даних для вимірювання того, як люди взаємодіють із їхнім веб-сайтом. Крім того, збір створеного користувачами контенту з платформ соціальних медіа може створити запис про імідж, який туристичний бізнес створив серед своїх потенційних і колишніх мандрівників.

Штучний інтелект може також допомогти і повністю змінити туристичну галузь завдяки:

Персоналізованим рекомендаціям щодо подорожей: алгоритми штучного інтелекту можуть аналізувати вподобання мандрівника та пропонувати персоналізовані маршрути подорожей, розміщення та заходи. Це може заощадити час і зусилля мандрівників у процесі планування та збільшити ймовірність задоволення та приємної подорожі.

Віртуальні тури та доповнена реальність: віртуальні тури на основі штучного інтелекту та досвід доповненої реальності можуть дозволити мандрівникам попередньо переглянути пункти призначення перед їх відвідуванням. Наприклад, мандрівники можуть використовувати гарнітуру віртуальної реальності, щоб здійснити віртуальну екскурсію готелем, музеєм чи іншою пам'яткою.

Обслуговування клієнтів: чат-боти на основі штучного інтелекту можуть надавати миттєву підтримку клієнтів і відповідати на запитання 24/7, покращуючи загальний досвід роботи з клієнтами.

Прогностична аналітика: штучний інтелект може аналізувати величезні масиви

даних, щоб робити прогнози щодо поведінки та вподобань мандрівників, дозволяючи туристичним компаніям приймати обґрунтовані рішення щодо ціноутворення, маркетингу та інших бізнес-стратегій.

Покращена безпека та безпека: штучний інтелект може допомогти забезпечити безпеку та безпеку мандрівників за допомогою таких технологій, як розпізнавання облич, камери безпеки та прогнозна аналітика злочинів.

Оптимізований транспорт: AI може оптимізувати транспортні системи, скорочуючи час очікування, підвищуючи ефективність і покращуючи загальні враження від подорожі. Наприклад, системи керування дорожнім рухом на основі штучного інтелекту можуть допомогти зменшити затори та покращити транспортний потік.

Екологічна стійкість: штучний інтелект може допомогти індустрії туризму стати більш стійкою шляхом зменшення споживання енергії, відходів та іншого впливу на навколишнє середовище. Наприклад, системи управління енергією на основі штучного інтелекту можуть оптимізувати використання енергії в готелях, зменшуючи витрати енергії та витрати.

Усі ці практики можуть сприяти розробці ефективних кампаній, націлених на фокус групи, використовуючи знання, отримані в результаті розширення колекції даних про мандрівників.

Для того, щоб якісніше запуснути маховик туризму, потрібно слідкувати за трендами в психології людини, які на сьогоднішній день змінюються постійно. Новий узор поведінки може підштовхнути людину зробити неординарний вибір. Додаючи пікову популярній Україні, потрібно також встигнути побудувати достатню кількість туристичних місць, відновити більшість міст і сіл, пошкоджену інфраструктуру, тощо. Україна ніколи не розвиває свою туристичну галузь із-за низької впізнаваності на ринку туристичних напрямків, але сьогодні ситуація змінилася, і після війни на Україну чекає великий приплив туристів з усього світу.

Держава Україна здійснює цілеспрямований вплив на розвиток сфери туризму (державна туристична політика, ефективне державне регулювання туристичної діяльності). Головна мета процесу — забезпечення нормальних умов стійкого функціонування туристичної сфери країни.

Закон України «Про туризм» визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності.

Цілі державного регулювання: Забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав.

Безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд.

Збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій.

Створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму:

Удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму.

Забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення робочих місць.

Розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму.

Розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому ринку.

Створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання.

Забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Уряд України у 2017 році схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Стратегію розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь.

Напрями реалізації Стратегії розвитку туризму і курортів в Україні:

- забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів;
- імплементація законодавства ЄС у сфері туризму;
- забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури;
- удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму;
- формування і просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму.

Мета реалізації Стратегії розвитку туризму і курортів в Україні:

- формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей;
- перетворення туризму на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок

конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Реалізація Стратегії здійснюється за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів та інших джерел не заборонених законодавством, обсяг фінансування визначається щороку з урахуванням конкретних завдань і реальних можливостей. [50]

Це вказує на можливі поштовхи до покращення положення Українського туризму на міжнародному рівні. Звичайно, війна внесла свої корективи у цю стратегію, і Україні знадобиться більше років для відновлення всієї інфраструктури, але ця стратегія обхватила більшу частину проблем, які потрібні вирішити. Є ще ряд проблем, які потрібно вирішити. Тіньова економіка, відсутність економічного стимулювання розвитку малих та великих підприємств в сфері туризму, корупція, що також дуже сильно будуть впливати на швидкість розвитку міжнародного туризму в Україні.

Інфраструктура та транспортна система в Україні також створюють проблеми для туристів, оскільки багато напрямків є важкодоступними, а варіанти для міжнародних та внутрішніх подорожей обмежені.

Український уряд та відповідні органи влади вжили заходів для вирішення цих проблем та популяризації країни як туристичного напрямку:

Розвиток інфраструктури: Україна працює над покращенням своєї туристичної інфраструктури, включаючи розвиток нових готелів і курортів, а також модернізацію існуючих транспортних мереж. Уряд також запустив ряд ініціатив для заохочення інвестицій у туристичний сектор, включаючи податкові пільги для нових підприємств та інвестиції в просування туризму.

Просування культурної спадщини: Україна має багату культурну спадщину, включаючи стародавні руїни, середньовічні замки та історичні міста. Уряд працює над популяризацією культурної спадщини країни як основного об'єкта туризму, покращуючи доступ до цих

місць, розробляючи нові туристичні маршрути та просуваючи культурні події та фестивалі країни.

Розширення пригодницького туризму: Україна є домом для різноманітних видів відпочинку на природі, включаючи катання на лижах, піші прогулянки та водні види спорту. Уряд працює над сприянням пригодницькому туризму, розробляючи нову інфраструктуру відпочинку на природі та забезпечуючи навчання та підтримку місцевих туроператорів.

Підвищення рівня безпеки: одним із основних викликів, з якими стикається індустрія туризму в Україні, є безпека, особливо в районах країни, які постраждали від конфлікту. Уряд працює над покращенням безпеки туристів, збільшуючи присутність поліції, покращуючи охорону кордону та посилюючи інфраструктуру розвідки та безпеки країни.

Заохочення іноземних інвестицій: український уряд працює над залученням іноземних інвестицій у туристичний сектор, пропонуючи податкові пільги та інші стимули для іноземних інвесторів. Це призвело до низки нових проектів, пов'язаних із туризмом, включаючи нові готелі, курорти та культурні пам'ятки, а також нові транспортні мережі.

Співпраця з сусідніми країнами: Україна працює над співробітництвом із сусідніми країнами для розвитку транскордонних туристичних ініціатив, включаючи спільні маркетингові кампанії, спільні транспортні мережі та скоординовані туристичні інформаційні служби. Це допоможе залучити туристів із сусідніх країн, а також сприятиме розвитку нових туристичних продуктів і послуг

3.3 – Перспективи розвитку міжнародного ринку туризму

Розвиток міжнародного туризму має важливе значення і впливає не тільки на основні показники країни, але й бере участь у стимулюванні розвитку багатьох галузей

економіки: транспортної діяльності, зв'язку, торговельних відносин, будівництва інфраструктури та благоустрою рекреаційних зон, а також усіх сфер. Загалом, модернізація сільського господарства, продуктивність споживання продукції населенням і туристичний потік - ці напрямки розвитку передбачають один із передових етапів перебудови економічної системи.

За даними UNWTO Азіатсько-Тихоокеанський регіон отримує більшість нових прибуттів. За прогнозами, кількість міжнародних туристів до Азіатсько-Тихоокеанського регіону зросте на 331 мільйон за два десятиліття, з 204 мільйонів у 2010 році до 535 мільйонів у 2030 році. Близький Схід і Африка також очікується. більш ніж удвічі кількість прибуттів за цей період, відповідно з 61 мільйона до 149 мільйонів і з 50 мільйонів до 134 мільйонів. Європа (з 475 млн до 744 млн) і Америка (з 150 млн до 248 млн) ростуть порівняно менше. Як наслідок, частки світового ринку Азії та Тихоокеанського регіону зростуть (до 30% у 2030 році, порівняно з 22% у 2010 році), Близького Сходу (до 8%, з 6%) та Африки (до 7 %, з 5%), а також подальше зниження частки Європи (до 41%, з 51%) та Америки (до 14%, з 16%), переважно через повільніше зростання Північної Америки, Північної Європи та Західна Європа. Південна Азія буде субрегіоном із найшвидшим зростанням міжнародних прибуттів. Південна Азія буде субрегіоном із найшвидшим зростанням у відносному вираженні (+6,0% на рік), але з низької бази.

Західна та Центральна Африка (+5,9% на рік), Східна Африка (+5,8% на рік) і Центральна Америка (+5,2% на рік) також демонструють швидке зростання на порівняно помірній основі, тоді як Південно-Східна Азія (+5,1% на рік) і Північно-Східна Азія (+4,9% на рік) продовжують зростати швидкими темпами, додаючи до вже значних базових обсягів. Прогнозується, що Південна Америка, Північна Африка та Близький Схід зростатимуть у середньому на 4,5% або трохи вище на рік. Натомість Північна Америка (+1,7% на рік) демонструватиме найповільніше зростання. Північно-Східна Азія стане найбільш відвідуваним субрегіоном у 2030 році

В абсолютних цифрах Північно-Східна Азія є найшвидше зростаючим субрегіоном, додаючи майже 9 мільйонів прибуттів на рік. До 2030 року він стане субрегіоном, який прийме найбільше міжнародних прибуттів, з 293 мільйонами, перевершивши Південну та Середземноморську Європу (264 мільйони) та Західну Європу (222 мільйони). Південно-Східна Азія (187 мільйонів) стане четвертим найбільш відвідуваним субрегіоном, за нею йдуть Центральна та Східна Європа (176 мільйонів), Близький Схід (149 мільйонів) і Північна Америка (138 мільйонів). Майбутні прибуття будуть більш рівномірно розподілені між пунктами призначення. Різниця в темпах зростання між субрегіонами призведе до значного зсуву їх часток у загальному обсязі міжнародних туристських прибуттів. Оскільки все більше і більше напрямків інвестують у розвиток туризму, традиційна концентрація міжнародних туристичних прибуттів у відносно не багатьох напрямках буде ще більше зменшуватися. Майже всі менш відвідувані субрегіони набирають частку за рахунок найбільш відвідуваних.

До 2030 року Північно-Східна Азія стане найвідвідуванішим субрегіоном, на який припадатиме 16% від загальної кількості прибулих (з 12% у 2010 році), поступившись Південній та Середземноморській Європі з часткою 18% у 2030 році. У 2010 році Західна та Центральна Африка були найменш відвідуваними субрегіонами з часткою 0,7%, але ця частка зросте до 1,2% у 2030 році, тоді як Океанія буде найменш відвідуваним субрегіоном у 2030 році з часткою 1,0%, у порівнянні з 1,2% в 2010 році, в 2030 року кількість міжнародних туристів досягне 1,8 мільярда

За прогнозованих темпів зростання кількість міжнародних туристів у всьому світі має перевищити 1 мільярд до 2012 року порівняно з 940 мільйонами у 2010 році. Очікується, що до 2020 року ця цифра сягне близько 1,4 мільярда. До 2023 року планується позначка в 1,5 мільярда, а до 2030 року – 1,8 мільярда.

Очікується, що в 2015 році економічні напрямки, що розвиваються, перевищують напрямки розвиненої економіки за кількістю міжнародних прибуттів

Очікується, що кількість міжнародних прибуттів у напрямки з економікою, що розвивається, продовжуватиме зростати вдвічі швидше (+4,4% на рік), ніж у країни з розвинутою економікою (+2,2% на рік). В абсолютному вираженні країни з економікою, що розвивається, додадуть у середньому 30 мільйонів прибуттів на рік, порівняно з 14 мільйонами в країнах з розвинутою економікою. У результаті з 2015 року країни з економікою, що розвивається, отримуватимуть більше міжнародних туристичних прибуттів, ніж країни з розвинутою економікою, і до 2030 року перевищили 1 мільярд прибуттів. У 1980 році 70% міжнародних прибуттів було зареєстровано в традиційних напрямках розвинених, індустріалізованих і диверсифікованих економік Півночі. Америки, Європи, Азії та Тихого океану. [15]

Більша відкритість країн світу означає більшу кількість відвідувачів. Перспективи розвитку, хоч і неоднозначні, але є. Коли Україна приєднається до Європейського Союзу, для неї відкриється величезний доступ до інвестицій. Це покращить якість життя в Україні. дасть людям можливість більше заробляти і більше витратити на свої особисті потреби, до яких відноситься туризм. Туризм у Європі збільшиться в рази, як і туризм в Україні, бо ставши частиною Європейського Союзу, Україна отримала офіційний статус Європейської держави. Наступні 10 років принесуть більше змін, ніж попередні 100 і міжнародний туризм починає свій розвиток з майже нуля, на руїнах пре-ковідного світу. Безсумнівно, способи порожей можуть змінитися кардинально. Віртуальна реальність дозволить нам бувати в інших країнах не виходячи із дому. Але, людина це соціальна тварина, тому ніщо не зможе замінити соціальний досвід подорожей. Питання як, чому, коли і куди ми подорожуємо, повністю зміниться протягом наступного десятиліття на основі 3 принципів майбутнього: цілісного, циклічного (сталого) та гуманного. Незважаючи на те, що пандемія COVID-19 сильно вдарила по туризму, туристичні технології привернули велику увагу венчурного капіталу та інших інвесторів, демонструючи постійну впевненість у технологіях,

підприємництві та стартапах для сталого майбутнього.

Звичайно, велика доля майбутнього туризму лежить у інтернет-просторі. Саме стартапи задають тренди розвитку, та створюють нові покупці спроможності для людей, відкривають нові продажні ланцюжки та точки дотику між споживачем та бізнесом, між послугою, та додаючи більш персоналізований дотик в систему розповсюдження та продажі товарів та послуг. Особливо після пандемії можна було побачити наскільки мобільні продукти змінили спосіб ведення бізнесу в усіх куточках світу.

Очікується, що майбутнє туризму буде сформовано технологіями, стійкістю та продовженням відновлення після глобальної пандемії.

Технології: Технології відіграватимуть важливу роль у майбутньому туризму, роблячи подорожі більш зручними та персоналізованими. Технологія запропонує мандрівникам нові та інноваційні способи планування, бронювання та досвіду поїздок, починаючи від досвіду віртуальної та доповненої реальності й закінчуючи помічниками подорожей на основі штучного інтелекту. Крім того, очікується, що прогрес у біометричних технологіях оптимізує безпеку аеропорту, зробляючи подорожі швидшими та легшими.

Екологічність: Екологічність ставатиме все більш важливою як для мандрівників, так і для індустрії туризму. Мандрівники стають більш екологічно свідомими та шукають напрямки та види діяльності, які відповідають їхнім цінностям. У результаті індустрії туризму потрібно буде адаптуватися, пропонуючи більш екологічні варіанти подорожей, скорочуючи відходи та викиди вуглецю, а також сприяючи відповідальній туристичній практиці.

Відновлення від пандемії: глобальна пандемія серйозно вплинула на туристичну індустрію, але очікується, що вона відновиться в найближчі роки. Зі збільшенням рівня

вакцинації та послабленням обмежень на подорожі мандрівники почнуть почуватися більш впевнено щодо подорожей. Проте очікується, що індустрія поступово відновлюватиметься, і мандрівники віддадуть перевагу внутрішнім і регіональним напрямкам, перш ніж вирушати далі.

Віддалена робота: через пандемію віддалена робота стала реальністю для багатьох людей, і очікується, що ця тенденція продовжиться. Як наслідок, мандрівники можуть продовжити своє перебування в місцях призначення або подорожувати частіше з метою роботи. Ймовірно, це підштовхне попит на місця з потужним підключенням до Інтернету та зручні робочі місця, такі як коворкінги та квартири з обслуговуванням.

Експериментальні подорожі. Очікується, що емпіричні подорожі або подорожі, які акцентують увагу на автентичному та культурному досвіді, продовжуватимуть зростати в популярності. Мандрівники прагнуть зануритися в місцеву культуру та традиції, а також шукають унікальні та непроторені місця. [52]

Здоров'я та благополуччя: пандемія привернула увагу до здоров'я та благополуччя, і очікується, що ця тенденція збережеться. Мандрівники шукають напрямки та види діяльності, які сприяють фізичному та психічному благополуччю, наприклад заняття йогою, оздоровчі спа та екстремальні види спорту.

Міжнародний туризм готується до значного зростання в найближчі роки, оскільки світ продовжує оговтуватися від пандемії та йде поступове послаблення обмежень на подорожі. Очікується, що наступні фактори відіграватимуть ключову роль у розвитку міжнародного туризму:

Пом'якшення обмежень на поїздки. Очікується, що обмеження на поїздки будуть пом'якшені, оскільки рівень вакцинації зростає та пандемія підпадає під контроль, що

дозволить збільшити кількість міжнародних поїздок. Це, ймовірно, збільшить попит на далекі напрямки, особливо серед мандрівників, які не мали змоги подорожувати протягом тривалого періоду часу.

Збільшення авіасполучення: очікується, що авіакомпанії збільшать пропускну спроможність і кількість рейсів у відповідь на зростаючий попит на міжнародні подорожі. Це зробить подорожі легшими та доступнішими для мандрівників, а також, як очікується, сприятиме зростанню міжнародного туризму. [53]

Зростання на ринках, що розвиваються: очікується, що на ринках, що розвиваються, таких як Азія та Африка, у найближчі роки спостерігатиметься значне зростання міжнародного туризму. Це пов'язано із зростаючим там середнім класом і збільшенням наявного доходу, що зробить міжнародні подорожі доступнішими. Крім того, ці ринки пропонують унікальні та екзотичні напрямки, які недоступні в інших частинах світу, що робить їх дуже привабливими для міжнародних мандрівників.

Потрібно зосередитись на сталому розвитку. Сталий розвиток стає все більш важливим фактором як для мандрівників, так і для індустрії туризму. Як наслідок, міжнародні напрямки повинні будуть зосередитися на зменшенні свого вуглецевого сліду, просуванні практики відповідального туризму та захисті місцевого довкілля. Це зробить їх більш привабливими для екологічно свідомих мандрівників і сприятиме зростанню міжнародного туризму.

Технологічні подорожі: технології й надалі відіграватимуть важливу роль у розвитку міжнародного туризму. Технологія запропонує мандрівникам нові та інноваційні способи планування, бронювання та досвіду поїздок, починаючи від досвіду віртуальної та доповненої реальності й закінчуючи помічниками подорожей на основі штучного інтелекту. Крім того, очікується, що прогрес у біометричних технологіях оптимізує безпеку в аеропорту, зроблячи міжнародні подорожі швидшими та легшими.

Зростання емпіричних подорожей. Очікується, що емпіричні подорожі або подорожі,

які акцентують увагу на автентичному та культурному досвіді, продовжуватимуть зростати в популярності. Мандрівники прагнуть зануритися в місцеву культуру та традиції, а також шукають унікальні та непроторені місця. Очікується, що ця тенденція сприятиме зростанню міжнародного туризму, особливо на ринках, що розвиваються, де багато унікальних та екзотичних місць.

Збільшення оздоровчого та оздоровчого туризму: пандемія привернула увагу до здоров'я та оздоровлення, і очікується, що ця тенденція збережеться. Мандрівники шукають напрямки та види діяльності, які сприяють фізичному та психічному благополуччю, наприклад заняття йогою, оздоровчі спа та екстремальні види спорту. Ймовірно, це сприятиме зростанню міжнародного туризму, оскільки мандрівники шукатимуть ці напрямки та досвід по всьому світу.

Міжнародний туризм, незважаючи на численні переваги, зіткнеться з численними проблемами у 2023-24 роках. Нижче наведено деякі з основних проблем, з якими стикається галузь:

Виклики, пов'язані з пандемією: пандемія COVID-19 продовжує впливати на міжнародні подорожі та туризм, у багатьох країнах досі діють обмеження на подорожі та карантинні заходи. Невизначеність і непередбачуваність пандемії змушує мандрівників переглядати свої плани, і багато хто вирішує відкласти або скасувати свої поїздки. Крім того, пандемія спричинила значне падіння попиту на міжнародні подорожі, і галузь все ще оговтується від спричиненого цим економічного впливу.

Переначисленість і погіршення навколишнього середовища: популярні туристичні напрямки стикаються з проблемами, пов'язаними з перенаселеністю, що призводить до погіршення стану навколишнього середовища та навантаження на місцеві ресурси. Такі напрямки, як Венеція, Барселона та Галапагоські острови, стикаються з проблемами,

пов'язаними з перенасиченністю, що створює тиск на місцеве середовище та негативно впливає на місцеву громаду.

Проблеми сталого розвитку: індустрія туризму є основним джерелом викидів парникових газів, і міжнародні подорожі є значним внеском у цей вплив. Як наслідок, багато напрямків шукають способи зменшити свій вуглецевий слід і сприяти більш екологічним туристичним практикам. Однак це легше сказати, ніж зробити, оскільки це вимагає значних інвестицій і узгоджених зусиль усіх зацікавлених сторін, включаючи уряди, підприємства та мандрівників. [54]

Проблеми з інфраструктурою та доступністю: багато популярних туристичних місць стикаються з проблемами, пов'язаними з інфраструктурою та доступністю. Наприклад, такі напрямки, як Балі, Таїланд і Канкун, стикаються з проблемами, пов'язаними з перенаселеністю, що спричиняє затори на дорогах, забруднення та погіршення місцевого середовища. Крім того, багато сільських напрямків стикаються з проблемами, пов'язаними з відсутністю інфраструктури, що ускладнює доступ до них мандрівникам і ускладнює отримання прибутку від туризму для місцевої економіки.

Культурне присвоєння та нечутливі туристичні практики: міжнародний туризм стикається з проблемами, пов'язаними з культурним присвоєнням та нечутливими туристичними практиками. Наприклад, у багатьох популярних напрямках спостерігається зростання «туризму з нетрів», де мандрівники відвідують бідні та маргіналізовані громади, щоб розважитися. Цей тип туризму є експлуаторським і нечутливим, він завдає шкоди місцевій громаді та руйнує культурну спадщину. [55]

Проблеми з ціною та доступністю: незважаючи на зростання попиту на міжнародні подорожі, вартість поїздки все ще є основною перешкодою для багатьох мандрівників. Авіаквитки, проживання та інші дорожні витрати стають дедалі дорожчими, що

ускладнює для мандрівників планування бюджету на поїздки. Крім того, слабка економіка в багатьох країнах змушує мандрівників переглядати свої плани подорожей, оскільки вони не можуть дозволити собі подорожувати так часто або так далеко, як вони хотіли б.

Політична нестабільність і проблеми безпеки: політична нестабільність і проблеми безпеки також впливають на зростання міжнародного туризму. Наприклад, такі країни, як Єгипет, Туреччина та Венесуела, стикаються з проблемами, пов'язаними з політичною нестабільністю, що змушує мандрівників переглядати свої плани подорожей. Крім того, мандрівники стурбовані безпекою, особливо в світлі недавніх терактів і стихійних лих.

Висновки

Туризм, на сьогоднішній день є головною рушійною силою економічного зростання, двигуном створення робочих місць, та одним із найбільших бізнес майданчиків в світі, навіть незважаючи на постійні виклики і перешкоди. В останні пару років він зазнав великих трансформацій, швидкого спаду, перекваліфікації, диверсифікації і новому пуску. Туризм має мультиплікаційний ефект у різних секторах економіки, таких як, послуги з розміщення та харчування, сільське господарство, роздрібна торгівля та транспорт.

Дослідивши еволюцію та розвиток міжнародного туризму, стало зрозуміло, як саме склалася міжнародна система туризму, які явища більше всього вплинули на його розвиток, та як змінювалися споживчі переваги туристів з плином часу. Історична перспектива показала початок зародження міжнародного туризму, який припадає на період міжнародної експансії та відкриття нових територій, а згодом становлення єдиної релігії у Європі.

З історичних чинників впливають види та форми міжнародного туризму. В основному, зрозуміло, що поділ іде за внутрішнім і зовнішнім туризмом, але саме з плином часу туризм набув інших форм та видів, особливо в останнє десятиліття, коли з'явилися такі форми туризму як зелений, спортивний, і.т.д.

В різних економіках світу, внутрішні та зовнішні чинники впливають на спосіб та рівень ведення туристичної діяльності. Деякі країни дуже сильно спираються на туризм, і коронавірус дуже сильно вдарив по економічному рівню та багатство таких країн. За поділом на регіони та континенти, можливо простежити рівень і основні показники залежності економік таких регіонів від міжнародного туризму.

Незважаючи на різний рівень впливу саме туризму на конкретні країни та регіони, на світову економіку міжнародний туризм впливає дуже сильно. Понад 10% світового

ВВП щорічно приносила сфера міжнародного туризму, та майже кожна четверта робота була пов'язана з наданням туристичних послуг.

Світова структура і динаміка міжнародного ринку туризму дуже сильно хитнулася при глобальній пандемії. Незважаючи на поступовий ріст с 2014 по 2019 рік, на початку 2020 світ сколихнула криза, через що більшість країн були змушені закрити свої кордони для міжнародних туристів, а деякі країни закрили внутрішні кордони для внутрішніх туристів, що майже повністю заморозило сферу міжнародного туризму. 2022 рік приніс неспровоковану війну в Україні, яка за собою несе збитки для всіх держав світу і всіх економічних сфер, включаючи міжнародний туризм.

Із-за туманного майбутнього, дуже складно окреслити тенденції розвитку. Аналізуючи показники і статті багатьох наукових економістів, можна стверджувати, що до доковідного рівня міжнародний туризм повернеться не раніше ніж в 2026 році. Навіть зараз можна бачити поступове зростання кількості міжнародних польотів, збільшення потоку міжнародних туристів, та поступове зняття обмеження на в'їзд та виїзд з різних країн світу.

В Україні існує ряд проблем, які впливають на стан її туристичного сектору. В основному це недостатня увага до рекламування України як популярного туристичного напрямку в світі та в самій Україні, погано розвинута інфраструктура, невиконання міжнародних умов гостинного сервісу та розміщення, не відповідання вимогам сучасної міжнародної туристичної галузі, тощо. Тіньова економіка та внутрішня ситуація в Україні не давали нам повністю погрузитися в проблему розвитку туристичної галузі, яка могла б бути великим процентом у ВВП країни.

Після перемоги у війні, Україна потрібно буде реалізувати вже існуючу стратегію розвитку міжнародної туристичної сфери, але, звичайно, з деякими поправками на ситуацію після війни. Багато часу займе розмінування територій, відбудова та побудова з нуля критичної та туристичної інфраструктури. Відновлення економіки, а після планова перекваліфікація працівників сфери туризму. Війна зробила Україну

популярною на весь світ, і після перемоги цю тенденцію потрібно зберегти, аби використати цю увагу як туристичний важіль, що допоможе відновити економіку країни в більш швидкі строки. До того ж, вступ у Євросоюз відкриває можливості для залучення іноземних інвестицій, що пришвидшує розвиток туристичного сектору України.

Прогнози давати майже неможливо, адже ситуація змінюється кожного дня. Але можна окреслити основні тенденції змін, які прогнозовано змінять туристичний сектор. Це, в основному, розвиток інформаційних технологій, технологій віртуальної та агментованої реальності, що дозволить людям більш персоналізовано вибирати точки подорожу в житті, спершу побувавши там віртуально.

Міжнародно арена змінюється кожного дня, і на сьогоднішній день дуже складно спрогнозувати можливі подальші кроки розвитку тієї чи іншої сфери. Незважаючи на гарні показники відновлення, війна внесла свої корективи в розвитку міжнародного туризму у 2022 році, і цей відбиток буде продовжувати свою тенденцію у 2023 році. Невідомо що очікує ринок через рік, або через два. Можлива поява нового штампу вірусу дасть новий негативний поштовх для і так досить постраждалої галузі, війна робить подорожі дорогими і менш доступними. Але все одно, навіть за найгірших сценаріїв, туризм буде однією з сфер економіки, яка завжди буде намагатися відновити свою роботу швидше за інші.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. “Travelling for pleasure: a brief history of tourism”. *Europeana*. URL: <https://www.europeana.eu/en/blog/travelling-for-pleasure-a-brief-history-of-tourism>
2. “History of the belgian railways”. *Trainworld*, URL:- <https://www.trainworld.be/en/collections/history-of-the-belgian-railways/1-the-early-days-1830-1835> (Дата звернення : 12.10.2022)
3. *Ueli Gyr* - “The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity” URL: - <https://d-nb.info/1020543884/34> (Дата звернення : 12.10.2022)
4. *Walter Freyer* - “Tourismus-Marketing” 1990 . P4-PG24/28
5. М. Мальська, Н. Паньків, А. Ховалко. Історія Розвитку Туризму - P5.5.1
6. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія Туризму В Україні - P2, 2.1.
7. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк – Чернівці: Книги – ХХІ, 2003. – 300 с.
8. *Cornelia Tureac* - Types and Forms of Tourism 93-102с.
9. Офіційний сайт світової організації торгівлі, URL: <https://www.wto.org> (Дата звернення : 13.10.2022)
10. Michael Hartmann - “4 new types of tourism”. *Hospitalityinsights*, URL : (<https://hospitalityinsights.ehl.edu/new-types-tourism>) (Дата звернення : 14.10.2022)
11. Презентація ЮНТВО, воркшоп від 17/20 червня 2006 року.
12. Ion-Danut Juganaru, Mariana Juganaru, Andreea Anghel. Sustainable Tourism Types, 798-802с.
13. The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background - Triarchi Ei.1 and Karamanis K.1 -Business & Entrepreneurship Journal, vol. 6, no. 1, 2017, 39-59 ISSN: 2241-3022 (print version), 2241-312X (online)Scienpress Ltd, 2017 с43-55.
14. Economic impact report. *WTTC*, URL :

<https://wttc.org/research/economic-impact> (Дата звернення : 17.10.2022)

15. Travel and tourism economic impact, *WTTC* - URL : <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf> (Дата звернення : 17.10.2022)

16. Szivas E, Riley M (1999) Tourism employment during economic transition. *Ann Tourism Res* 26(4):747–771.

17. Резолюція щодо глобального заклику до дії для орієнтованого на людину відновлення після кризи COVID-19,; та захист трудящих-мігрантів під час пандемії COVID-19: рекомендації для політиків і учасників, аналітична записка, 2020 р.

18. МОП: COVID -19 і світ праці. Сьоме видання, 14.

19. ILO Monitor: COVID-19 and the World of Work. Eighth Edition, 2021

20. OECD, International Migration Outlook 2021.

21. Статистика польотів від сервісу відстеження польотів - URL - <https://www.flightradar24.com/data/statistics> (Дата звернення : 03.12.2022)

22. Національне бюро статистики Канади, звіт - “Індикатори національного туризму, звіт за 2018рік”, URL : <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/190328/dq190328a-eng.htm> (Дата звернення : 28.12.2022)

23. Контрибуція туризму в загальний рівень ВВП URL : <https://www.statista.com/statistics/422482/contribution-of-travel-and-tourism-to-gdp-canada/> (Дата звернення : 28.12.2022)

24. Dillan Theckedath - Canada’s Tourism Economy URL : https://lop.parl.ca/sites/PublicWebsite/default/en_CA/ResearchPublications/202133E (Дата звернення : 28.12.2022)

25. Destination Canada - “Global Tourism Watch 2016 Canada Summary Report” p.2-4

26. OECD Tourism Trends and Policies 2018 p.137-141.

27. *Matt Turner*. - "Tourism to Contribute \$2.6 Billion to U.S. GDP Over Next Decade: WTTC" - URL : <https://www.travelagentcentral.com/continental-united-states/tourism-contribute-26-billion-us-gdp-over-next-decade-wttc> (Дата звернення : 08.01.2023)
28. *Sarah Osborne* - "U.S. Travel and Tourism Satellite Account for 1999–2022" - URL : <https://apps.bea.gov/scb/issues/2022/02-february/0222-travel-tourism-satellite-account.htm> (Дата звернення : 08.01.2023)
29. Офіційний веб-сайт Адміністрації міжнародної торгівлі США, Statistics and Research Programs- URL: <https://www.trade.gov/travel-tourism-industry> (Дата звернення : 08.01.2023)
30. Звіт уряду США - валовий внутрішній продукт, четвертий квартал і 2021 рік (попередня оцінка) - URL : <https://www.bea.gov/news/2022/gross-domestic-product-fourth-quarter-and-year-2021-advance-estimate> (Дата звернення : 08.01.2023)
31. Глобальна служба відстеження польотів - URL: <https://www.flightradar24.com> (Дата звернення : 08.01.2023)
32. *Ерік Бургенйо Салас* - Світовий повітряний рух - кількість рейсів 2004-2022 рр -, (29 жовтня 2022 р) - URL : <https://www.statista.com/statistics/564769/airline-industry-number-of-flights/> (Дата звернення : 10.01.2023)
33. - Article by Jack Kelly: "Workers—United Airlines Announced Another 14,000 Jobs May Be Lost" URL : <https://www.forbes.com/sites/jackkelly/2021/02/01/airlines-lost-over-40000-workers-united-airlines-announced-another-14000-jobs-may-be-lost/?sh=1d3d77e524b3> (Дата звернення : 10.01.2023)
34. Звіт Міжнародної організації польотів - URL -

<https://www.iata.org/en/pressroom/pr/2020-04-14-01/> (Дата звернення : 10.01.2023)

35. “The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations” - Alexander W. Bartik, Marianne Bertrand, Zoe Cullen, URL - <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2006991117> (Дата звернення : 10.01.2023)

36. Барометр УНВТО - URL - <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
(Дата звернення : 18.12.2022)

37. Подорожі та туризм: працевлаштування по всьому світу 2019-2021
Опубліковано дослідницьким відділом Statista, 29 червня 2022 р - URL - <https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs-worldwide/>
(Дата звернення : 18.12.2022)

38. Офіційний сайт світової організації польотів - URL - <https://www.iata.org>
(Дата звернення : 18.12.2022)

39. Статистика по світовому, регіональному та локальному туризму від
всесвітньої організації туризму, URL - <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (Дата
звернення : 10.01.2023)

40. *RV Bianchi* - “Towards a New Political Economy of Global Tourism Revisited”

41. Агенда сїзду UNWTO, URL - https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/CE116_03_a_Current_trends_and_prospects_tourism_En.pdf?VersionId=Ush6bPKiW_feMBDTJoLKNs3WLi7G24BA
(Дата звернення : 18.12.2022)

42. “COVID-19 recovery in hardest-hit sectors could take more than 5 years”
McKinsey, URL - <https://www.mckinsey.com/featured-insights/coronavirus-leading-through-the-crisis/charting-the-path-to-the-next-normal/covid-19-recovery-in-hardest-hit-sectors-could-take-more-than-5-years>
(Дата звернення : 10.01.2023)

43. ” UN: Global tourism won't return to pre-pandemic levels until 2024 ”.

- TRTWorld, URL - <https://www.trtworld.com/life/un-global-tourism-won-t-return-to-pre-pandemic-levels-until-2024-53800> (Дата звернення : 12.01.2023)
44. Статистика європейської льотної організації - URL - <https://www.eurocontrol.int>
45. База даних Traveler Demands & Flows від GlobalData, URL - <https://www.globaldata.com/marketplace/request-free-trial/traveler-demands-and-flows> (Дата звернення : 12.01.2023)
46. База даних про подорожі та туризм - URL <https://www.globaldata.com/marketplace/travel-and-tourism/travel-statistics/> (Дата звернення : 12.01.2023)
47. Державна служба статистики України, Електронний ресурс, Режим доступу - <https://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення : 13.01.2023)
48. Національна туристична організації України, Електронний ресурс, Режим доступу - https://www.ntoukraine.org/investmentwhytourism_ua.html (Дата звернення : 13.01.2023)
49. Driving the Tourism Recovery in Ukraine, *Amazonaws* URL - [-https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf](https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf) (Дата звернення: 13.01.2023)
50. Мінекономрозвитку. Стаття - “В 2018 році україну стали більше відвідувати туристи західної європи, США, Китаю” - URL - <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=18231e82-e452-4f08-96b7-a4107556f4f4&title=Minekonomrozvitku-V2018-RotsiUkrainuStaliBilsheVidviduvatiTuristiZakhidnoivropi-Ssha-Kitaiu> (Дата звернення: 30.01.2023)
51. Tourism towards 2030 global overview. *Globalwellnesssummit* - URL - https://www.globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/2011_UNWTO_Tourism_Towards_2030.pdf (Дата звернення : 13.01.2023)

52. **“The Rise Of Experiential Travel And The Quest For Authenticity”** By Raavya Bhattacharyya - URL - <https://travel.earth/the-rise-of-experiential-travel/> (Дата звернення: 30.01.2023)
53. “What the airline and airport CEOs say about airfares in 2023” - By Jenny Wiggins and Lucas Baird URL - <https://www.afr.com/life-and-luxury/travel/what-the-airline-and-airport-ceos-say-about-airfares-in-2023-20221227-p5c8xx> (Дата звернення: 30.01.2023)
54. “Global tourism, climate change and energy sustainability: assessing carbon reduction mitigating measures from the aviation industry” Walter Leal Filho, Artie W. Ng, Ayyoob Sharifi, Jitka Janová, Pınar Gökçin Özuyar, Chinmai Hemani, Graeme Heyes, Dennis Njau & Izabela Rampasso - *Sustainability Science* (2022)
55. “Keep on slumming?” by Ko Koens, Fabien Frenzel, Malte Steinbrink - p.233-237

ДОДАТКИ

Додаток М



Дата звіту 1/18/2023
Дата редагування ---



Звіт не був оцінений.

метадані

Заголовок

Перспективи_розвитку_міжнародного_туризму.docx

Автор

Науковий керівник

Маргвелашвілі Давіда

Ткаленко С.І.

підрозділ

кафедра європейської економіки і бізнесу

Перелік можливих спроб маніпуляції з текстом

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		2
Інтервали		0
Мікропробіли		0
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		105

Обсяг знайдених подібностей

Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



КП 1

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2



КП 2

13626

Кількість слів



КЦ

99693

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Прокручіть список та аналізуйте, особливо, фрагменти, які перевищують КП 2 (позначено жирним шрифтом). Скористайтеся посиланням "Позначити фрагмент" та перегляньте, чи є вони короткими фразами, розкиданими в документі (випадкові схожості), численними короткими фразами поруч з іншими (мозаичний плагіат) або великими фрагментами без зазначення джерела (прямий плагіат).

10 найдовших фраз

Копію тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	https://protocol.ua/ua/pro_turizm_statya_6/	89	0.65 %
2	https://protocol.ua/ua/pro_turizm_statya_6/	88	0.65 %
3	http://referatss.com.ua/work/shho-vivchaie-istorija-turizmu/	76	0.56 %
4	МединаАнастасія.docx 12/3/2022 Lesya Ukrainka Eastern European National University (Кафедра міжнародних економічних відносин та управління проектами)	72	0.53 %
5	https://ua-referat.com/uploaded/proces-viniknennya-novih-vidiv-turizmu-peredumovi-osnovni-etap/index1.html	67	0.49 %

Додаток Ж

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

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

**РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В
НОВИХ РЕАЛІЯХ МІЖНАРОДНИХ
ВІДНОСИН**

**Збірник матеріалів Студентської
науково-практичної
Інтернет-конференції**

**м. Київ,
7 грудня 2022 р.**

БЧ115
РОКІВ

**КИЇВ
2022**

УДК 339.9(477)(06)

Р 64

Організаційний комітет:

Бурмака Микола Олексійович - к.е.н., доцент

Вінська Оксана Йосипівна – к.е.н., доцент

Галенко Оксана Миколаївна – д.е.н., професор

Козачок Тетяна Сергіївна – к.е.н., доцент

Максименко Анна Вікторівна - к.е.н., доцент **Олійник**

Вікторія Володимирівна - к.е.н., доцент **Поплюйко Андрій**

Миколайович – к.е.н., доцент

Солодковський Юрій Мечиславович – к.е.н., доцент

Столярчук Ярослава Михайлівна - д.е.н., професор

Федірко Олександр Анатолійович – д.е.н., доцент

Черницька Тетяна Володимирівна - к.е.н., доцент

(Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана)

*Редколегія може не поділяти погляди, викладені у збірнику.
Автори тез доповідей несуть відповідальність за їхній зміст*

Р 64

Розвиток економіки України в нових
реаліях міжнародних відносин: зб.
матеріалів студентської наук.-практ.
Інтернет-конф., 7 грудня 2022 р., м.
Київ. [Електронний ресурс],– Київ:
КНЕУ, 2022. – 276 с.
ISBN 978-966-926-420-6

У збірнику подано тези доповідей студентів факультету міжнародної економіки і менеджменту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

УДК 339.9(477)(06)

РОЗДІЛ 3. ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ВИМІР МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Бобор В.В.	173
Сучасний стан розвитку ринку міжнародних пасажирських авіаперевезень в Україні	
Голубенко Д.А.	176
Основні засади банківської діяльності на міжнародному фінансовому ринку	
Порошинський Є.О.	180
Сучасні теорії прямого іноземного інвестування	
Москаленко Ю.Д.	184
Структура фінансового ринку	
Криштоп Д.Є.	186
Розвиток міжнародного фінансового ринку	
Лянко Н.І.	188
Інвестиційне співробітництво України з країнами-членами ЄС	
Маргвелашвілі Д.Т.	190
Розвиток туризму як фактор подолання бідності	
Храпко О.О.	192
Інвестиційне співробітництво України з країнами-членами ЄС	
Прошунін І.В.	193
Перспективи розвитку європейського енергетичного ринку	
Науменко А.О.	196
Діяльність ТНК в умовах нерівномірності світового економічного розвитку	
Васкевич М.Р.	198
Вплив пандемії COVID-19 на розвиток фармацевтичного ринку України	
Терещук Т.Ю.	201
Зовнішня торгівля між Україною та ЄС	
Доденко А.Р.	205
Тренди міжнародного туризму в умовах глобальної економічної кризи	
Предко А.С.	207
Економічні інструменти реалізації екологічної політики ЄС	
Масенко З.І.	208
Світові виклики, з якими стикається медіа індустрія	
Покаленко Т. Г.	210
Тенденції розвитку світового ринку хостелів	
Монастирська Х.Р.	212
Пріоритети енергетичної стратегії ЄС в контексті економічної безпеки	
Волчков І.С.	214
Вплив російсько-української війни на інвестиційний клімат європейських країн	
Симоненко Н.Л.	216
Роль креативних індустрій в соціально-економічному розвитку суспільства	
Горбаченко А.А.	218
Вплив українсько-російської війни на міжнародний ринок авіаційних перевезень	
Шлапаченко К.В.	221

Сучасний стан торговельного співробітництва України з ЄС	
Мірошниченко А.О.	224
Диверсифікація співробітництва України та Хорватії в умовах російського вторгнення	
Лимар І.В.	226
Вплив розвитку фармацевтичного сектору на економічні стратегії країн ЄС	
Воляннюк Д.І.	228
Трансформація світового ринку фармацевтичних препаратів	

Маргвелашвілі Д.Т. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ЯК ФАКТОР ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ

Туризм давно сприймався як ключ до розвитку, це є загальноновизнано. Водночас те, як він сприяє сталому розвитку та який тип туризму є найбільш доцільним для сприяння сталому розвитку туризму в глобалізованому світі є набагато більш суперечливим. Це цілком може бути значно змінено через екзистенціальні кризи, такі як кліматичні катастрофи, пандемії та війни. Існують проблеми загальноприйнятого осмислення сталого розвитку туризму: як туризм сприяє подоланню бідності?

Між туризмом і розвитком подолання бідності існує хороша синергія та взаємозв'язок, що має важливий вплив на стимулювання економічного розвитку бідних регіонів і порятунк бідних із бідності. З 1980-х років боротьба з бідністю у сфері туризму як ефективний засіб боротьби з бідністю привернула увагу вчених у країні та за кордоном. Після того як Ешлі запропонував «Туризм для бідних людей» (PPT) та Софілд й інші запропонувавши концепцію «Сталого туризму для ліквідації бідності» (ST-EP), подолання бідності за допомогою туризму стало важливим змістом досліджень вітчизняної та зарубіжної індустрії туризму та наукових кіл [1].

Основою є політика, правила та чіткі стратегії для сталого розвитку туризму, широкомасштабного скорочення бідності, захисту природних ресурсів і способів життя, а також сприяння економічному розвитку. Крім того, вони допомагають підтримувати соціальну згуртованість та ідентичність місцевих

громад. Уряди відіграють важливу роль у створенні стратегій розвитку, програм, політики та законодавчих умов, пов'язаних із безпекою, охороною та санітарією, умовами праці, інфраструктурою, освітою та навчанням [2].

Окрім консолідації традиційних туристичних напрямків у Європі та Північній Америці, останні тенденції передбачають збільшення туристичних потоків у країни третього світу. Туризм став першим або другим джерелом доходу в 20 із 48 найменш розвинених країн. Так, у деяких із них він може становити понад 25% ВВП [3].

До переваги туризму в країнах, що розвиваються відносимо:

По-перше, більше робочих місць: багато завдань у туристичній індустрії не вимагають особливих навичок і можуть виконуватись найбіднішими класами чи групами знедолених.

По-друге, вплив на економіку: розвиток туризму також впливає на інші сектори, такі як сільське господарство, ремесла, транспорт і послуги. Крім того, дохід тих, хто живе завдяки туризму, допомагає підтримувати економіку.

Отже, як туризм може подолати бідність? Туризм – це цінна допомога, ми не повинні розглядати туризм як єдиний вихід із бідності, однак якщо ми ставимо перед собою цю мету, ми повинні зосередитися на деяких аспектах таких, як [3]:

- збільшення розміру та ефективності туристичного сектору в цілому, збільшення кількості відвідувань, тривалості перебування та вартості на одну особу;
- залучати приватні компанії та допомагати їм, надавати переваги бідним за допомогою політики працевлаштування або туристичної діяльності та продуктів для найбідніших;
- забезпечити конкурентоспроможний і стійкий туризм, забезпечуючи баланс між туристичним сектором і управлінням ресурсами

Загалом, на відміну від практики подолання бідності в туризмі, відповідні дослідження ефективності подолання бідності в туризмі в етнічних регіонах все

ще відстають, особливо дослідження щодо ефективності витрат і результатів подолання бідності в туризмі в етнічних регіонах, тому існує нагальна потреба глибше перевірити вплив відповідної політики подолання бідності в туризмі, щоб науково запропонувати майбутні стратегії розвитку та шляхи розвитку для подолання бідності в туризмі в етнічних регіонах [1].

Список літератури:

1. JianchunYang, YingWu, JialianWang, ChengchengWangandQianWu. A Study on the Efficiency of Tourism Poverty Alleviation in Ethnic Regions. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.642966/full>
2. Wolfgang Weinz (SECTOR) and Lucie Servoz (SECTOR), for International Labour Office Sectoral Activities Department. Poverty reduction through tourism. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_159257.pdf
3. Alessia Fravolini. The role of tourism in the fight against poverty. URL: <https://medium.com/lybra-tech/the-role-of-tourism-in-the-fight-against-poverty-ff2921259a>

Annotation

D. T. Marhvelashvili "Perspectives for the development of international tourism" - Manuscript

Qualifying master's thesis on specialty 292 "International economic relations", 2023

The master's thesis is devoted to the disclosure of the concept of international tourism in the world economy, its influence on the economy and its development, the influence of external factors on international tourism, the level of influence of international tourism on the economies of the world and Ukraine, possible prospects for the development of the industry in the ever-changing present, and prospects for the restoration of the tourism sector in post-war Ukraine based on the problems that Ukraine had before the war.

The prospects for the development of international tourism in the conditions of a global pandemic are outlined. The modern structure of international tourism is revealed. Current trends in international tourism are analyzed. The opportunities for the development of international tourism in Ukraine and in the world are outlined.

Key words: international tourism, tourist flow, tourism, international economy, tourism industry.

Аннотація

Маргвелашвілі Д.Т "Перспективи розвитку міжнародного туризму" – Рукопис

Кваліфікаційна магістерська робота за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини», 2023

Магістерська робота присвячена розкриттю поняття міжнародного туризму в світовій економіці, вплив його на економіку і її розвиток, вплив зовнішніх чинників на міжнародний туризм, рівень впливу міжнародного туризму на економіки світу і України, можливі перспективи розвитку галузі у постійно змінному сьогоденні, та перспективи відновлення сфери туризму у пост-воєнній Україні виходячи із проблем які мала Україна перед війною.

Окреслено перспектив розвитку міжнародного туризму в умовах глобальної пандемії. Розкрита сучасна структура міжнародного туризму,. Проаналізовані сучасні тенденції міжнародного туризму. Окреслено можливості розвитку міжнародного туризму в Україна та в світі.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристичний потік, туризм, міжнародна економіка, туристична галузь.