

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут бізнес-технологій «УАБС»
Кафедра міжнародних економічних відносин

Опанасенко Єлизавета Юріївна

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЯК ОДНОГО ІЗ ПОПУЛЯРНИХ
НАПРЯМКІВ СЬОГОДЕННЯ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ»**

Спеціальності 056 «Міжнародні економічні відносини»

Студента (ки) ІV курсу
(підпис)
групи МЕ-61а

Опанасенко Є.Ю.

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на
відповідне джерело _____
(підпис) Опанасенко Є.Ю.

Керівник доктор екон. наук, проф. _____ Петрушенко Ю. М.
(підпис)

Суми – 2020 рік

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної бакалаврської роботи на тему «ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЯК ОДНОГО ІЗ ПОПУЛЯРНИХ НАПРЯМКІВ СЬОГОДЕННЯ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ»

студентки **Опанасенко Єлизавети Юріївни**

Основний зміст кваліфікаційної бакалаврської роботи викладено на 50 сторінках, у тому числі список використаних джерел з 43 найменувань, який розміщено на 4 сторінках. Робота містить 3 таблиці, 3 рисунка, а також 1 додаток, який розміщено на 2 сторінках.

Ключові слова: ТУРИЗМ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ, МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС, СВІТОВИЙ РИНОК, ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, СФЕРА ПОСЛУГ.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи полягає визначенні перспектив розвитку туризму як одного із популярних напрямків сьогодення в міжнародному бізнесі.

Об'єктом дослідження є процес становлення міжнародного туризму як пріоритетного напрямку розвитку світовому ринку послуг.

Предметом дослідження є теоретичні засади та умови розвитку міжнародної туристичної галузі у світовій економічній системі.

Інформаційною базою кваліфікаційної роботи є нормативно-правові акти, які регулюють міжнародні туристичні послуги, матеріали Державного комітету статистики України, електронні ресурси, підручники, посібники.

Теоретичною основою дослідження послужили основні положення економіки, статистики, здобутків вітчизняних і зарубіжних дослідників та економічних умов на світовому ринку золота. Методологічною основою дослідження є історичний, логічний і системний підхід, загальні і спеціальні методи, включаючи аналіз, аналогія, метод сходження від абстрактного до конкретного. Дослідження базується на використанні статистичного, порівняльного, факторного та структурного методів аналізу;

використовувалася наукова література вітчизняних авторів, інформація про різних газетах, журналах та інтернет-ресурсах.

За результатами дослідження сформульовані такі висновки:

1. Розвиток світового ринку послуг виступає об'єктивною умовою для подальшого прогресу планетарних продуктивних сил, сприяє швидкому розповсюдженню науково-технічних знань, відтворенню робочої сили високої якості, культурному обміну між народами та країнами. І саме одним із його основних чинників є туризм.

2. У сучасних умовах при виборі місця для подорожі туристи все частіше звертають увагу на можливості самореалізації. Особливо молоді люди, які думають, що подорожуючи з метою культурного обміну, волонтерства чи роботи за кордоном. Також однією з сучасних тенденцій розвитку туризму, за оцінками ВТО, є подія туризму. До її видів належать: фестивалі, карнавали, паради, конференції тощо. Глобальність туристичної діяльності з рекреаційними, культурними, релігійними, діловими та оздоровчими цілями являє собою потужний і неоднозначний вплив на наше довкілля, на економіку і суспільство держав, які задіяні в туристичному процесі. Тому сучасні туристи приділяють ще досить значну увагу охороні навколишнього середовища, намагаючись зменшити негативний вплив на неї. Саме завдяки цьому особливо популярним стає екотуризм. Зменшення викидів вуглецю, подорожі, оздоровлення та лісова терапія – тенденція, адже бути здоровим у світі модно.

3. Туризм відзначається своїми помітними провідними позиціями у системі створення валового національного продукту та торгівлі на міжнародному рівні. Він став однією з невід'ємних складових життя нинішнього суспільства світу, а також одним з провідних напрямків соціально-економічної діяльності в теперішньому - 21-му столітті.

4. Світове значення туризму неупинно зростає. Це пов'язано з його впливом на економіку окремої країни, де він є виконавцем ряду важливих питань:

- Міжнародний туризм як спосіб валютних надходжень для країни та забезпечення зайнятості громадян.
- Міжнародний туризм невпинно розширює внески у Внутрішній валовий продукт країни.
- Міжнародний туризм, створюючи галузі та обслуговуючі сфери сприяє диверсифікації економіки.
- Із зростанням зайнятості у даній сфері зростають також прибутки населення та рівень добробуту всієї нації.

5. Розвиток міжнародних туристичних послуг приводить ще і до розвитку економічної інфраструктури країни та мирних процесів. Отже, їх необхідно розглядати разом із економічними відносинами окремих держав. Слід зазначити, що туристична діяльність входить до трьох найбільших галузей, поступаючись місцем лише нафтодобувній та автомобільній промисловості, питома вага яких у світовому експорті становить 11% і 8,6% відповідно.

6. Через пандемію корона вірусу COVID-19 туризм зазнав значного занепаду. Згідно статистики, кількість робочих місць у світовій галузі подорожей сягнула 150 мільйонів. Це говорить про тривожну тенденцію: мільйони робочих місць втрачається щодня в даному секторі через масштабний ефект. Показова цифра, ґрунтується на дослідженні WTTC, свідчить про значні втрати ВВП для світової економіки в 2020 році – до 2,1 трлн доларів США.

Керівництву країн необхідно проводити політику, спрямовану на підтримку та стабілізацію сектору, який є великою рушійною силою всієї світової економіки і відповідає за створення кожного п'ятого з усіх нових робочих місць.

Як зазначає WTTC, на частку подорожей і туризму припадає 10,4% світового ВВП, і зростання цієї галузі впродовж останніх 8-ми років випереджало зростання світової економіки.

Одержані результати можуть бути використані у процесі розробки стратегії зовнішньоекономічного розвитку України та оцінки ефективності проведення політики у сфері туризму.

Результати апробації основних положень кваліфікаційної бакалаврської роботи розглядалися у такій публікації:

Petrushenko Y., Oranasenko Y. Current Trends in the Global Travel Services Market. Збірник «Modern Challenges towards Sustainable Development: Dialogue between People and Countries », 2020.

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2020 рік

Рік захисту роботи – 2020 рік

(назва – термін подання)

У розділі 1 Дослідити суть туристичного ринку послуг, розглянути його історію розвитку і структуру, визначити роль туризму як одного з пріоритетних напрямків світової економіки.

(зміст конкретних завдань до розділу, які повинен виконати студент)

Розділ 2 АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

12.05.2020

(назва – термін подання)

У розділі 2 З'ясувати як впливають туристичні послуги на міжнародну торгівлю, визначити фактори привабливості окремих країн, в тому числі і України.

(зміст конкретних завдань до розділу, які має виконати студент)

Розділ 3 СУЧАСНА ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СВІТІ ТА МОДЕЛІ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ

01.06.2020

(назва – термін подання)

У розділі 3 Охарактеризувати туристичну галузь в сучасних умовах і зрозуміти які в найближчий час будуть перспективи його розвитку.

(зміст конкретних завдань до розділу, які повинен виконати студент)

8. Консультації з роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Петрушенко Ю.М., завідувач кафедри МЕВ	02.04.20	16.04.20
2	Петрушенко Ю.М., завідувач кафедри МЕВ	16.04.20	12.05.20
3	Петрушенко Ю.М., завідувач кафедри МЕВ	12.05.20	01.06.20

9. Дата видачі завдання: «02» квітня 2020 року

Керівник кваліфікаційної

роботи

(підпис)

Петрушенко Ю.М.

(ініціали, прізвище)

Завдання до виконання одержав

(підпис)

(ініціали, прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	11
РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТА СТРУКТУРА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	
1.1 Індустрія туризму: сутність та складові.....	14
1.2 Місце сфери туристичних послуг на світовому ринку.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ	
2.1 Вплив міжнародної торгівлі туристичними послугами на розвиток економіки.....	21
2.2 Досвід найуспішніших країн у сфері міжнародного туризму.....	27
2.3 Культурно-мистецька політика України в контексті розвитку туристичної галузі.....	30
РОЗДІЛ 3. СУЧАСНА ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СВІТІ ТА МОДЕЛІ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ	
3.1 Особливості капіталізації сфери традиційного туризму в умовах глобалізації.....	34
3.2 Перспективи розвитку міжнародного туризму.....	36
ВИСНОВКИ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45
ДОДАТКИ.....	49

ВСТУП

Актуальність. Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується домінуванням сфери послуг, як у структурі національного виробництва в більшості країн світу, так і в системі міжнародних економічних відносин. Це, з одного боку, свідчить про появу нового типу економіки та, з іншого, про глобальну трансформацію, про перехід до наступної фази розвитку світової спільноти. Сьогодні він характеризується провідним становищем сфери послуг у системі створення валового національного продукту, зовнішньої торгівлі певних країн, а отже, міжнародної торгівлі в цілому. В останні роки міжнародний туризм швидко розвивався.

Міжнародний туризм, як основна складова світової економічної діяльності кожної з країн світового співтовариства, є однією з найбільших і найприбутковіших галузей світової економіки, це одна з трьох найбільших експортних галузей.

Сектор туризму є досить корисним як для державних, так і для мікрокласів [1]. Туристичний бізнес - це дуже вигідне місце для інвестицій з високим і швидким економічним впливом (відновлення витрат займає в середньому два-чотири роки, а вартість відкриття однієї роботи в 20 разів нижча, ніж у промисловості). Важливо пам'ятати, що туристичні послуги не вичерпуються, постійно поновлюються, є можливість постійного вдосконалення, вони надаються у твердій валюті готівкою, але вони не надаються в кредит.

Дослідженню особливостей та закономірностей розвитку міжнародного ринку туристичних послуг значну увагу приділяють провідні вітчизняні науковці та зарубіжні економісти Азар В., Безносок В., Герасименко В., Гудзя П., Жукова М., Кадта Е., Кифяк В., Купер К., Козик В., Левковська Л., Макогон Ю., Мілля Р., Моррісон А., Новицький В. Ткаченко Т., Чудновський О. та ін

Проблематику дослідження розвитку туристичної сфери в Україні висвітлено у працях вітчизняних вчених: О.О. Бейдика, Л.С. Гринів, В.Г. Гуляєва, М.І. Долішнього, В. Ф. Кифяка, В.С. Кравціва, М.П. Мальської, О.І. Мілашовської, М.П. Афанасьєв, О.О. Любіцева, В.Ф. Кифяк та ін. Окремими аспектами розвитку міжнародного туризму займались і представники Волинської наукової школи: А.В. Вавринюк, О.М. Гусєва, Н.Н. Коцан, Н.П. Луцишин, П.В. Луцишин, В.О. Патійчук, В.В. Ядощук.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення перспектив розвитку туризму як одного із популярних напрямків сьогодення в міжнародному бізнесі

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- проаналізувати значення та складові світового ринку послуг;
- з'ясувати особливості реалізації окремих видів послуг на світовому ринку
- визначити місце міжнародного туризму на ринку послуг
- охарактеризувати вплив міжнародної торгівлі туристичними послугами на розвиток економіки;
- провести аналіз досвіду успішних країн у сфері міжнародного туризму;
- визначити роль туристичного бізнесу України на міжнародному ринку послуг
- побудувати стратегію розвитку міжнародної туристичної галузі.

Методи дослідження. Теоретичною основою дослідження послужили основні положення економіки, статистики, здобутків вітчизняних і зарубіжних дослідників та економічних умов на світовому ринку золота. Методологічною основою дослідження є історичний, логічний і системний підхід, загальні і спеціальні методи, включаючи аналіз, аналогія, метод сходження від абстрактного до конкретного. Дослідження базується на

використанні статистичного, порівняльного, факторного та структурного методів аналізу; використовувалася наукова література вітчизняних авторів, інформація про різних газетах, журналах та інтернет-ресурсах.

Об'єктом дослідження є процес становлення міжнародного туризму як пріоритетного напрямку розвитку світовому ринку послуг.

Предметом дослідження є теоретичні засади та умови розвитку міжнародної туристичної галузі у світовій економічній системі.

Інформаційною базою кваліфікаційної роботи є нормативно-правові акти, які регулюють міжнародні туристичні послуги, матеріали Державного комітету статистики України, електронні ресурси, підручники, посібники.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, семи підрозділів, висновків, використаної літератури. Обсяг дипломної роботи складає 41 сторінка.

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТА СТРУКТУРА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

1.1 Індустрія туризму: сутність та складові

За останні роки міжнародний туризм почав розвиватися дуже стрімкими темпами, що дає змогу визначити його як «феномен ХХ століття». Даний етап розвитку світового господарства відзначається своїм домінуванням у сфері послуг, особливо туристичних. Це видно як у структурі міжнародних економічних відносин, так і в системі національного виробництва. Результатом цього стають глобальні перетворення, які приводять до наступного ступеня розвитку співтовариства різних держав світу. Туризм відзначається своїми помітними провідними позиціями у системі створення валового національного продукту та торгівлі на міжнародному рівні. Він став однією з невід'ємних складових життя нинішнього суспільства світу, а також одним з провідних напрямків соціально-економічної діяльності в теперішньому - 21-му столітті.

Глобальність туристичної діяльності з рекреаційними, культурними, релігійними, діловими та оздоровчими цілями являє собою потужний і неоднозначний вплив на наше довкілля, на економіку і суспільство держав, які задіяні в туристичному процесі. Туризм також ще відображається на народах та міжнародних відносинах між ними, на торгівлі, обумовлюючи необхідність міжнародного регулювання за принципами стійкого та загальнодоступного туристичного бізнесу. Зафіксовані вони в Глобальному етичному кодексі туризму (Сантьяго, Чилі, 1.10.1999 р.) [13].

Згідно з визначенням ВТО (Всесвітньої туристської організації), термін «туризм» походить від франц. «tour», що означає прогулянка чи поїздка у вільний час. А термін «турист» ввів у французьку мову Стендаль, коли надрукував у 1838 році книгу «Memoires dun touriste» («Спогади одного туриста»).

Складність періодизації розвитку галузі міжнародного туризму виявляється в існуванні деяких відмінних рис у підходах до його історії

розвитку в різних куточках світу. Учені запропоновують періодизацію, що заснована на еволюції продуктивних сил, відносин між виробництвами та особливих ознаках розвитку інтернаціоналізації у міжнародному русі. Тож виділимо декілька етапів.

I етап - це поява першого прототипу міжнародного туризму (до X ст.). Передумови його виникнення зародилися ще в глибоку давнину, коли зароджувалися перші держави в Стародавньому світі (I тисячоліття до н.е.). Виникнення цих держав дало свій вплив на розвиток культурного обміну і торговельних зв'язків між різними народами. В цілому даний період характеризувався доволі низьким рівнем розвитку засобів пересування, мотивація у туристів була взагалі відсутньою, не отримувалося задоволення від подорожі, яка відбувалася не за власним бажанням та була надзвичайно складною, навіть можна сказати, що примусовою, бо вимагала тяжких зусиль, являла собою єдиний спосіб досягнення цілі. У цьому період можна виділити такі типи міжнародних подорожей як: торговельні; походи з метою завоювати нові землі; подорожі до святих місць, для одержання освіти; подорожі для лікування хвороб; поїздки для розважання (представники знаті Риму, Греції, Китаю); дипломатичні місії тощо [28].

II етап - це етап становлення міжнародної туристичної сфери (X- поч. XIX ст.). У Середньовічний період суспільство залишалося ще аграрним і в основному не дуже мобільним. Цілком очевидно, що люди не мали достатніх можливостей виїхати за кордон, межі свого проживання. Під час Великих географічних відкриттів (середина XV - поч. XVI ст.) туризм існував як мета пізнання чогось нового, почали виникати перші великі підприємства, вони почали вже спеціалізуватися на обслуговуванні тимчасових відвідувачів.

III етап - відбувалася інтернаціоналізація ринку туристичних послуг (середина XIX - середина XX ст.). Стрімкий стрибок у розвитку міжнародної туристичної індустрії привів до того, що у 1898 році було створено першу міжнародної організації з туризму – Міжнародну лігу туристичних асоціацій. Штаб-квартира знаходилася в Люксембурзі.

IV етап – це розвиток вже масового туризму (50-70-і рр. XX ст.). З'явилася так звана тенденція до співпраці, почали формуватися в європейському регіоні інтеграційні угруповання. 1950 рік - період відбудови Європи та Південно-Східної Азії у післявоєнні часи, розвиток вже більш сучасних засобів доставки та початок систематичних туристичних зборів даних у світових масштабах. На цьому етапі формується потужна індустрія відпочинку зі своїми виробничими циклами, інститутами, методами організації виробництва та його керуванням.

У зв'язку з тим, що почався досить інтенсивний розвиток туризму, вже в 1947 році було створено Міжнародний союз офіційних туристичних організацій, через те, що розрізнені міжнародні туристичні організації об'єдналися, а згодом у 1969р. його було реорганізовано в міжурядову Всесвітню туристичну організацію.

V етап - транснаціоналізація туристичної сфери (70-і рр. і до тепер). Цей період характеризується своїми сталими тенденціями до миру та до досягнення стабільності на всій земній території. Відбувається це шляхом розв'язання соціальних ситуацій та політичних. Дана система постійно знаходиться у пошуках нових форм економіко - політичної взаємодії нашого різнополярного світу. Так, у 70-х рр. XX ст. розпочався бурхливий процес пов'язаний із концентрацією та централізацією капіталу в туристичній індустрії [20].

Наприкінці XX ст. спостерігається вже збільшення попиту на послуги туризму не лише серед заможних, а й серед людей середнього та нижче середнього статку.

Таким чином, така тривала еволюція пов'язана з формуванням міжнародного туризму, особливо бурхливий його розвиток в післявоєнні роки, також удосконалювання транспортних засобів і зростання необхідності задоволення потреб людства призвели до того, що появилися різноманітні види туристичного бізнесу. На даний момент існує безліч критеріїв класифікації його сфер. З точки зору географії виділяють його 3 основні

типи: внутрішній, в'їзний і виїзний туризм. Внутрішній туризм відрізняється тим, що представляє подорожі мешканців даної країни в її межах, тобто не пов'язаний з перетином державного кордону потребує, щоб були дотримані усі туристичні формальності. В'їзний туризм означає відвідування іноземних громадян країни в туристичних цілях на виокремлений термін, який не перевищуватиме 12 місяців. Стосовно виїзного туризму, то це виїзд громадян країни за її межі, причому метою поїздки не повинно бути заняття оплачуваною діяльністю. Охоплює внутрішній і виїзний - національний туризм, і співвідноситься з категорією ВНП (національного виробництва). Охоплює в'їзний і виїзний - міжнародний туризм.

Згідно із стандартами за міжнародною класифікацією поділу на туристичні види була розроблена та прийнятою Статистичною комісією ООН у 1993 р. ВТО, за якою туризм класифікують за різноманітними ознаками: в залежності від цілей поїздки, тривалості, засобів пересування і розміщення, її вартості та вікового складу:

- за географічною ознакою (внутрішній та міжнародний туризм);
- за напрямком туристичного потоку (в'їзний та виїзний);
- за метою (оздоровчий, рекреаційний, пізнавальний, професійно - діловий, пригодницький, науковий, спортивний, шоп-тури, паломницький, ностальгічний, екзотичний і т.п.);
- за способом пересування (авіаційний, пішохідний, морський, річковий, залізничний, велосипедний, автотуризм, змішаний);
- за джерелами фінансування (соціальний і комерційний);
- за способами розміщення (бази відпочинку, готелі, мотелі, пансіонати, кемпінги і т.п.);
- за кількістю учасників (індивідуальний, груповий, сімейний);
- за організаційною формою (організований, неорганізований).

Стосовно класифікації за географічною ознакою, то ВТО виділяє 6 макрорегіонів світу з туризму [23]. Це:

- Європейський - країни Зх., Пн., Пд., Центральної і Сх. Європи, включаючи усі колишні республіки СРСР і держави Східного Середземномор'я (Туреччина, Ізраїль, Кіпр).
- Американський - країни Пн., Пд., Центральної Америки, острівні держави, а також території Карибського басейну;
- Африканський – всі країни Африки, крім Єгипту та Лівії;
- Азійсько-Тихоокеанський - країни Сх. і Пд. - Сх. Азії, Австралія і Океанія;
- Південно-азійський - усі країни Південної Азії;
- Регіон Близького Сходу - країни Зх. і Пд. - Зх. Азії, Єгипет і Лівія.

1.2 Місце сфери туристичних послуг на світовому ринку

Світове значення туризму невідомо зростає. Це пов'язано з його впливом на економіку окремої країни, де він є виконавцем ряду важливих питань:

- Міжнародний туризм як спосіб валютних надходжень для країни та забезпечення зайнятості громадян.
- Міжнародний туризм невідомо розширює внески у Внутрішній валовий продукт країни.
- Міжнародний туризм, створюючи галузі та обслуговуючі сфери сприяє диверсифікації економіки.
- Із зростанням зайнятості у даній сфері зростають також прибутки населення та рівень добробуту всієї нації.

Розвиток міжнародних туристичних послуг приводить ще і до розвитку економічної інфраструктури країни та мирних процесів. Отже, їх необхідно розглядати разом із економічними відносинами окремих держав. Слід зазначити, що туристична діяльність входить до трьох найбільшій галузей, поступаючись місцем лише нафтодобувній та автомобільній промисловості, питома вага яких у світовому експорті становить 11% і 8,6% відповідно [19].

Проте міжнародний туризм в світі є досить нерівномірним явищем, так як у різних країн і регіонів зовсім різні рівні соціально-економічного розвитку. В західноєвропейській частині він отримав найбільшого розквіту. 70% світового туристичного ринку і приблизно 60% валютних надходжень покладається саме на частку цього регіону, 20% йде на Америку і менше ніж 10% - на Африку, Азію та Австралію [27].

Всесвітня організацію, яка веде справи з туристичними послугами в своїй класифікації виділяє такі країни, які є переважно постачальниками відвідувачів (США, Німеччина, Англія, Бельгія, Канада, Данія, Голландія, Швеція, Нова Зеландія) і країни, які є, в основному, що приймають цих

відвідувачів (Італія, Іспанія, Греція, Кіпр, Австралія, Франція, Мексика, Швейцарія, Туреччина, Португалія) [24]. Подібний розвиток міжнародних туристичних зв'язків привів до того, з'явилося за необхідне створення численної кількості міжнародних організацій, що будуть сприяти поліпшенню роботи даної сфери світової торгівлі. До таких організацій відносять: спеціалізовані установи системи ООН, організації, де питання розвитку цього бізнесу не є головними у сфері діяльності, проте мова про них також йде; неурядові спеціалізовані, національні, регіональні, міжнародні комерційні організації по туризму.

Зі збільшенням такої масовості організованого туристичного руху перш за все, істотно зросла кількість роздрібних фірм, що пропонують туристичні послуги своїх тур-агентів і в деяких випадках позбавлені юридичної та господарської незалежності. По-друге, відтепер змінився характер діяльності туристичних оптових фірм, що перетворилися на туроператорів, які пропонують вже повністю укомплектовані тури у вигляді так званих інклюзив-турів. По-третє, появилися великі корпорації, що засновані на капіталі транспортних, страхових, торгових компаній та банків. Усі ці категорії фірм відрізняються лише за функціями та характером діяльності.

Ще зовсім недавно, у колишньому СРСР, він вважався категорією соціальною, а вже після проголошення Україною своєї (1991 р.) - складовою державної економіки. І взагалі, у теперішній час таке подорожування перетворюються у значно велику галузь світової економіки. Саме завдяки туризму відбувається пізнання навколишнього світу, природи, різноманітних країн і народів, найпотемніших куточків всесвіту. Він відкриває людині очі, аби вона пізнала все те, що ховається за горизонтами [5].

АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

2.1 Вплив міжнародної торгівлі туристичними послугами на розвиток економіки

Багатоцільове явище лежить в основі туризму. Це активно впливає на життя людей, організацію їх праці та дозвілля, а отже, і на економічний та соціальний розвиток суспільства. Визначено декілька головних ролей туризму на сьогоднішній день: [8]

- 1) це вид відпочинку, що сприяє відновленню людських сил і можливостей і, отже, психофізіологічних ресурсів суспільства;
- 2) він сприяє раціональному використанню дозвілля людини;
- 3) відіграє важливу роль у працевлаштуванні та покращенні життєвого рівня місцевого населення;
- 4) його можна вважати екологічно безпечним районом людської діяльності;
- 5) він також збагачує соціально-економічну інфраструктуру та міжрегіональне співробітництво між країнами, державами та народами.

Тому основними рушійними силами розвитку туризму є економічні вигоди, які він забезпечує [12].

Так, туризм заохочує розвиток інфраструктурних елементів - готелів, ресторанів, підприємств тощо. Це спричиняє збільшення частини надходжень до бюджету за рахунок податків, які можуть бути прямими (візи, митні) або непрямими (збільшення заробітної плати працівників). Як було сказано вище, туризм має багато можливостей для залучення іноземних валют та різних інвестицій. Це сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, які обслуговують туристичний сектор, забезпечуючи збільшення доходів населення та підвищення рівня процвітання держави.

Вплив туризму на економічний розвиток відображається також у посиленні ділової активності та розширенні виробництва товарів та послуг за

рахунок збільшення попиту на розчинники за рахунок закордонних та внутрішніх подорожей [21].

Це посідає особливе місце в туризмі для створення нових робочих місць та вирішення проблем із працевлаштуванням. Кількість робочих місць щодня збільшується без необхідності великих витрат. Його діяльність охоплює велику кількість інших галузей економіки, що ускладнює встановлення точної оцінки кількості працівників у туристичній галузі. Більше того, вирішення проблеми фактичної оцінки ускладнює специфіку роботи (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). Однак кількість працівників у туристичній галузі продовжує зростати.

Важливим є внесок міжнародного туризму в платіжний баланс країни, який виражається як різниця між витратами іноземних туристів у країні та витратами резидентів однієї країни за кордоном. Він впливає на економіку в таких аспектах: [26]

1) джерело доходу для місцевих жителів туристичних центрів; Заохочує розвиток галузей народного споживання, оскільки приплив туристів збільшує попит на багато видів товарів і, отже, розвивається виробництво;

2) підтримує розвиток бізнесу, заснованого на знаннях та розвагах, оскільки місцева влада приділяє велику увагу «дієтичним ресурсам», охороні культурної спадщини (пам'ятників, музеїв, архітектурного ансамблю) та будівництву різних розважальних майданчиків;

3) отримувати прибуток та підтримувати розвиток транспортних компаній та організацій;

4) підтримувати розвиток телекомунікаційних компаній, оскільки туристи використовують пошту, телеграф, телефон для підтримки контакту зі своїм місцезнаходженням;

5) призвести до зростання попиту на місцеву продукцію, сувеніри, що рекламуються в туристичному центрі;

6) сприяти надходженню валюти в країну.

З проаналізованих даних видно, що міжнародний туризм є однією з найбільших галузей, які стрімко розвиваються. Також він входить до числа трьох найбільших галузей, поступаючи лише нафтовидобувній промисловості та автомобілебудуванню, питома вага яких в світовому експорті 11% і 8,6 відповідно. Розглянемо частку світового туризму у провідних країнах світу (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Частка світового туризму у провідних країнах світу, % [38]

Країна	Кількість міжнародних подорожей, млн	Частка ринку, %
Німеччина	163,5	10,2
Японія	141,5	8,8
США	123,5	7,7
Китай	100,0	6,2
Велика Британія	96,1	6,0
Франція	37,6	2,3
Нідерланди	35,4	2,2
Канада	31,3	2,0
Росія	30,5	1,9
Італія	29,7	1,9

Політична функція туризму проявляється в тому, що він став формою «народної дипломатії». Туризм активно спілкується зі світом. Суспільство стає більш відкритим, вільним до інтеграції у світову спільноту. Туризм - це активна форма людського спілкування, яка допомагає людям пізнавати один одного, розвивати взаєморозуміння та встановлювати культурні та економічні зв'язки між народами. Міжнародний туристичний зв'язок - це форма міжнародних відносин, яка активно впливає на політику країн світу. Не менш важливими є соціальні функції туризму. Туризм також можна вважати популярною формою дозвілля, пізнання оригінальної країни, довкілля, пізнання історії, культури та традицій країни. Туризм впливає на соціальне життя країни перебування. Інтерес туристів до історії та культури країни змушує громадян зосереджуватися на власних історичних традиціях,

національних культурних досягненнях та почутті гордості за свою країну. Туризм заохочує культурний обмін між різними націями, релігіями та культурами. Науково-технічний прогрес та автоматизація виробництва сприяють збільшенню дозвілля працівників, а проблема його раціонального використання також є соціальною. Цю проблему може вирішити туризм, адже громадяни можуть проводити вільний час на екскурсіях, походах, подорожах.

Однак ми не повинні забувати негативні сторони розвитку туризму. Сьогодні масовий туризм представляє багато проблем. Туризм не може бути розвинений без взаємодії з навколишнім середовищем, але управління цією проблемою може зменшити негативний вплив і збільшити позитивний. Позитивний вплив включає збереження та відновлення природи, історії, культури, створення національних парків і заповідників, охорона лісів, охорона флори та фауни. На жаль, найбільший негативний вплив має на якість води в річках, озерах, морях і повітрі, збільшення викидів забруднюючих речовин з транспортних засобів, самовільне зведення тимчасових баз відпочинку, забруднення навколишнього середовища, автоматичну пожежу, знищення історичних пам'яток. вандалські пам'ятки [27]. Деякі види туристичного відпочинку, такі як полювання, риболовля, збирання рослин, негативно впливають на живу природу і призводять до скорочення або навіть повного зникнення фауни та флори з певних районів та інших. Зростання чисельності населення в туристичних регіонах та будівництво нових туристичних об'єктів потребують якомога більше природних ресурсів, що, в свою чергу, збільшує навантаження на навколишнє середовище.

Туризм призводить до забруднення, захоплення цінних інфраструктурних земель, знищення рослинності, ерозії ґрунтів, занепаду дикої природи. Спілкування з іноземними гостями іноді згубно впливає на місцеву культуру та систему цінностей. Приплив туристів може призвести до втрати культурної ідентичності та зруйнувати традиційний спосіб життя

місцевого населення. Місцеві жителі часто стикаються з недоліками туризму, оскільки туристи роблять те, що ніколи не могли зробити вдома, серед родичів та друзів. Аморальна поведінка туристів викликає значні проблеми.

Типологія в суспільно-географічних дослідженнях за сутністю є групуванням країн за комплексом ознак цивілізованого поступу. В основі такого групування лежать міжнародні співставлення історичних особливостей формування та розвитку країн, зокрема, такий показник як ВВП (ВНП), його структура, місце країни в системі міжнародних відносин. Типологія має не лише пізнавальне і методологічне значення, а й практичне спрямування.

ООН виділяє групу найменш розвинутих країн, що має неабияке значення для надання їм фінансової та гуманітарної допомоги. Це ґрунтується на наступних положеннях:

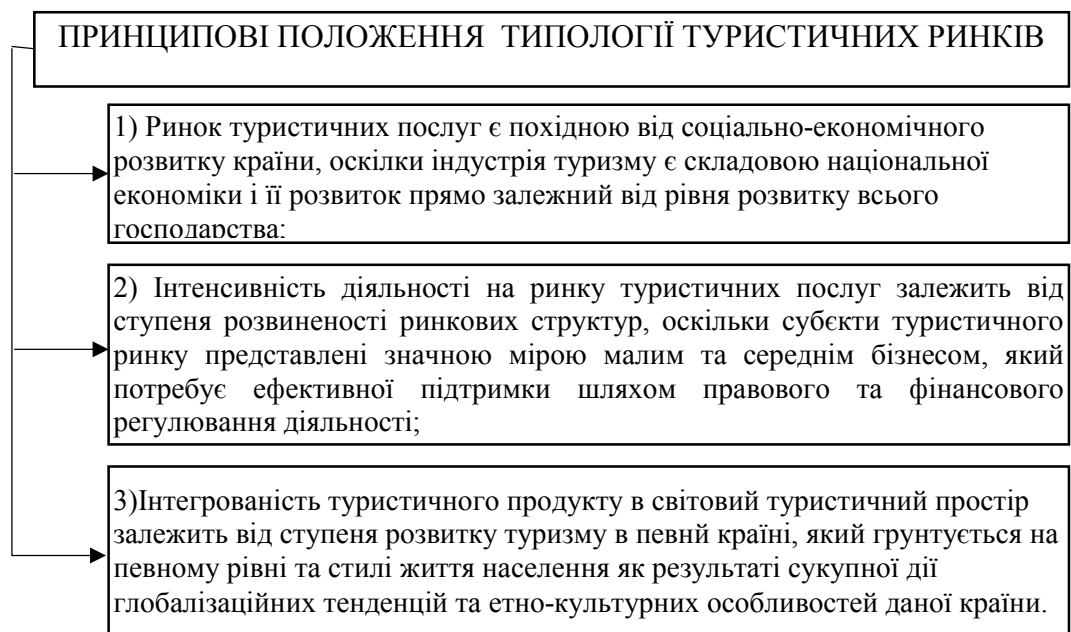


Рис. 2.1 – Принципові положення типології туристичних ринків [43]

Відповідно до проведеного дослідження значення ринку туристичними послугами для економіки країн є дуже важливим та впливовим. Розглянемо його значимість для національного розвитку за обраними типологічними показниками (див. ДОДАТОК А).

Таким чином, значення туризму в світі постійно зростає, що пов'язано з впливом туризму на економіку окремої країни: туризм розширює внески в платіжний баланс країни, забезпечує зайнятість населення, сприяє диверсифікації економіки, а також раціональному використанню рекреаційних ресурсів.

2.2 Досвід найуспішніших країн у сфері міжнародного туризму

Туризм став одним із найбільш прибуткових видів бізнесу. На початку нового тисячоліття його частка становила 15% світової торгівлі товарами і послугами, що дозволило посісти йому 3 місце після експорту нафти і продажу автівок.

Я провела дослідження, і виявила країни, де за 2017 рік зафіксовано більше всього мільйонів туристів.

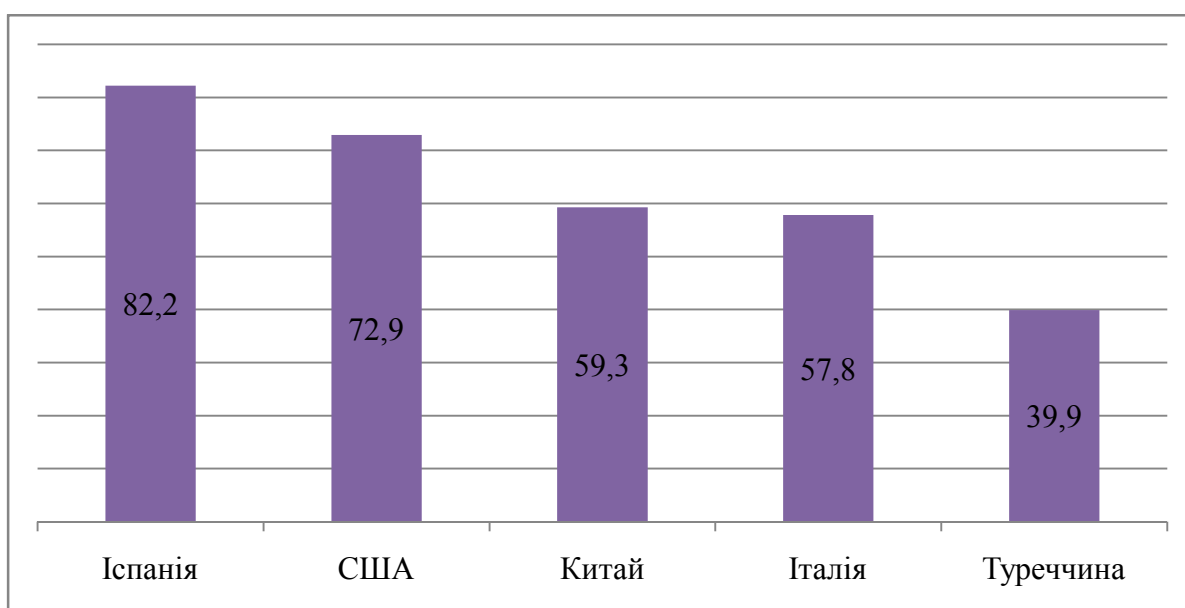


Рис. 2.1 – Рейтинг країн станом на 2017 рік за найбільшою відвідуваністю туристів [5]

Іспанія. Туризм в цій країні є основною гілкою, його частка становить 11% від ВВП. Сюди люди ідуть, аби побувати в Барселоні і Мадриді, на курортах Середземного моря, взяти участь в карнавалах та енс'єро (іспанський національний звичай, коли відбувається так зване втікання від спеціально випущених биків, корів і телят). 15 національних парків приваблюють любителів природи. Іспанія також відома завдяки горно

лижному відпочинку. 13 іспанських міст є об'єктами Світового Багатства ЮНЕСКО і закохують в себе туристів усього світу.

США. Ця надзвичайно велика країна здатна здивувати і новаків, і мандрівників з досвідом. В таких містах як Нью-Йорк, Лос-Анджелес і Лас-Вегас потік туристів не припиняється цілий рік. Із природних пам'яток: Великий Каньйон, Йеллоустонський Національний парк, чудові пейзажі Аляски, пляжі Гаваї і багато іншого. В 29 штатах США туризм – головна галузь, що приносить значні надходження до бюджету.

Китай. Велика Китайська Стіна, Священні гори, Монастир Шаолінь, Водоспад Хуангошу, Заборонене місто, електростанція Три ущелини роблять його одним із найпопулярніших туристичних напрямків і світі. За оцінками СОТ, до 2021 року Китай займе перше місце серед країн відвідуваності.

Італія. Побувати тут – мрія кожної третьої особи. 50 об'єктів Світового багатства ЮНЕСКО, численні культурні артефакти, археологічні пам'ятки Римської Імперії і епохи Відродження, середземноморське узбережжя і багато чого іншого. Найбільш відвідувані міста Італії: Рим, Венеція, Флоренція, Мілан (усім відомий дім моди).

Туреччина. Ця країна відома своїм надзвичайно багатим культурним спадком і етнічною різноманітністю. В Туреччині знаходиться велика кількість історичних, культурних і археологічних пам'яток, а в доповнення до цього – чаруючі морські курорти з їх «Allinclusive» на побережжях аж 4 морів. Про Стамбул взагалі краще не говорити, а поїхати і відчути його силу і побачити усю красу [40]

Міжнародний туризм має великий вплив на зайнятість населення. За оцінками експертів нині 120 млн. осіб працює в індустрії надання них послуг, а до 2022 року кожна 7 працездатна людина буде працювати саме в цьому секторі економіки.

Таблиця 2.2 – Частка надходжень від міжнародного туризму в ВВП за регіонами світу за 2010/2015рр. (\$млн.) [24]

	2010	2015
Світ	4 745 690	7 060 288
Європейський союз	1 615 560	2 486 881
Північна Америка	1 562 600	2 040 764
Східна Азія	787 500	1 184 810
Південно-Східна Азія	114 440	196 794
Латинська Америка	104 070	186 356
Північна Африка	37 751	61 985
Карибський басейн	32 647	56 077

Аналізуючи наведені дані, можна сказати, що всі регіони отримують більше надходжень до ВВП в 2015 році. В трійку з найбільшими показниками ввійшли Європейський Союз, Північна Америка і Східна Азія.

2.3 Культурно-мистецька політика України в контексті розвитку туристичної галузі

Туризм - це така сфера послуг, ступінь розвиненості якої відіграє одну із дуже важливих ролей в розвитку України та її місці на міжнародному рівні. Зацікавленість нею зростає, підіймається її статус, посилюється вплив практично на всі сфери життя і діяльності населення. Україна визнає туристичну діяльність як один з пріоритетів у своїй економіці.

Як відомо, наша держава з 1997р. є членом Всесвітньої туристської організації (ВТО) [9]. Проте враховуючи дані цієї організації вона є далеко не лідером за обсягом надходжень від туристичної діяльності, так як отримує лише близько 3 млрд американських доларів порівняно з такими провідними країнами, як Америка (більш ніж 70 млрд американських доларів), Великобританія (близько 20-30 млрд американських доларів) Франція, Італія, Іспанія.

На сьогоднішній день туристична інфраструктура в Україні недостатньо розвинута та нерациональна, а якість сервісу відносно дуже низька. І це зумовлює її низьку привабливість. Але, вона має прекрасні умови для організації відпочинку в Українських Карпатах, на берегах Чорного та Азовського морів, озер, водойм, річок тощо.

Конкурентоспроможність нашої держави на ринку подорожей і туризму є не дуже високою, а саме – лише 3,89 балів за семибальною шкалою оцінок Світового економічного форуму. Даний показник ставить Україну аж на 78-ме місце серед 124 країн планети Земля [10].

У 2015 році була прийнята програма розвитку, яка передбачає екскурсійне обслуговування 20 млн людей з надходженням від туристичних послуг 8 млрд дол [6]. Протягом цього ж року її відвідали 14,5 млн. в'їзних туристів, що на 2,5 млн. осіб більше, ніж у 2010 році, та на 10,8 ніж у 1995р. Про це нам свідчить таблиця динаміки розвитку туризму в Україні. (табл. 2.4)

Таблиця 2.3 – Динаміка розвитку туризму в Україні [25]

Показники	Роки					
	1995	2000	2001	2005	2010	2015
Кількість іноземних туристів, млн. осіб	3,7	4,4	5,8	9,2	12	14,5
Надходження від туризму, млрд. дол.	3,8	3,4	3,9	6,5	6	10
Надходження з розрахунку на одного туриста. дол.	1020	770	670	890	670	730

Отже, статистичні дані говорять нам про те, що вітчизняна сфера туризму завдяки своїм багатим природним, історично-культурним та трудовим ресурсам може претендувати на високі позиції в економіці держав. Але треба мати добре підготовлений персонал для успішної реалізації проектів, тому що кадрове питання переростає у проблему. Однак якщо у 1991 році було тільки 4 осередки підготовки фахівців з туризму, то нині їх більше 75. Цілком природно, що туристів вабить працівник який зрозуміє й задовольнить всі запити споживача.

Дослідження туристичної сфери потребує вирішення ряду проблем: вдосконалення законодавства, готельної мережі, модернізації житлово-комунальної інфраструктури з підготовки відповідних кадрів, наближення до європейських стандартів, державної підтримки туризму.

Значну увагу слід приділити рекламі. Так як для того, щоб туристичне підприємство досягло успіху, потрібно якимось-чином привабити нових клієнтів і зробити їх постійними. Під час обирання нового місця свого відпочинку, туристи, перш за все, шукають інформацію про нього. І чим більш доступні та повні будуть відомості про певний курорт, тим простіше і швидше їм буде прийняти рішення. Яким би цікавим не було б те чи інше місце для поїздки, воно не матиме відвідувачів, якщо вони не будуть

проінформовані про його стан, вартість послуг і таке інше [35]. Отже, для позитивного впливу на споживачів своїй послуг треба спрямувати на них відповідні потоки з потрібною інформацією.

Україна, з її неймовірно унікальним історичним минулим, з її мальовничим ландшафтом та привітним, гостинним народом є просто унікальним простором для розвитку туризму. Якщо відпочивати серед природи, то можна відчувати себе в гармонії з навколишнім середовищем, пізнати культуру тих, хто проживає в даній місцевині. Взяти навіть для прикладу Українські Карпати - край неповторний та колоритний. Лікувальний мікроклімат і мальовничість гірської природи приваблює туристів з усього світу. Карпати дивовижні у всі пори року. Влітку сюди приїзять тисячі любителів активного відпочинку – гірського, альпінізму, велотуризму, а взимку – любителі гірськолижного спорту. Неповторна краса гірських хребтів, річок, водоспадів, дивовижна аура смерекових лісів, в які поринаєш, і просто захоплюєшся здоровим хвойним ароматом, спокоєм та поцьокуванням маленьких пташок [11].

Не менш цікавими і привабливими для відвідувачів є пам'ятки Київської Русі 9-12 століття у Києві, Каневі, Володимирі-Волинському, Чернігові, Овручі; пам'ятки оборонної архітектури (фортеці в Кам'янці-Подільському, Луцьку, Хотині, Ужгороді, Білгороді-Дністровському, Мукачевому та Меджибожі); палацеві комплекси в Києві, Почаєві, Львові, Чернівцях, Мукачевому, Івано-Франківщині тощо.

Певний прорив у розвитку туристичної галузі останнім часом зробив Славутич. Це місто стало відомим за межами української держави завдяки своїм екстремальним туристичним маршрутам до ЧАЕС. Поїздки до даної області відбувається за індивідуальним замовлення [22].

Сумська область має також непогані туристичні можливості. Але на превеликий жаль вони використані лише на третину. Історично-культурні пам'ятки, такі як колишня гетьманська столиця Глухів, Батурін, давньоруське місто Путивль, Лебедин і Ромни, які входять до системи

екскурсійних маршрутів «Намісто Славутича», а ще ліси, що займають значну територію на півночі області та Михайлівська цілина з її прадавніми ландшафтами – все це може зацікавити туристів [14].

Природний потенціал України складають узбережжя Азовського та Чорного морів, рельєф, водні, лісові, тваринні та рослинні ресурси, на основі яких створено національні парки, державні заповідники, заказники, пам'ятки садово-паркового мистецтва, дендропарки, які належать до природоохоронних територій. Міжнародне визнання мають родовища лікувальних грязей, мінеральних і радонових вод [39].

Отже, можна зробити висновок, що потенціал української туристичної індустрії просто неймовірно багатий, навіть гігантський. Але нам необхідно підвищувати національну свідомість, а також інтерес до своєї туристичної спадщини. Це можливо зробити шляхом ефективної реалізації соціальної політики держави та максимальним стимулюванням всебічного використання вітчизняних туристичних ресурсів підприємствами. Слід відмітити, що такі деталі як, інфраструктура, розвиток рекламно-інформаційного забезпечення, доступність мистецтв української культури в глобальній мережі, охорона пам'яток, музейна безпека, сучасні електронні комунікації потребують великої фінансової уваги [34]. Тільки за таких умов український туризм може стати джерелом, з якого будуть отримуватися неймовірні прибутки. І тоді на міжнародному рівні Україна зможе отримати визнання у цій сфері і відігравати доволі важливу роль, не менш як та сама Туреччина чи Німеччина.

СУЧАСНА ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СВІТІ ТА МОДЕЛІ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ

3.1 Особливості капіталізації сфери традиційного туризму в умовах глобалізації

Багаторічна структура існування українського туризму потребує відповідної адаптації до сучасного становища як у своїй державі, так і у світі.

Бо вона є однією з найважливіших складових загальнодержавної політики, що спрямована на поступову економічну інтеграцію, а також на поглиблення асоціації з ЄС [42]. Така необхідність процесу адаптації актуалізується під впливом ключових принципів інтеграційного процесу.

Ними є:

- Необхідність впровадження економічних, правових, соціальних, інституційних реформ.
- Необхідність економічної модернізації та реструктуризації у розвитку інвестицій, торгівлі, заохочення конкуренції та ін.
- Необхідність створення всеохоплюючої зони вільної торгівлі (це відбудеться за допомоги широкої регуляторної адаптації, що стосується прав і зобов'язань, які випливали із українського членства у СОТ).
- Необхідність сприяння ефективності з боку енергетики та використання поновлюваних енергетичних джерел.

Досягнення поставлених цілей можна здобути в процесі реалізації логічно побудованих етапів, які будуть слідувати один одному; застосуванні особливих аналітично-методичних прийомів і методів кількісного та якісного аналізу, які дозволять нам ідентифікувати ключові напрямки, враховуючі ті головні проблеми, які стримують їх розвиток, ресурси і потреби, потрібні для адаптації та джерела їхнього потенційного задоволення.

Перша стадія обирає необхідність здійснення ідентифікації традиційних секторів туризму в межах України. Вони потребують адаптації на підставі аналізу кількісних і якісних показників. Оцінку кількісних

здійснюють за допомогою методів статистичного і економіко-математичного аналізу. Оцінку якісних – за допомогою методів експертних оцінок. Саме індивідуальні методи є найбільш прийнятними і задовольняють вимоги щодо поставленого завдання. Це такі методи, як: метод інтерв'ю, метод ПАТЕРН, метод Дельфі [29].

Детермінація та діагностика основних проблем, які стримують розвиток традиційних туристичних секторів дає змогу визначити потенціальні вектори для їхньої адаптації, що також потребують в майбутньому уточнення та узгодження. Застаріла матеріально-технічна база об'єктів туризму, переважно низька якість обслуговування, повільний перехід до міжнародних стандартів ISO, також ще зневажання міжнародними стандартами у забезпеченні сталого розвитку туристичної діяльності UNWTO, недостатньо широкий асортимент послуг – це і є оці стрижневі проблеми гальмування розвитку секторів українського туризму.

Завершальною стадією є ідентифікація адаптаційних пріоритетних напрямів для традиційних секторів нашої сфери. Вона відбувається через діагностику наявних потреб та існування небідних ресурсів, таких як фінансових, інформаційно-консультативних, організаційних, науково-медичних тощо) та потенційних джерел їхнього задоволення (місцевий та державний бюджет, альтернативні позабюджетні джерела, технічна, науково-медична, консультативна, інформаційна допомога) [31].

Отже, визначені такі напрями адаптації: оновлення матеріально-технічної бази, підвищення якості й стандартів обслуговування, перехід на міжнародні стандарти ISO та UNWTO, які забезпечують сталий розвиток туризму. Всі вони є взаємопов'язаними та взаємообумовленими. Реалізація всієї цієї сукупності дозволить нам покращити якісні характеристики тур-продуктів, їх диференційованість, здійснити комплексну модернізацію та реструктуризацію туристичної галузі та підсилити національним виробникам конкурентоспроможність туристичних послуг на європейському та і взагалі на світовому просторі туризму.

3.2 Перспективи розвитку міжнародного туризму

Ми живемо в епоху покоління Z, смартфони, Інтернет, соціальні мережі, веб-карти та різноманітні путівники, тому варіантів для подорожей у сучасних умовах є дуже і дуже багато. Для туриста в сучасному світі відстань вже не є особливою перешкодою. Технологічні інновації, комунікація між людьми, постійно зростаючий попит на відкриття нових горизонтів сприяють появі нових проєктів на ринку туристичних послуг [15].

У сучасних умовах при виборі місця для подорожі туристи все частіше звертають увагу на можливості самореалізації. Особливо молоді люди, які думають, що подорожуючи з метою культурного обміну, волонтерства чи роботи за кордоном, можуть побачити світ, дізнатися щось корисне та усвідомити себе. Однією з сучасних тенденцій розвитку туризму в 21 столітті, за оцінками Всесвітньої організації туризму, є подія туризму. До її видів (належать: фестивалі, карнавали, паради, урочистості; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; навчальна діяльність: семінари, тренінги, курси підвищення кваліфікації; спортивні змагання (наприклад, Олімпійські ігри); концерти, кінопокази, театральні постановки; ювілеї, весілля, урочистості; ділові події, ярмарки, виставки, презентації, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням бренду тощо [2]. Цей тип є значною частиною культурного туризму, орієнтованого на відвідування місця призначення у точно визначений час, пов'язаного з певною подією в суспільстві чи явищем природи, яке можливо рідко спостерігається. Він включає низку культурних, спортивних, етнографічних, виставкових, ділових видів туризму.

Вражаючі результати початку 21-го століття були досягнуті завдяки ряду відомих подій, таких як річниця християнства, літні Олімпійські ігри в Ріо, Бразилія, Європейський та Світовий кубки тощо. Наша держава, яка все більше входить у світові економічні процеси, слідуючи загальній тенденції глобалізації, також повинна посісти належне місце в цьому процесі. Існують

заходи, які традиційно асоціюються з певною країною. Так, Італія відома своїми карнавалами, Голландія - фестивалем квітів і днем народження королеви, Бразилія - карнавалом у Ріо-де-Жанейро, Таїланд - з Новим роком. До Німеччини варто їхати на Октоберфест, до Відня - на музичні концерти [3]. Основні світові центри цього туризму зосереджені в Європі (58%) (рис. 3.1).

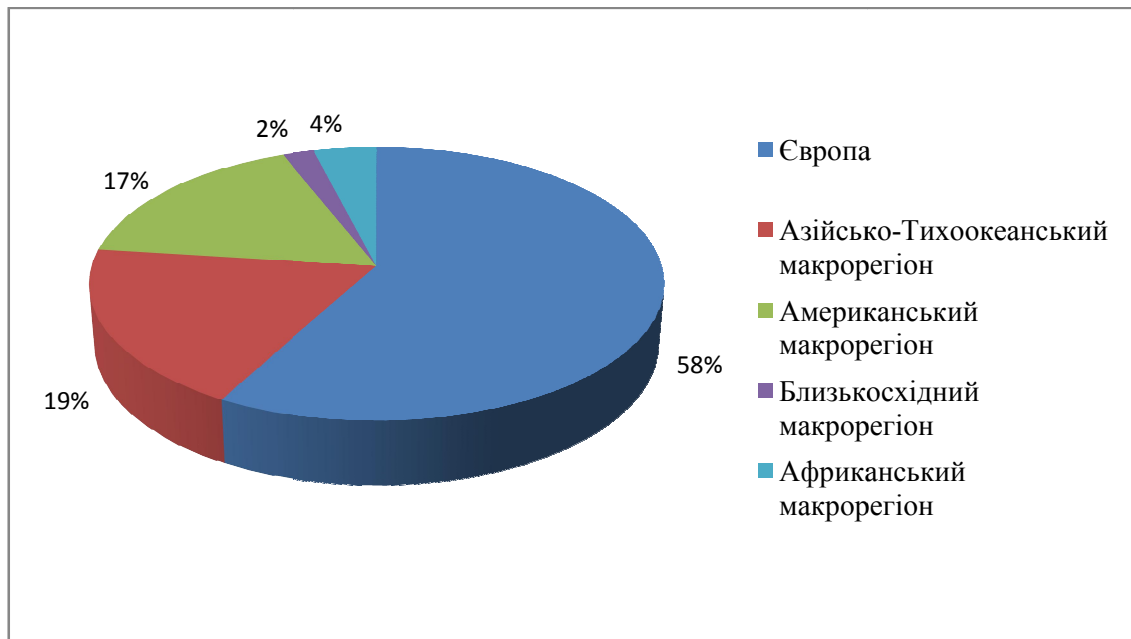


Рис.3.1 – Частка туристських прибутків туристичних макрорегіонів світу, % [33]

Зрозуміло, що це все завдяки наявності на території рекреаційних ресурсів, розвиненої інфраструктур, географічного положення и стабільної політичної та економічної. Однак ціни у Європі зависокі, що часом має негативний вплив на туристичний розвиток. Проте тривалий туристичний сезон, наявність багатих рекреаційних ресурсів, близькість розвинених країн мають позитивне відображення на розвитку даної галузі в регіоні і становлять значну частину його туристичного та рекреаційного потенціалу. Азіатсько-тихоокеанський макрорегіон займає друге місце з 19% часткою туристів через свої унікальні та екзотичні види рекреаційних ресурсів, і все це на тлі нижчих цін і менших витрат, ніж, наприклад, Європа чи Америка

[17]. Проте існує декілька мінусів, які негативно впливають на його розвиток та кількість приїздів охочих на відпочинок чи екскурсію там. Це, наприклад, нестабільна політична ситуація, часті землетруси, цунамі, повені і так далі. Третю позицію займає американський макрорегіон. Тут велику роль для популярності у туристів відіграє саме розвинена інфраструктура та різноманітність з боку ресурсів. Однак є декілька і негативних моментів, таких, як стихійні лиха, нестабільна політична ситуація в країнах Південної Америки. Усе це дає свій вплив на зменшення частини прибутків від туризму. Африканський континент є мабуть найбюджетнішим для відпочинку і має непрості і дуже цікаві природні ресурси і традиції. Але мало розвинена інфраструктура, низький рівень життя населення, обслуговування туристів негативно впливають на розвиток туристичної галузі. Остання позиція - Близькосхідний туристичний макрорегіон. Він характеризується найнижчою часткою туристських прибутків, яка дорівнює лише 2%. Все це, зрозуміло, через дуже низько розвинену туристичну інфраструктуру та не зовсім стабільну ситуацію з боку політики [4].

Щодо тривалості подорожі, то можна спостерігати тенденцію туристів вибирати короткі поїздки, в тому числі у вихідні дні. Посткризова свідомість вплинула на формування "легко піднятих" людей, які проводять вихідні в Європі. Очевидно, що зараз мандрівники ретельніше підходять до маршруту своїх поїздок, мабуть, керуючись принципом «менше, але краще і частіше».

Сучасні туристи приділяють велику увагу охороні навколишнього середовища, намагаючись зменшити негативний вплив на неї. Завдяки цьому особливо популярний екотуризм [38]. Зменшення викидів вуглецю, подорожі, оздоровлення та лісова терапія лише для жінок - тенденція. Бути здоровим у світі модно. Тому ця тенденція перейшла до туризму. Існує навіть окремий сегмент туристів, для якого вже існує аббревіатура LOHAS (Lifestyles Of Health And Sustainability) [16] . Вони люблять зелений туризм, вони дбають про навколишнє середовище. Вони обирають платити за екологічно чистий транспорт, жити в садибах, харчуватися фермерською продукцією.

Вивчення основних світових тенденцій розвитку туризму допоможе використати світовий досвід для побудови внутрішнього туристичного ринку. У перспективі це допоможе покращити туристичний імідж країни та збільшити туристичні потоки.

Але на сьогоднішній день не все так гарно як здавалося. Через пандемію корона вірусу COVID-19 туризм зазнав значного занепаду. Згідно статистики, кількість робочих місць у світовій галузі подорожей сягнула 150 мільйонів. Це говорить про тривожну тенденцію: мільйони робочих місць втрачається щодня в даному секторі через масштабний ефект. Показова цифра, ґрунтується на дослідженні WTTC, свідчить про значні втрати ВВП для світової економіки в 2020 році – до 2,1 трлн доларів США.

Глибина кризи різна для окремих регіонів. Найбільше пандемія коронавірусу вплинула на розвиток туризму в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, тут під загрозою перебуває 48,8 млн робочих місць. У Пн. і Пд. Америці цей сектор може дорахуватися 10,3млн місць, в Африці – 4,5млн, на Близькому Сході – 1,8млн, щодо Європи – 10,1млн місць.

Керівництву країн необхідно проводити політику, спрямовану на підтримку та стабілізацію сектору, який є великою рушійною силою всієї світової економіки і відповідає за створення кожного п'ятого з усіх нових робочих місць.

Як зазначає WTTC, на частку подорожей і туризму припадає 10,4% світового ВВП, і зростання цієї галузі впродовж останніх 8-ми років випереджало зростання світової економіки [19].

В уряді України 19 травня за пропозицією Міністерства закордонних справ вже почали роботу над питанням відкриття авіасполучення з України за кордон.

"Ми (МЗС, - ред.) Повинні ініціативно відкривати авіасполучення, в тому числі з країнами ЄС, з урахуванням рішень іншої країни про зняття обмежень. Ми будемо також брати до уваги епідемічну ситуацію (у відповідних державах)", - розповіли в МЗС [18].

20 травня Мінінфраструктури заявили, що, скористатися послугами авіакомпаній можна буде вже з 15 червня. Але в той же час не озвучили, буде це повідомлення міжрегіональним або міжнародним.

Багато аеропортів світу вже ввели у себе нові правила для тих, хто змушений зараз летіти в іншу країну або місто.

Вони засновані на існуючих урядових рекомендаціях і включають дотримання дистанції в 2 метри (виняток становлять проживають разом люди), доступні по всій будівлі аеропорту санітайзери, а також більш рівномірний розподіл пасажиропотоку по всіх терміналів.

Як працюватимуть готелі?

Під час другої хвилі ослаблення карантину, 22 травня, Міністерство охорони здоров'я дозволило роботу готелів. Там вже розробили проект рекомендацій щодо їх роботи.

З 23 травня:

- ✓ дозволено одночасне перебування відвідувачів у вестибюлі установи з розрахунку не більше однієї людини на 10 кв. м площі. Допуск відвідувачів і перебування в готелі (поза номера) дозволяється тільки в респіраторі або масці;
- ✓ в готелях забороняється робота конференц-залів, фітнес-і спа-центрів.
- ✓ харчування в готелях може бути організовано шляхом доставки їжі в номери за попереднім замовленням відвідувачів або в ресторанах (кафе) готелів тільки на літніх майданчиках за умови дотримання відстані не менше 1,5 метра між столами і розміщення не більше чотирьох клієнтів за одним столом (без урахування дітей до 14 років);
- ✓ тимчасове відсторонення від роботи осіб з групи ризику - працівників, які досягли 60-річного віку, і тих, хто має хронічні захворювання.

Як і всі попередні кризи, "Коронавірусний" проявить і посилить вже давно відомі тенденції, серед яких - цифровізація і уберізація. Масовий туризм буде ставати все більш індивідуальним [41].

Поки більшість країн світу готові відкривати курорти і визначні пам'ятки виключно для власних громадян, в зв'язку з цим набере популярність забутий в Україні внутрішній туризм.

Очевидно, що в кожній країні будуть приймати свої заходи з регулювання туристичних потоків, і перший час ці заходи будуть швидше обмежувальними, ніж стимулюючими.

ВИСНОВКИ

Розвиток світового ринку послуг виступає об'єктивною умовою для подальшого прогресу планетарних продуктивних сил, сприяє швидкому розповсюдженню науково-технічних знань, відтворенню робочої сили високої якості, культурному обміну між народами та країнами. І саме одним із його основних чинників є туризм.

У своїй кваліфікаційній роботі я виокремила основні перспективи розвитку туризму як одного із популярних напрямків сьогодення в міжнародному бізнесі. У сучасних умовах при виборі місця для подорожі туристи все частіше звертають увагу на можливості самореалізації. Особливо молоді люди, які думають, що подорожуючи з метою культурного обміну, волонтерства чи роботи за кордоном. Також однією з сучасних тенденцій розвитку туризму, за оцінками ВТО, є подія туризму. До її видів належать: фестивалі, карнавали, паради, конференції тощо. Глобальність туристичної діяльності з рекреаційними, культурними, релігійними, діловими та оздоровчими цілями являє собою потужний і неоднозначний вплив на наше довкілля, на економіку і суспільство держав, які задіяні в туристичному процесі. Тому сучасні туристи приділяють ще досить значну увагу охороні навколишнього середовища, намагаючись зменшити негативний вплив на неї. Саме завдяки цьому особливо популярним стає екотуризм. Зменшення викидів вуглецю, подорожі, оздоровлення та лісова терапія – тенденція, адже бути здоровим у світі модно.

Туризм відзначається своїми помітними провідними позиціями у системі створення валового національного продукту та торгівлі на міжнародному рівні. Він став однією з невід'ємних складових життя нинішнього суспільства світу, а також одним з провідних напрямків соціально-економічної діяльності в теперішньому - 21-му столітті.

Світове значення туризму невідпинно зростає. Це пов'язано з його впливом на економіку окремої країни, де він є виконавцем ряду важливих питань:

- Міжнародний туризм як спосіб валютних надходжень для країни та забезпечення зайнятості громадян.
- Міжнародний туризм невідпинно розширює внески у Внутрішній валовий продукт країни.
- Міжнародний туризм, створюючи галузі та обслуговуючі сфери сприяє диверсифікації економіки.
- Із зростанням зайнятості у даній сфері зростають також прибутки населення та рівень добробуту всієї нації.

Розвиток міжнародних туристичних послуг приводить ще і до розвитку економічної інфраструктури країни та мирних процесів. Отже, їх необхідно розглядати разом із економічними відносинами окремих держав. Слід зазначити, що туристична діяльність входить до трьох найбільшій галузей, поступаючись місцем лише нафтодобувній та автомобільній промисловості, питома вага яких у світовому експорті становить 11% і 8,6% відповідно.

Було розглянуто топ 5 країн, в які станом на 2017 рік приїхало найбільше туристів: Іспанія, США, Китай, Італія, Туреччина. Кожна із них особлива, надзвичайна своєю красою і цікава своєю історією.

Щодо України, то цілком очевидно, що вона має всі об'єктивні передумови для того, аби стати однією з передових туристичних країн світу. Але, проаналізувавши сучасний стан функціонування української туристично-рекреаційної галузі зрозуміла, що ефективність діяльності даної сфери стримується через невирішеність низки економічних проблем. Щоб їх розв'язати потрібно внести відповідні зміни до чинного законодавства з питань туристичних послуг. Зокрема необхідне: закріплення за внутрішнім та в'їзним видами статусу пріоритетних; розроблення економічних інструментів щодо стимулювання діяльності з обслуговування відвідувачів у середині держави та залучення нових інвестицій; затвердження національних

стандартів усіх видів турпослуг; створення результативних механізмів контролю якості послуг і раціонального використання природної та культурної спадщини тощо.

Але на сьогоднішній день не все так гарно як здавалося. Через пандемію корона вірусу COVID-19 туризм зазнав значного занепаду. Згідно статистики, кількість робочих місць у світовій галузі подорожей сягнула 150 мільйонів. Це говорить про тривожну тенденцію: мільйони робочих місць втрачається щодня в даному секторі через масштабний ефект. Показова цифра, ґрунтується на дослідженні WTTC, свідчить про значні втрати ВВП для світової економіки в 2020 році – до 2,1 трлн доларів США.

Керівництву країн необхідно проводити політику, спрямовану на підтримку та стабілізацію сектору, який є великою рушійною силою всієї світової економіки і відповідає за створення кожного п'ятого з усіх нових робочих місць.

Як зазначає WTTC, на частку подорожей і туризму припадає 10,4% світового ВВП, і зростання цієї галузі впродовж останніх 8-ми років випереджало зростання світової економіки.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Andreas Karaoulanis, A., Vasiliki, K. (2018). Tourism In Developing Countries. The Path Towards Sustainable Development And Its Interaction With The Local Communities, The Environment And The Human Factor. *SocioEconomic Challenges*, 4(2), 80-86. DOI: [http://doi.org/10.21272/sec.2\(4\).80-86.2018](http://doi.org/10.21272/sec.2(4).80-86.2018).
2. Bhandari, M. P. (2018). Impact of Tourism of Off Road Driving on Vegetation Biomass, a Case Study of Masai Mara National Reserve, Narok, Kenya. *SocioEconomic Challenges*, 3(2), 6-25. DOI: 10.21272/sec.3(2).6-25.2018.
3. The international tourism in ukraine: reality and prospects. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
4. Das, K. S., Naskar, K. (2018). Nexus between Infrastructure and Tourism Development. *SocioEconomic Challenges*, 2(2), 6-12. DOI: 10.21272/sec.2(1).6-12.2018.
5. Tovmasyan, G. (2018). Revolutionary Tourism. New Opportunity For Armenia. *SocioEconomic Challenges*, 3(2), 76-82. DOI: 10.21272/sec.3(2).76-82.2018.
6. Булатова І. Особливості моделей міжнародної торгівлі туристичними послугами. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/bulatova.html/.
7. Винник К.М. Тенденції сучасного маркетингу в туризмі. Підприємництво, менеджмент та маркетинг в туристичній сфері. Щорічний науковий журнал ДІТБ. Донецький інститут туристичного бізнесу. 2008. с. 4-12.
8. Зайцева В.Н., Корниенко О.Н. Международный туризм и глобализация в современном мире. URL: <http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/FViS-2012-2/055-65.pdf>.

9. Про туризм: Закон України від 05.09.95 р. Відомості Верховної Ради. 1995. - №31. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.
10. Іваськів В. Щоб всі шляхи вели в Україну: Про особливості і можливості туристичної галузі. Діловий вісник. 2003. № 10. с.16-17.
11. Кафарський В. Український туризм; здобутки чи втрати. Голос України. 2005. с.10-11.
12. Квартальнов В. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления/ В. Квартальнов, Предисл. Ю. П. Анискина. Рос. международ. Академия туризма. Москва: Финансы и статистика, 2000. с.489.
13. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
14. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні./ В.Ф. Кифяк. За ред.О.В. Вілінської. Чернівці:Книги-XXI, 2003. с.97-98.
15. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф.Шандор. Київ : Знання, 2011. 334 с.
16. Кобржицкий В. Туристический менеджмент в Украине: вчера, сегодня, завтра. Персонал. 2004. №1. с.52-56.
17. Козловський Є. Основні напрями розвитку міждержавної політики та управлінських засад у галузі туризму країн СНД. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2004. № 4. С. 398-403.
18. Корона вірус і туризм
URL:<https://www.unian.ua/tourism/news/koronavirus-i-turizm-zbitki-turistichnoji-industriji-cherez-covid-19-unian-novini-10977713.html>.
19. Коронавірус може залишити без роботи працівників у сфері туризму
URL:<https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2896657-koronavirus-moze-zalisiti-bez-roboti-50-miljoniv-pracivnikiv-sferi-turizmu.html>.

20. Концепція розвитку туризму і курортів в Україні.
URL:<http://tourism.gov.ua/>.
21. Котельніков Д.І. Управління конкурентоспроможністю; навч.сел.для студентів вищих навч.закладів./ Д.І. Котельніков, С.М. Задорожна. Київ: Видавничий Дім «Слово», 2004. С.168.
22. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: пров. з англ.. під ред.. Л.А. Волкової, Ю.Н. Каптуревського. Петербург: СПб. Пітер, 2009. С.752.
23. Кузик С.П. Соціально-економічна географія світу. Тернопіль: Підручники і посібники, 1998. С.256.
24. Лебедева В. Туристична галузь: погляд з регіону. Віче. 2005. №3. С.53-55.
25. Левковська Л. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу України. Економіка України. 2003. № 6. С.31-36.
26. Лівенцова М.М. Міжнародні економічні відносини: навч. Підручник. Москва:Росс – ПЕН, 2001. с.263.
27. Луцишин Н.П. Економіка й організація міжнародного туризму: навч. посіб. / Н.П. Луцишин, П.В. Луцишин. – Луцьк: РВВ “Вежа” Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2003. – С.136-137.
28. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 2-ге видання перебілене та доповнене. Київ: «Альтапрес», 2003. с.436.
29. Ляшкевич П. Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку. Освіта України. 2005. 15 листопада. С. 6.
30. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. Київ: Знання, 2008. 661 с.
31. Мельник П.В. Напрями удосконалення оподаткування туристично-рекреаційної діяльності. Ірпінь: Академія ДПС України.
URL:http://tourlib.net/statti_ukr/melnyk2.htm.
32. Міжнародний пакт про громадянські, політичні та економічні права людини. URL:http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_042.

33. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: монографія. Львів: Новий Світ-2000, 2012. 176 с.
34. Основні форми міжнародного туризму. URL:http://pidruchniki.com/1263111343760/turizm/osnovni_formi_turizm.
35. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/>.
36. Платіжний баланс і зовнішній борг України. URL: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=58128.
37. Ринок міжнародних туристичних послуг. URL: http://ebooktime.net/book_67_glava_18_4.1
38. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм. Київ: Знання, 2006. 271с.
39. Світовий ринок туристичних послуг. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua>.
40. Топ-20 найкращих напрямків для туризму. URL:<https://tsn.ua/svit/viznachen-top-20-naykraschih-napryamkiv-dlya-turizmu.html>.
41. Туризм після карантину URL:<https://112.ua/glavnye-novosti/chtizmenitsya-dlya-puteshestvennikov-posle-karantina-536543.html>.
42. Функції туризму, умови та фактори його розвитку. URL:<http://studopedia.com.ua>.
43. Ціхановська В.М., Ковальчук С.Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. URL:<http://global-national.in.ua/archive/7-2015/20.pdf>.

ДОДАТОК А

Таблиця 1 – Типологічний аналіз значення міжнародного туризму у світовій економіці [7]

Тип соціально-економічного розвитку	Сформованість	Рівень розвитку індустрії туризму	Участь в міжнародному туристичному обміні	Експорт /Імпорт туристичних послуг	Країни – типові представники
1.1 Постіндустріальний	+	Високий	Висока і стабільна	Імпорт	США, Японія, Велика Британія, ФРН
1.1 Постіндустріальний	+	Високий	Висока і стабільна	Експорт	Франція, Італія, Канада
1.2 Економічно високорозвинений	+	Високий	Висока і стабільна	Імпорт	Нідерланди, Скандинавські країни
1.2 Економічно високорозвинений	+	Високий	Висока і стабільна	Експорт	Австрія, Швейцарія, малі держави Європи
1.3 Країни «переселенського капіталізму»	+	Високий	Висока і стабільна	Експорт	Австралія, Нова Зеландія, ПАР, Ізраїль
2.1 Середньорозвинений	+	Високий	Висока і стабільна	Експорт	Іспанія, Португалія, Греція, Туреччина
2.2 Країни нової індустріалізації	+	Високий	Наростаюча	Експорт	Мексика, Аргентина, Чилі, Південна Корея, Малайзія, Таїланд, Гонконг, Тайвань
2.3 Країни перехідної економіки	+/-	У стадії розвитку	Невисока	Імпорт	Росія, Україна, Казахстан
2.3 Країни перехідної економіки	+/-	У стадії розвитку	Невисока	Експорт	Болгарія, Румунія
3.1 Країниекспортери нафти	+	У стадії розвитку	Невисока	Імпорт	Саудівська Аравія, Ємен, Оман
3.1 Країниекспортери нафти	+/-	У стадії розвитку	Невисока	Експорт	ОАЕ, Кувейт, Ірак, Іран, Венесуела, Алжир, Лівія
3.2Малі острівні країни з високими прибутками	+/-	Висока	Порівняно висока, стабільна	Експорт	Багами, Барбадос, Бермуди, Сейшили та ін.

Продовження таблиці 1

3.3. Країни, що розвиваються середніх можливостей	+/-	Невисока або практично відсутня	Невисока, нестабільна	Експорт	Країни Центральної Америки, Індія
3.4 Найменш розвинені країни	+/-	Структурно не оформлена	Невисока, нестабільна	Експорт	Країни Центральної Африки, ПівденноСхідної Азії
4.1 Країни централізовано керованої економіки з елементами ринкової	+/-	У стадії розвитку	Висока	Експорт	Китай
4.2. Країни централізованої планової економіки	+/-	У стадії розвитку	Невисока	Експорт	Куба