

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

Лобанова Наталія Павлівна

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему «РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В
УКРАЇНІ»
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

Студентки II курсу
групи МП.м-91а

(підпис)

Н.П.Лобанова

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр

Кваліфікаційна магістерська робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на
відповідне джерело _____

(підпис)

Н.П.Лобанова

Керівник
Завідувач каф. МЕВ, проф. _____

(підпис)

Ю.М.Петрушенко

Суми – 2020 рік

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної магістерської роботи на тему «РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ»

студентки Лобанової Наталії Павлівни

Головна ідея кваліфікаційної магістерської роботи висвітлена на 52 сторінках, які також вміщують список використаних джерел з 30 найменувань, який розміщено на 3 сторінках. Робота включає 14 таблиць, 10 рисунків, а також 2 додатки, котрі розміщені на 10 сторінках.

Ключові слова: УКРАЇНА, МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ, ІНТЕГРУВАННЯ, ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС, ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНСЬКОГО ТУРИЗМУ, ТУРИСТИЧНІ ПІДПРИЄМСТВА.

Мета кваліфікаційної магістерської роботи полягає у дослідженні рівня розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в Україні, а також визначенні провідних напрямів інтеграції країни у сферу міжнародного туризму.

Об'єктом дослідження є міжнародний ринок туристичних послуг.

Предметом дослідження є аналіз теоретичних засад та практичних заходів щодо розвитку галузі міжнародного туризму в Україні.

При проведенні дослідження був застосований системний підхід з використанням таких методів: теоретичного, емпіричного, порівняльного, методу індукції-дедукції та графічного методу.

Інформаційною базою даної роботи є статистична інформація, законодавчі та нормативно-правові документи, звітні дані Державного комітету статистики, ЮНКТАД, економічна література, наукові праці дослідників, фактичні дані туристичних установ, ресурси мережі Інтернет.

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2020 рік

Рік захисту роботи – 2020 рік

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри МЕВ, проф.

Ю.М.Петрушенко

_____ (підпис)

«__» _____ 2020 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ
(спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»)
студентці ІІ курсу, групи МП.м-91а

Лобановій Наталії Павлівні

1. Тема роботи «Розвиток міжнародного ринку туристичних послуг в Україні». затверджена наказом по університету від «__» _____ 2020 року №__
2. Термін подання студентом закінченої роботи «__» _____ 2020 року
3. Мета кваліфікаційної роботи: дослідження рівня розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в Україні і визначення провідних напрямів інтеграції країни у сферу міжнародного туризму
4. Об'єкт дослідження: міжнародний ринок туристичних послуг
5. Предмет дослідження: аналіз теоретичних засад та практичних заходів щодо розвитку галузі міжнародного туризму в Україні.
6. Кваліфікаційна робота виконується на матеріалах праць вітчизняних та зарубіжних науковців, даних інформаційно-аналітичних бюлетенів та статистичних даних міжнародних економічних інституцій.
7. Орієнтовний план кваліфікаційної магістерської роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети
Розділ 1 «Теоретичні засади формування міжнародного ринку туристичних послуг».
У розділі 1 необхідно розкрити структуру, сутність і функції міжнародного туристичного ринку.
Розділ 2 «Рівень розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в Україні».
У розділі 2 необхідно дослідити формування міжнародного ринку туризму в Україні, проаналізувати функціонування туристичного бізнесу.
Розділ 3 «Потенціал розвитку міжнародного туризму в Україні та шляхи його реалізації»
У розділі 3 виявити перспективні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні і запропонувати шляхи реалізації України у сферу міжнародного туризму.

8. Консультації з роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Петрушенко Ю.М., зав. Кафедри МЕВ		
2	Петрушенко Ю.М., зав. Кафедри МЕВ		
3	Петрушенко Ю.М., зав. Кафедри МЕВ		

9. Дата видачі завдання: «___»_____ 2020 року

Керівник кваліфікаційної
магістерської роботи _____
(підпис)

Ю.М. Петрушенко

Завдання до виконання одержав _____
(підпис)

Н.П.Лобанова

ЗМІСТ

Вступ.....	6
1 Теоретичні засади формування міжнародного ринку туристичних послуг.....	8
1.1 Сутність і класифікація міжнародних туристичних послуг.....	8
1.2 Структура та функції міжнародного туристичного ринку.....	11
2 Рівень розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в Україні.....	15
2.1 Формування міжнародного ринку туризму в Україні.....	15
2.2 Функціонування бізнесу міжнародних туристичних послуг в Україні....	25
3 Шляхи реалізації міжнародного туризму в Україні.....	29
3.1 Перспективні напрями розвитку туристичних послуг в Україні.....	29
3.2 Шляхи подальшої інтеграції України до міжнародного ринку туристичних послуг.....	34
Висновки.....	37
Перелік джерел посилання.....	39
Додатки.....	42

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Справедливо стверджувати, що туристична галузь є однією з найважливіших та найприбутковіших сфер економіки. Навіть коли ситуація на світовому ринку є нестабільною, туризм залишається більш-менш стабільним. Ринок туристичних послуг здійснює вплив на такі сфери економіки, як транспорт, торгівля, виробництво товарів широкого вжитку, підтримує національні традиції, мотивує до збереження природи та створення сприятливих умов для свого функціонування.

В даний час метою туризму стали поїздки в освітніх, наукових, релігійних та оздоровчих цілях. На теперішній момент туризм являє собою суспільний феномен, пов'язаний з тимчасовою зміною місця перебування і середовища життя.

Україна вирізняється багатогранністю природних та історичних ресурсів, що надає можливість розвивати туристичні послуги на вітчизняній арені. Завдяки активізації інтеграційних процесів актуальність питання щодо розвитку конкурентоспроможного міжнародного ринку туристичних послуг зростає, адже туризм може стати пріоритетною галуззю національної економіки, де свій вклад зможе зробити кожний регіон.

Динаміка розвитку туризму характеризується швидкими темпами зростання, створюються нові види туризму, виникають нові робочі місця, розробляються нові технології в туристичній сфері. Це робить досліджувану тему досить актуальною.

Аналіз останніх джерел і публікацій. В сучасній літературі приділяється чимало уваги розвитку галузі внутрішнього і зовнішнього туризму в Україні. Цій проблемі присвячені праці таких фахівців, як Миронов Ю.Б., Мальська М.П., Дурович А.П., Копанев А.С. та ін. Між тим сучасні тенденції залучення вітчизняної туристичної галузі до міжнародного ринку туристичних послуг висвітлені в літературі не надто виразно.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є визначення провідних напрямів інтеграції України у міжнародний ринок туристичних послуг.

Завдання магістерської роботи полягають у такому:

- дослідити сутність і структуру міжнародного ринку туристичних послуг;
- виділити основні туристичні макрорегіони світу та новітні тенденції їх розвитку;
- надати рекомендації щодо ефективного використання ресурсів України в туристичній сфері;
- визначити основні напрями розвитку українського туризму на шляху інтеграції в міжнародний ринок туристичних послуг.

Об'єктом кваліфікаційної роботи магістра є міжнародний ринок туристичних послуг.

Предметом роботи є аналіз теоретичних засад та практичних заходів щодо розвитку галузі міжнародного туризму в Україні.

При проведенні дослідження був застосований системний підхід з використанням таких методів: теоретичного, емпіричного, порівняльного, методу індукції-дедукції та графічного методу.

Інформаційною базою даної роботи є статистична інформація, законодавчі та нормативно-правові документи, звітні дані Державного комітету статистики, ЮНКТАД, нормативні акти Кабінету Міністрів України, економічна література, наукові праці дослідників, фактичні дані туристичних установ, ресурси мережі Інтернет.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1 Сутність і класифікація міжнародних туристичних послуг

У багатьох країнах світу туристичні послуги розвиваються як система, яка дає способи ознайомлення з історичною, культурною спадщиною країни, її народними звичаями і духовними цінностями. Ця система «утримує» велику кількість юридичних і фізичних осіб, які безпосередньо пов'язані з наданням туристичних послуг. Крім доходу, туризм є й одним з факторів підвищення популярності країни [1].

Міжнародні туристичні послуги - це вид діяльності, що спрямовується на забезпечення умов, необхідних для здійснення операцій з іноземного туризму.

До туристичних послуг належать наступні:

- переміщення туристів різними видами транспорту;
- розміщення подорожуючих;
- забезпечення харчуванням;
- задоволення культурних потреб;
- задоволення наукових та ділових інтересів візитерів;
- оформлення документації, паспортів, віз та ін.

За бажанням туриста, йому можуть бути надані певні види послуг за його вибором, або повний комплект послуг – «інклюзив-тури».

Значну роль в міжнародному обміні відіграє освіта. Часто виникає взаємодія між студентами та викладачами: відбувається обмін досвідом, викладачами, аспірантами, студентами, проводяться спільні наукові дослідження. На початку XXI ст. за межами своїх країн навчалося понад 1 млн. студентів, дві третини з них - студенти з країн, що розвиваються і Східної Європи. Більше 350 тис. студентів-іноземців навчається в США, Англії, ФРН. В вищих навчальних закладах України також навчаються сотні іноземних студентів. У міжнародному обміні також беруть участь охорона здоров'я, фізкультура, спорт [2].

З туризмом тісно пов'язаний експорт послуг при проведенні різних культурних заходів: виставки образотворчого мистецтва, виступ акторів на гастролях; продаж фільмів.

Багатогранність міжнародних туристичних послуг можна охарактеризувати, використовуючи класифікацію заходів, що надає міжнародний туризм [2].

Міжнародний туризм може бути класифікований за такими ознаками: мета та протяжність поїздки, засіб пересування і локація, вартість подорожі, сезон та ін. (Таблиця 1.1-1.4, Рисунок 1.1-1.4) [3].

Таблиця 1.1 - Класифікація міжнародного туризму за метою поїздки

За метою поїздки	
Вид	Мета
Рекреаційний	Відпочинок, оздоровлення.
Науковий	Пізнання досягнень промисловості, науки, техніки. Участь у наукових семінарах, конгресах.
Діловий	Встановлення ділових контактів, проведення ділових переговорів, конференцій.
Пізнавальний (культурний)	Ознайомлення з унікальними природними об'єктами й історико-культурними цінностями (церкви, палаці тощо).

Таблиця 1.2 - Класифікація міжнародного туризму за тривалістю поїздки

За тривалістю поїздки	
Вид	Протяжність
Короткочасний	До трьох діб.
Тривалий	Три доби і більше.

Таблиця 1.3 - Класифікація міжнародного туризму за методом проведення

За методом проведення	
Вид	Сутність
Організований	Подорож одного або групи туристів за визначеним маршрутом і регламентом, встановленим туристичною фірмою. Забезпечує комплексом туристичних послуг за раніше придбаною путівкою.
Неорганізований	Подорож одного або групи туристів, не пов'язаних обов'язками з туристичною фірмою. Поїздку турист організовує сам.

Таблиця 1.4 - Класифікація міжнародного туризму за інтенсивністю туристичних поїздок

За інтенсивністю туристичних поїздок	
Вид	Сутність
Постійний	Цілорічні поїздки, подорожі
Сезонний	Туризм тільки в якусь конкретну пору року

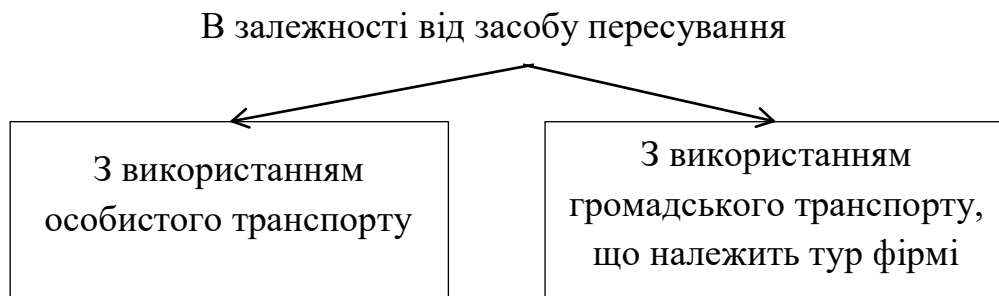


Рисунок 1.1 - Класифікація міжнародного туризму в залежності від засобу пересування

За цією ознакою туризм можна розділити на такі види: автотуризм, морський і річний круїз тощо.

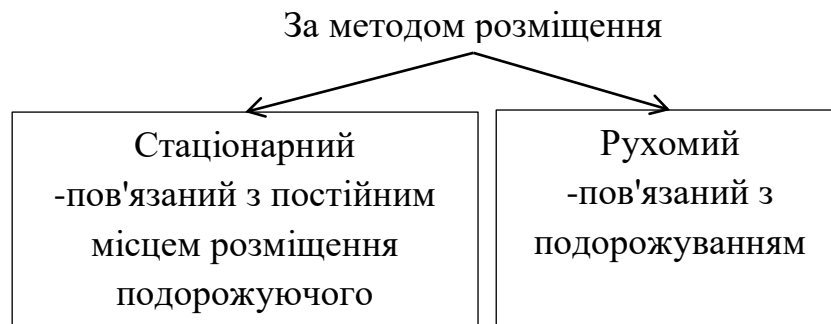


Рисунок 1.2 - Класифікація міжнародного туризму за методом розміщення

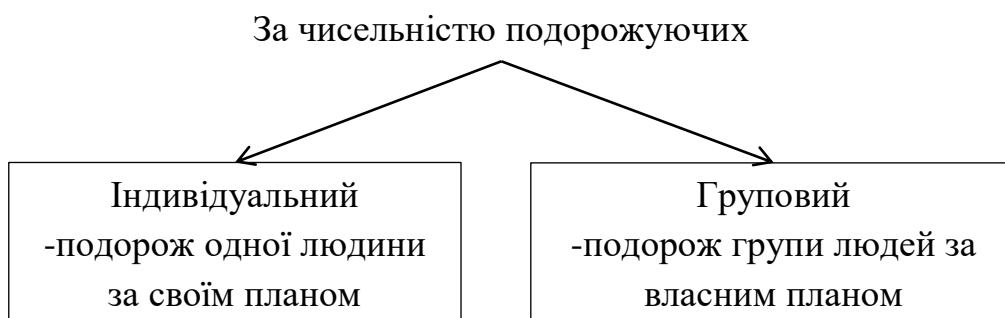


Рисунок 1.3 - Класифікація міжнародного туризму за чисельністю подорожуючих

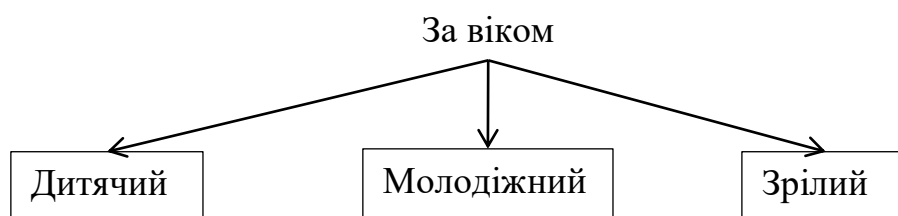


Рисунок 1.4 - Класифікація міжнародного туризму за віком

Отже, спостерігаючи за останніми тенденціями можна зазначити, що в галузі міжнародного туризму інтенсивно розвиваються нові види туризму, наприклад: парадорес, таймшер, сільський туризм та інші.

1.2 Структура та функції міжнародного ринку туристичних послуг

Ринок туристичних послуг має структуру, відповідну особливості споживання туристичних послуг. Можна виділити такі два компоненти міжнародного ринку туристичних послуг: ринок споживача, на якому

відбувається формування попиту на туристичний продукт, а також ринок виробника, на якому діяльність суб'єктів спрямується на задоволення попиту [4].

Міжнародний ринок туристичних послуг містить в собі багато різноманітних виробників та споживачів туристичного продукту.

Його структуру можна зобразити наступним чином:



Рисунок 1.5 - Структура міжнародного ринку туристичних послуг [5].

Ринок туристичних послуг тлумачиться як явище, що поєднує попит та пропозицію, які забезпечують процес купівлі-продажу туристичного продукту на даний момент часу.

Характеризуючи ринок туристичних послуг важливо взяти до уваги наступне:

- послуги виступають основним об'єктом купівлі-продажу;
- крім покупця і продавця у механізм ринку туристичних послуг входить багато посередницьких ланок, які в свою чергу забезпечують ефективний зв'язок попиту з пропозицією [6].

Попит на туристичні послуги відрізняється наступними ознаками:

- великим розмаїттям учасників поїздок за матеріальними можливостями, віком, цілями;
- індивідуальністю та високим ступенем диференціації;
- віддаленістю за часом і місцем.

Туристична пропозиція характеризується переліком таких особливостей:

- товари і послуги мають розгалужений характер (природні ресурси, створені ресурси, туристичні послуги);
- значна фондоємність галузі;
- незначна еластичність;
- комплексність.

Зважаючи на те, що ринок туристичних послуг містить в своїй структурі дрібніші за масштабами ринки, існує безліч класифікаційних ознак даного сегменту [6].

Після дослідження наукового матеріалу можемо виділити такі функції ринку туристичних послуг:

- посередницька (реалізація вподобань ринкових суб'єктів);
- стимулююча;
- економічна;
- інформаційна;
- контролююча;
- регулююча;
- ціноутворююча.

Посередницька функція. Виражається через процес організації доведення туристських послуг до споживача з використанням мережі турагентств. За своєю формою цей процес різноманітний, так як ринок забезпечує різноманітність вибору при укладанні угод [7].

Стимулююча функція. Включає в себе відшкодування витрат робочої сили і відтворення продуктивної сили суспільства. Матеріальне стимулювання працівників туристичного сектору має позитивний вплив на якість та кількість туристичних послуг, мотивує до зростання продуктивності праці.

Економічна функція. В основі лежить забезпечення ефективності використання обмежених ресурсів суспільства для задоволення його зростаючих потреб [8].

Інформаційна функція. Полягає в своєчасному та повному забезпеченні всіх суб'єктів ринку інформацією в галузі туризму. При цьому виробники туристичних послуг отримують інформацію про запити, попит, в свою чергу споживачі - про пропозиції на ринку [7].

Контролююча функція. Базується на тому, що ринок звільняє економіку від неефективних господарських одиниць, які не в змозі запропонувати споживачам якісні послуги, натомість впроваджує нові вигідні послуги.

Регулююча функція. Одна з головних функцій ринку туристичних послуг. Завдяки їй ринок сприяє розподілу капіталу з одних галузей економіки в інші, забезпечує збалансованість виробництва.

Ціноутворююча функція. Визначає ціну туристичних послуг, яка своєчасно реагує на зміни в пропозиції, потребах. Так як ринок туристичних послуг орієнтується на суспільно необхідні витрати, які готовий оплачувати споживач, вони визначають ціну, за якою пропонуються послуги споживачам.

Отже, міжнародні туристичні послуги являють собою сферу діяльності, що спрямовується на забезпечення умов, необхідних для здійснення операцій з іноземного туризму. У свою чергу, міжнародний ринок туристичних послуг розуміється як явище, що поєднує попит та пропозицію, які забезпечують процес купівлі-продажу туристичного продукту резидентами різних країн на даний момент часу.

2 РІВЕНЬ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

2.1 Формування міжнародного ринку туризму в Україні

Міжнародний туризм стрімко розвивається в усьому світі починаючи з 1950-х років, що є наслідком впливу таких факторів: [9], [11].

- підтримка державних органів;
- підвищення зацікавленості туроператорів масовим туризмом як бізнесом, який дає немалий прибуток;
- підвищення багатства суспільства і прибутку населення (загальні дані за різними країнами свідчать, що в цілому витрати на подорожі досягають 12-19 %);
- скорочення робочого часу (підвищується інтенсивність праці, що призводить до стресових ситуацій і посилення потреби організму людини у відпочинку);
- розвиток транспорту (збільшення кількості туристів, подорожуючих автобусами завдяки низькій ціні);
- падіння цін на авіаперевезення;
- урбанізація (концентрація населення в містах та відрив від природи викликають необхідність проведення вільного часу за межами постійного проживання);
- пріоритети в системі духовних цінностей (матеріальні блага поступаються місцем духовним цінностям).

Фахівці Всесвітньої туристичної організації виокремлюють п'ять найперспективніших видів туризму у XXI столітті:

1. Круїзи. Стрімко зростаючий вид туризму. На початку 1980 р. кількість “круїзних” туристів досягала 1,5 млн. осіб, зараз - 10 млн.

2. Пригодницький туризм. Поціновувачі незабутніх емоцій активно беруть участь у подорожах в екстремальні точки Землі, сходження на гірські вершини або занурення у морські глибини.

3. Екотуризм. Головна мета - збереження навколишнього середовища. Даний вид туризму передбачає організацію тематичних турів для шанувателів екотуризму з відвідуванням національних заповідників. Частина виручених доходів спрямовується на фінансування проектів з охорони природи.

4. Культурно-пізнавальний туризм. Переважна кількість туристів, що мають перевагу саме до такого виду туризму спостерігається в Азії та Європі. У зв'язку з зацікавленістю до цього туризму посилюється значення охорони пам'яток культури.

5. Діловий туризм. Набуває активного розвитку і буде розвиватися в майбутньому. Дане передбачення обґрунтовується стрімким розвитком світової економіки, поглибленням політичних зв'язків між країнами світу [9].

Американські фахівці вважають космічний туризм одним з найперспективніших напрямків туристичного бізнесу. За попередніми розрахунками, дохід від нового виду туризму може скласти близько 10 млрд. доларів на рік [12].

Важливим моментом розвитку туризму сучасності є нерівний поділ міжнародних туристичних потоків в різноманітних державах. Варто зазначити, що 20-30 % основної маси подорожуючих за кордон становлять групові чи масові туристи, решта 70-80 % - окремі туристи, котрі їздять зазвичай до ближчих країн [11].

Майже 62 % міжнародних туристичних подорожей відбуваються з метою відпочинку, діловий туризм складає 20 %, а решта 18 % припадають на інші цілі: відвідування родичів, релігійні подорожі, лікування тощо. Близько 44 % міжнародних туристів прибувають на місце призначення повітряним транспортом, 42 % - автодорожнім, 8 % - морським, і лише 7 % - залізницею [9].

Передбачається, що туризм розвиватиметься за рахунок підвищення кількості подорожуючих з рекреаційною метою, хоча діловий туризм також буде мати важливе вплив на світовий туризм [11].

Сучасний міжнародний туризм характеризується територіальною нерівномірністю, що відображає світові соціально-економічні рівні: на економічно розвинені країни припадає 57 % доходів від туризму, на країни, що розвиваються - 30 %, на країни з перехідною економікою - 13 %.

За такою регіональною структурою туристичних прибутків можна виокремити п'ять туристичних макрорегіонів світу:

- Європейський. До нього входять країни Північної, Південної, Західної, Східної і Центральної Європи, з урахуванням колишніх республік Радянського Союзу, держави Східного Середземномор'я (Кіпр, Туреччина, Ізраїль);
- Азійсько-Тихоокеанський. До нього входять країни Південно-Східної і Східної Азії, Австралії та Океанії;
- Американський. Включає країни Північної, Південної, Центральної Америки, острівні держави, території Карибського басейну;
- Африканський. Відносяться країни Африки (окрім Єгипту та Лівії);
- Близькосхідний. Включає в себе країни Західної та Південно-Західної Азії, Єгипет, Лівію) [10].

Всі макрорегіони мають поступову динаміку розвитку, але темпи, як і величина туристичних доходів не є однаковими.

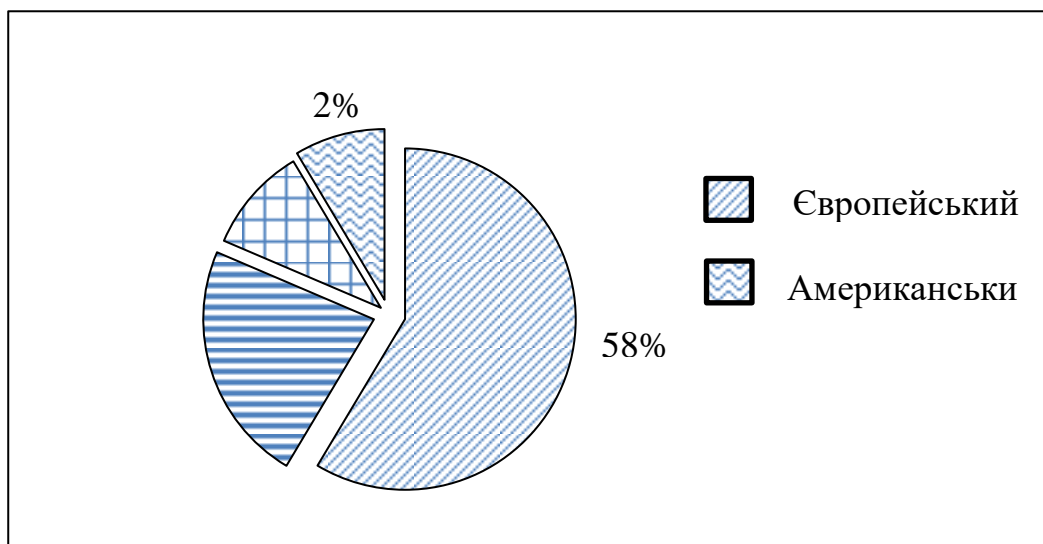


Рисунок 2.1 - Частка туристичних прибуттів макрорегіонів світу

Рисунок 2.1 показує, що лівова частина туристичних прибуттів відведена на Європу (58 %). Цей факт можна обґрунтувати існуванням великої кількості рекреаційних ресурсів, переважно стабільною політ- та економічною ситуаціями, існуванням розвиненої інфраструктури і позитивним географічним розташуванням. Погано діє на туристичний розвиток у в цьому регіоні ціновий аспект, що значно вищий за ті, котрі існують в інших макро-регіонах.

На другій позиції - Азійсько-Тихоокеанський макрорегіон, де туристичні прибутки важать 19 %. Характеризується великою кількістю екзотичних та унікальних рекреаційних ресурсів, і відносно низькими цінами. Але нестабільна політична ситуація та часті землетруси, цунамі та повені негативно впливають на розвиток даного регіону.

На третьому місці - Американський макрорегіон. Стрімкий розвиток туристичної індустрії в інших макрорегіонах призводить до зниження частки туристичних прибутків в Америці. Крім того, нестабільний політичний стан в країнах Південної Америки, природні катаклізми у США призводять до зниження частки туристських прибуттів.

На четвертому місці - Африканський макрорегіон. Африка є найдешевшим місцем відпочинку у світі, де зібрані багаті природні рекреаційні ресурси. Проте малорозвинена інфраструктура та низький рівень туристичного сервісу здійснюють негативний вплив на розвиток туристичної галузі.

Близькосхідний макрорегіон займає п'яте місце і виділяється найнижчою часткою туристських прибуттів, яка складає 2 %. Обґрунтовується це поганим політичним станом і відсутністю розвиненої туристичної інфраструктури. Натомість тривалий туристичний сезон і близькість розвинутих Європейських держав здійснюють позитивний вплив на розвиток туризму в регіоні [10].

Туризм став явищем, яке увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. До того ж, за рівнем доходу, на початку XXI ст. туризм посів третє місце серед провідних галузей світової економіки.

В першій половині XXI ст. перед туристичною індустрією світу стоїть питання захисту і розвитку рекреаційних ресурсів, котрі є безцінним багатством природи. З метою найефективнішого застосування рекреаційних ресурсів потрібно дотримуватися балансу між підвищенням попиту на дані ресурси та утворенням позитивних засад їх використання [11].

Позитивний вплив галузі туризму на навколишній світ передбачає охорону й відновлення пам'яток природи, культури, створення заповідників, збереження лісів, захист рослин і тваринного світу.

Негативний вплив включає в себе утворення короткотермінових баз відпочинку, засмічення навколишнього середовища, розведення вогню. Деякі види відпочинку (полювання, риболовля, збиральництво) призводять до зменшення чисельності, повного зникнення флори та фауни [12].

Всесвітня організація туризму і Комісія ООН по навколишньому середовищу виділяють необхідність створення балансу між туризмом і можливостями зовнішнього середовища. Наприклад, причиною руйнування середовища бельгійського узбережжя Ла-Маншу стало будівництво великої кількості готелів уздовж берега довжиною 62 км! [11].

На основі прогнозів СОТ і Комісії ЄС виділяють такі тенденції розвитку туристичної галузі:

- зростає частка міжрегіональних подорожей на великі відстані. Передбачається подальше та швидке падіння цін на дані поїздки;
- зміцнюється вплив зовнішніх факторів на туризм: економічна та політична ситуації, рівень безпеки подорожі;
- значний вплив на туризм має розвиток технологій, модернізація авіа транспортувань, системи комунікації;
- розширюється транспортування повітряним шляхом;
- витрати на транспорт і надалі будуть збільшуватися швидше інших статей сімейного бюджету. Тривалість подорожей значно впаде, натомість збільшиться їх кількість;
- найактивнішими подорожуючими віковими категоріями будуть люди похилого віку і молодь;
- активний відпочинок та відвідування культурних і історичних пам'яток стимулюватимуть зростання попиту на туристичні послуги. На противагу «трьом S»: море – сонце - пляж (Sea – Sun - Sand) прийде «три L»: професійні знання – пейзаж – вільний час (Lore-Landscape-Leisure) [9].

Кількість подорожуючих до 2021 року досягне 1,6 млрд. осіб на рік, (туристичні прибутки збільшаться у 2,4 рази порівняно з 2000 роком). В той же час доходи від туризму, за прогнозами ВТО, у 2021 році наблизяться до 2000 млрд. доларів США [12].

Прогноз найбільш популярних туристичних напрямків до 2020 року наведено нижче (рисунок. 2.2- 2.4):

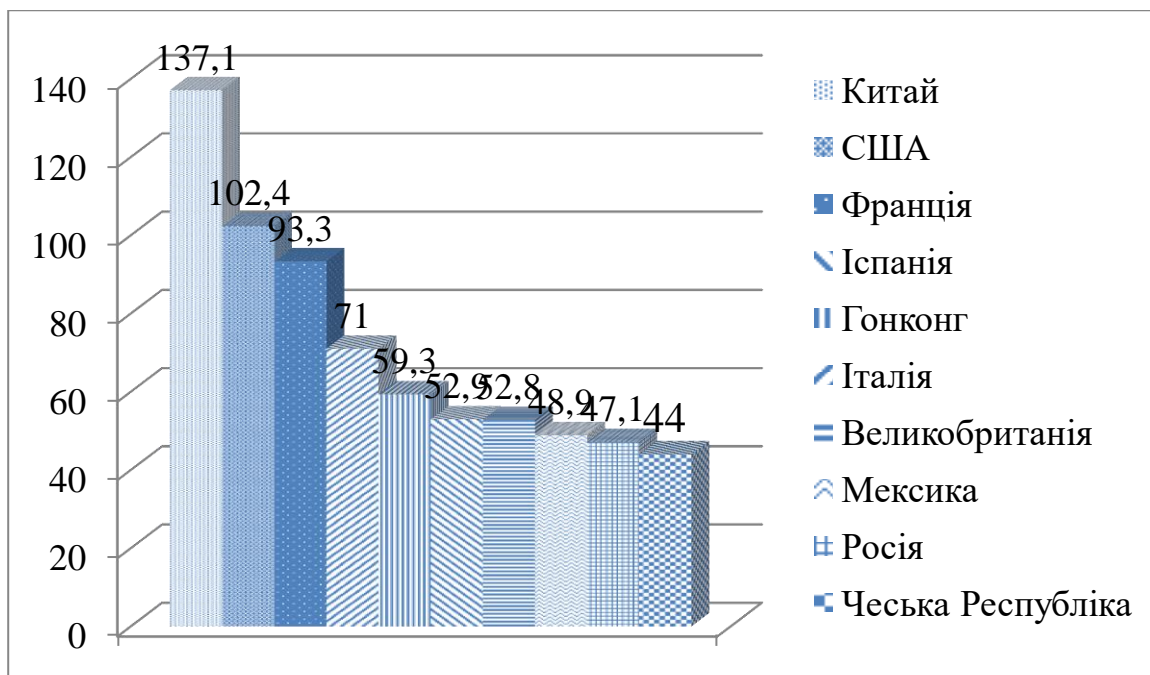


Рисунок 2.2 - Кількість туристичних прибуттів, млн.

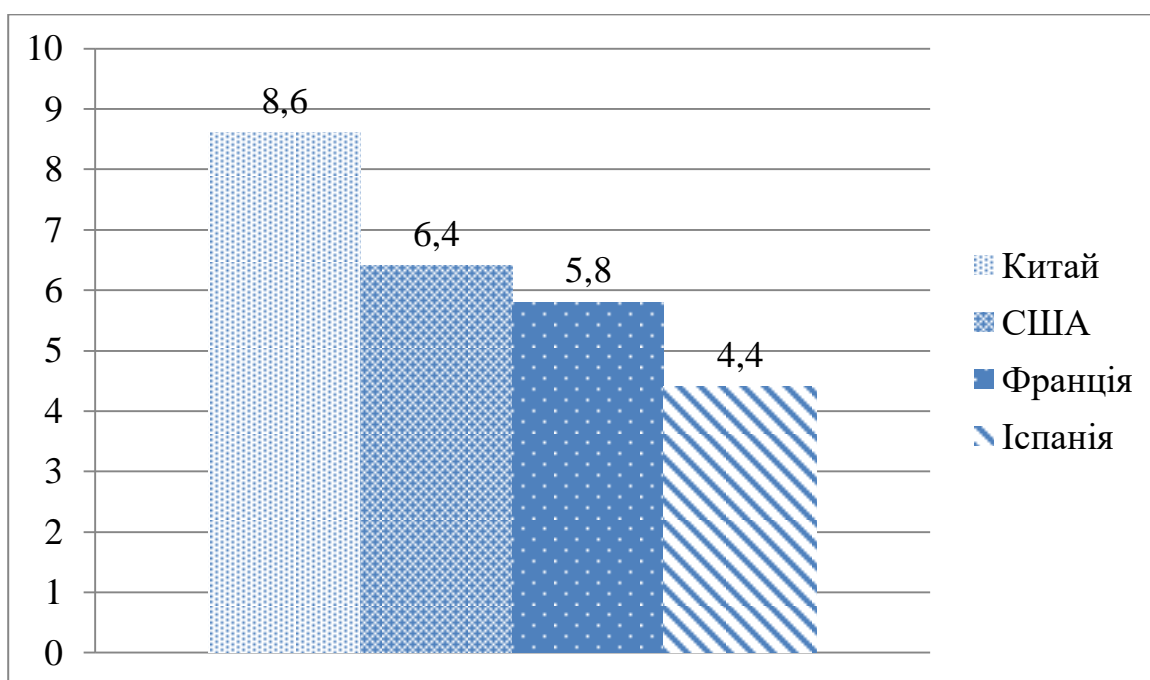


Рисунок 2.3 – Рівень на світовому туристичному ринку, %

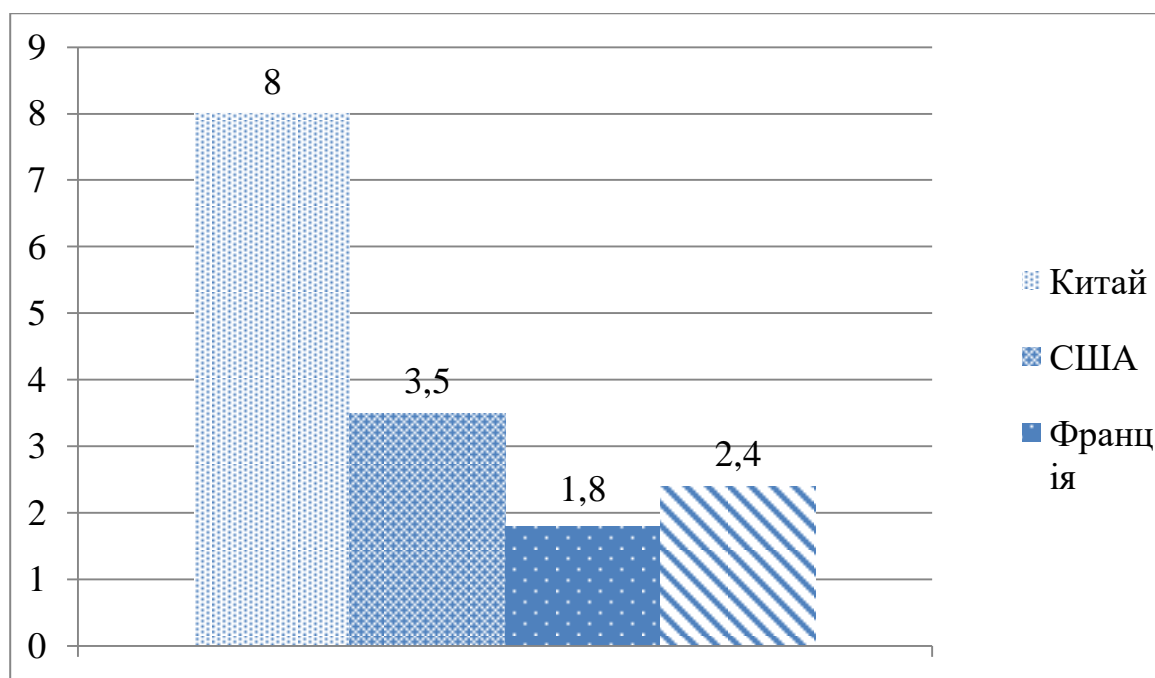


Рисунок 2.4 - Динаміка зросту у 2000-2020 роках, %

В Українському туристичному бізнесі має перевагу орієнтація на виїзд. Більшість туристичних фірм займаються напрямом співвітчизників за кордон, в той час як лише незначна частина намагається залучити туристів в Україну [13].

Міжнародний туризм в Україні має наступні особливості:

- непропорційність розвитку регіонального виїзного туризму, яка обумовлена економічною розвиненістю регіонів та платоспроможністю населення;
- більшість туристичних фірм віддають перевагу виїзному туризму. Таким чином вони отримують можливість швидше одержати дохід, охоплюють багато туристів, що хочуть подорожувати в різні країни.

Базовими напрямками туристів України є Польща, Угорщина, Молдова та Білорусь. Такі потоки обумовлені міцними зв'язками з сусідніми країнами, зручним транспортним сполученням, налагодженими економічними відносинами між державами [14].

В даний момент, на жаль, лише невелика кількість українців дозволяє собі відпочинок за кордоном, через це вони надають перевагу подорожам на території України. Та частка людей, яка є багатшою, відпочивають у найближчих країнах -

Болгарії, Туреччині, Чорногорії, а також у Єгипті. До того ж дані держави є найвигіднішими тур партнерами з точки зору цінової політики.

Саме Туреччина кілька років поспіль посідає перше місце в якості іноземного курорту. Цінова доступність і відсутність віз для українців аргументують популярність даної країни. Посилаючись на данні Державної прикордонної служби, минулого року Туреччина зустріла близько 1,547 тисяч осіб [15].

Дві країни тісно співпрацюють у туристичному напрямі. Це проявляється у вигляді двосторонніх зв'язків керівників обох Міністерств культури і туризму, у співробітництві в рамках Міжнародних організацій.

Одним з основних напрямів співпраці між державами у сфері туризму є стрімкий інформаційний обмін стосовно Українських і Турецьких туристичних можливостей, участь підприємств країн у виставках і презентаціях, спільних інвестиційних проектах, присвячених туризму.

Важливо зазначити, що Турецька Республіка тепло приймає українських туристів. Проте туристи із Туреччини значно рідше з'являються в Україні. Саме тому основним завданням України є привертання уваги більшого відсотку турецьких громадян шляхом впровадження турів, що будуть котируватися на туристичному ринку Туреччини, а також за допомогою розвитку етнічного, лікувального, круїзного туризму тощо [16].

Також у трійку популярних країн серед українських туристів потрапили Болгарія і Єгипет. За даними Держкомстату, у 2017 році Болгарію відвідали 100-150 тис. відпочивальників, а Єгипет - близько 800 тис. відпочиваючих з України. Єгипет - безперечний лідер арабського світу, він є осередком безпеки у даному регіоні. Саме це є основним фактором зміцнення взаємозв'язків між країнами. Це і є головною метою нашого посольства.

«Ми запропонували оздоровлювати єгиптян на найкращих українських курортах в Трускавці, в Моршині. В Україні також існує безліч пам'яток історії, які могли б зацікавити єгипетських туристів. Все це може слугувати підґрунтям для зустрічного туристичного потоку з Єгипту до України. Дещо в цьому

напрямку починає працювати. Ряд туристичних фірм планує прийняти участь у реконструкції готелів Києва. Один з таких проєктів - реконструкція готелю «Дніпро». Але, відверто кажучи, дуже мало перспектив на те, що багато єгиптян приїде до нас. Скоріш за все їх кількість не перевищить - 500-700 чоловік, щонайбільше 1000» [17].

Особливу увагу посольство приділяє відновленню навчання єгиптян в Україні. Вже підписаний договір між Каїрським національним університетом і Київським університетом імені Тараса Шевченка. Крім цього, проводиться активний міжнародний обмін викладачами. «За останній час до України прибули 11 професорів, які викладають арабську мову. Дуже приємно, що вони працюватимуть не лише в центральних вузах, таких як Інститут міжнародних відносин, Університет, а й у комерційних вузах. Усі дуже задоволені роботою. Зараз ми очікуємо на чотирьох українських студентів, які приїдуть на стажування до Каїрського національного університету. Поступово відновлюється довіра між нашими країнами, яка була колись. Повертаючись до теми туризму, хочу відзначити головну тенденцію - ми весь час нарощуємо і нарощуємо його обсяги. Приток туристів з України не зупиняється.» [17].

Останнім часом можна підмітити тенденцію зростання популярності відпочинку у Болгарії та Чорногорії, але занепад у Греції, Іспанії та Тунісі. Підвищення попиту на Чорногорію та Болгарію обумовлене значно низькими цінами на відпочинок, на відміну від інших європейських курортів. Доцільно зазначити, що кількість відвідувачів з кожним роком зростає. Загальна кількість закордонних туристів, відвідаших Болгарію минулого року складала 2,8 млн. осіб. Звичайно, при припиненні відвідування українцями Болгарії, країна не понесе значних втрат у сфері туристичного бізнесу. Тим паче, останнім часом Болгарія все більше користується попитом серед німців та громадян скандинавського півострову [18, с. 76-77].

Падіння попиту на Іспанію та Грецію базується на складнощах з отриманням візи, а спад попиту на відпочинок в Тунісі - наслідки нестабільної ситуації, масові теракти в останні роки. Варто зазначити, що попит на Грецію

впав в 3 рази, на Іспанію - в 2-2,5 рази. В той же час підвищується популярність Туреччини та Чорногорії [19].

Справедливо зазначити, що скорочуються не лише обсяги виїзних турів, а й вартість поїздки. Раніше середня вартість була близько 750-1000 доларів на людину, в даний момент ціна впала.

Не можна бути впевненими, що всі українці, які надавали перевагу відпочинку за кордоном перейшли на подорожі у своїй країні. Люди, полюбляючи закордон, продовжують подорожувати за межі своєї країни, проблемою є лише частота турів - замість щорічних мандрівок турист буде подорожувати через рік або раз у два роки [15].

2.2 Функціонування бізнесу міжнародних туристичних послуг в Україні

Дослідивши ключові ланки розвитку туристичних послуг та головних показників впливу сектору туризму на економіку України, можна виділити місце туризму в системі національного господарства. Ключові ознаки впливу туристичних послуг на вітчизняний розвиток у період 2016-2018 рр. представлено у табл. 2.1. [20, с. 489].

Таблиця 2.1 - Внесок туристичної індустрії в економіку України

Показники	Рік		
	2016	2017	2018
Внесок індустрії туризму у ВВП країни			
Млрд. грн.	17,442	19,397	21,357
Млрд. дол. США	2,594	2,776	3,086
%	2,1	2,2	1,9
Зайнятість в індустрії туризму			
%	1,9	1,7	1,7
Тис. осіб	387,7	254,5	351,2
Зайнятість в галузі туризму та суміжних галузях			
%	7,6	6,5	6,0
Тис. осіб	1523,1	1380,4	1338,1

Продовження таблиці 2.1.

Інвестиції у туристичну індустрію			
Млрд. грн.	25,434	26,452	28,358
Млрд. дол. США	0,650	0,615	0,688
%	3,0	2,3	2,3

Варто зазначити, що, відповідно до досліджень Всесвітньої ради з туризму та подорожей, частка індустрії туризму у ВВП в Україні становила 1,9 % у 2018 р. Існує припущення, що протягом наступних десяти років відбудеться приріст приблизно на 4 % щорічно [21, с. 303].

Якщо розглядати кількість населення, залученого в туристичну галузь, можна помітити тренд на збільшення даного показника. У 2017-2018 рр. частка працюючих у сфері туризму впала та складала 1,7 %. Кількість зайнятих в індустрії туризму складала 351 тис. осіб [22, с. 271].

У 2018 році, сфера туризму України включала понад 13000 підприємств: 7 453 суб'єктів туристичної діяльності (туроператорів і туристичних агентств); 1731 готелів; 2941 санаторно-курортних закладів (табл. 2.2.) [20, с. 492].

Таблиця 2.2 – Кількість суб'єктів вітчизняної туристичної індустрії

Показники	Рік		
	2016	2017	2018
Туристичні підприємства:	6106	7322	7453
Фактично здійснювали діяльність	4631	4829	4902
Туроператори	1904	2146	2344
Турагенти	4202	5176	5281
Готелі та інші заклади розміщення:	1595	1684	1731
Готелі	838	858	894
Оздоровчі та санітарно-курортні заклади	3073	3041	2941

Детальні дані щодо суб'єктів туристичної діяльності в Україні наведено у додатку Б (Таблиці Б.1 – Б.8)

Головною ланкою в структурі засобів розміщення національної індустрії туризму є готелі. Відповідно до Національного стандарту ДСТУ 4269:2006 «Туристичні послуги. Класифікація готелів» готелі поділяють на п'ять категорій. У 2018 р. в Україні функціонували 894 готелі, серед яких 15 п'ятизіркових, 62 чотиризіркових, приблизно 428 - тризіркових, двозіркових та однозіркових, всі інші - біля 389 готелів не мали категорії [23, с. 140].

Слід зауважити, що починаючи з 2005 р., намітилася позитивна тенденція зростання кількості осіб, що обслуговуються підприємствами готельного господарства в Україні. Усього за 2018 р. готельним господарством України було прийнято 4,6 млн. осіб, з них 950 тис. склали іноземні туристи. Близько 80 % іноземних туристів зупинились в готелях м. Києва, м. Дніпра, м. Харкова, Львівської та Одеської областей. Серед них, понад 75 % - туристи з країн СНД [23, с. 142]. Однак, частка іноземних туристів, що скористались офіційними засобами розміщення становила лише 4,1 % від загальної кількості в'їзного туристичного потоку у 2018 р., в той час як середній показник у європейському регіоні складає не менше 50 %.

Головним напрямом діяльності туристських компаній в Україні лишається виїзний туризм, в той час як більша частина європейських туристичних підприємств орієнтується саме на в'їзний та внутрішній туризм. Відсоток іноземних туристів, що обслуговуються туристичними компаніями становить лише 2 % від загальної кількості міжнародних туристичних прибуттів в Україну. Справедливо стверджувати, що головними причинами цієї ситуації є доволі низький рівень розвитку інфраструктури туризму, а також слабка якість послуг, котрі майже не пропорційні до їхнього рівня цін.

Підбиваючи підсумок, необхідно зазначити, що, за допомогою проведеного аналізу можна стверджувати наступне: рівень конкурентоспроможності національного туристичного продукту на світовому ринку досі залишається доволі низьким, індустрія туризму не надає могутнього економічного ефекту для країни. Тим не менш, викладені вище дані відображають деякий внесок

туристичної сфери в економіку України, не зважаючи на те, що кризові політичні та економічні явища в певній мірі сприяли падінню в галузі.

Що ж стосується поступальності чи інтенсивності розвитку національного ринку туристичних послуг, варто відмітити, що вони будуть залежати від таких складових як ефективність впровадження комплексного підходу до індустрії туризму рівні держави, розробки та реалізації стратегії утворення конкурентоспроможних українських туристичних продуктів, підтримки іміджу та реклами на міжнародному і внутрішньому ринках, заохочення залучення інвестицій у розвиток інфраструктури туризму тощо.

3 ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1 Перспективні напрями розвитку туристичних послуг в Україні

На сучасному етапі розвитку Україну відвідують тисячі іноземних бізнесменів, діячів і простих громадян.

В час світової фінансової кризи передбачається падіння індустрії туризму. Проте туризм є однією з найприбутковіших і найвигідніших галузей світового господарства. В Україні дохід від туризму не перевищує 1,9 % ВВП, у розвинених країнах досягає 5-8 %, а деяких - навіть 50 %. Сума доходу від в'їзного туризму в Україну вже сягнула 3 млрд. дол. США [17].

За даними Державної прикордонної служби України, кількість туристів, які відвідали нашу країну в 2018 році, порівняно з 2017 роком, зросла на 7 %. Серед туристів переважали громадяни Молдови, які склали 31 % (1,9 млн. осіб). Громадяни Білорусі склали 17 % (1,1 млн. ос.), росіяни - 10 % (0,6 млн. осіб), угорці - 7 % (0,4 млн. осіб), поляки - 9 % (0,5 млн. осіб).

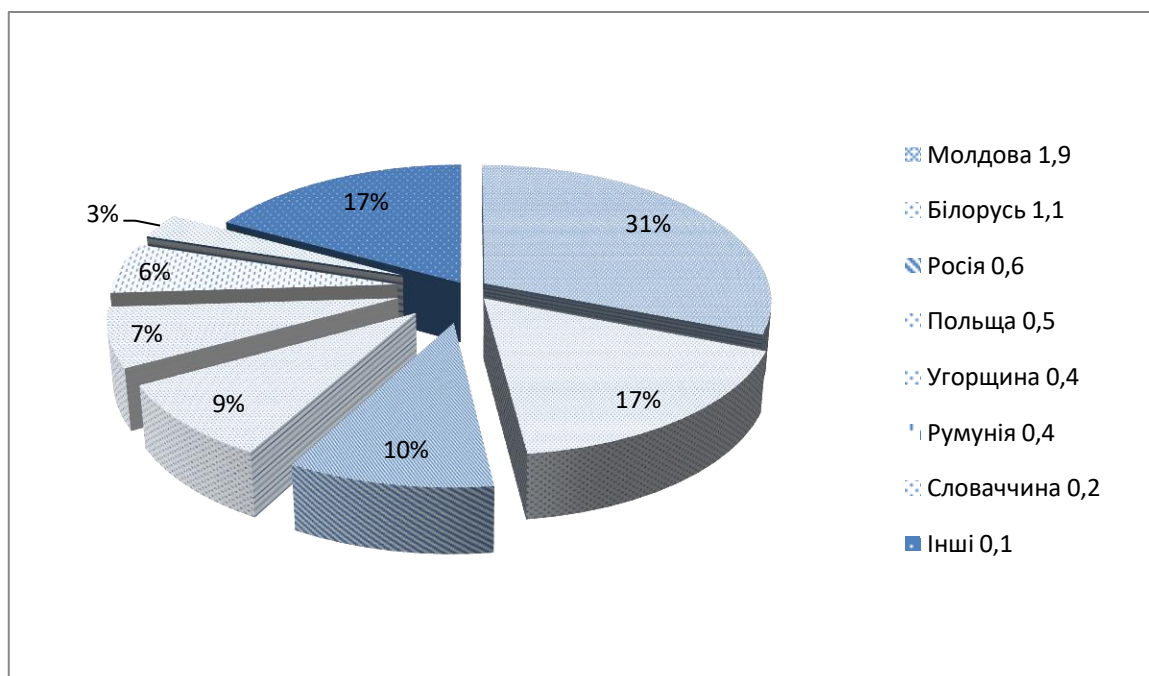


Рисунок 3.1 - В'їзд іноземців до України за I півріччя 2018 року (млн. осіб)

Спираючись на дані Державної прикордонної служби України, 95,3 % відвідавших Україну в 2018 році, за мотивацію поїздки мали «особисті цілі», 2 %

- «транзит», 1,3 % - «туризм», 1,1 % - «інші цілі», і лише 0,2 % візитували в Україну зі «службовими цілями» [18].

Згідно з експертною оцінкою, Україна може приймати близько 10 млн. туристів на рік.

Обираючи країну для поїздки, турист оцінює політичну, економічну ситуації, ціни, якість сервісу, туристичний, рекреаційний потенціал, характер транспортних зв'язків, рекламу, природні, кліматичні, культурні та релігійні характеристики країни. За висновками фахівців, мотивами для туристичних подорожей в Україну є культура, оздоровчі пропозиції, багата природа та відпочинок. Отже, ці елементи є вагомою часткою туристичної продукції нашої держави, котра вимагає підвищеного контролю з боку спеціалістів в галузі туризму. Попри вищесказане, потрібно залучати увагу мандрівників до історико-архітектурних пам'яток, стародавніх звичаїв і традицій українського народу, що можуть зацікавити гостей України. Створення позитивного іміджу країни повинно стати невід'ємною частиною стратегії розвитку українських туристичних послуг [14].

На сьогодні туристична інфраструктура в Україні не є раціональною і добре розвинутою, сервіс вражає низької якості. Хоча забезпеченість природними ресурсами, історичними, етнографічними пам'ятками та надбаннями, рівень культури, які здатні генерувати інтерес у іноземних туристів,- все це надає можливість Україні займати провідну позицію в Європі. Важливою рисою для розвитку українського туризму є клімат, який характеризується невеликою вологістю влітку та доволі м'якою зимою. Саме це надає можливість приймати подорожуючих протягом всього року [14].

Унікальними є рекреаційні ресурси Полісся, Карпатського регіону з масивними лісами та мінеральними водами, Приазов'я з лікувальними грязями в районах Бердянська та Маріуполя [19].

Широкий історико-культурний потенціал є важливою частиною формування конкурентоспроможності України на світовому ринку туристичних

послуг. Основними екскурсійними об'єктами в країні є пам'ятки історії, архітектури, мистецтва, а також палацові споруди, музеї та картинні галереї.

Іноземних туристів можуть зацікавити такі українські пам'ятки:

- пам'ятки Київської Русі;
- споруди, пов'язані з історією українського козацтва;
- екскурсії слідами гайдамацького руху;
- меморіальні споруди, пам'ятки національно-визвольного руху;
- шедеври архітектури у розмаїтті стилів;
- палацові споруди та пам'ятки мистецтва [14].

Відповідно до статистики, Україна має 5017 об'єктів культурної спадщини, 7739 одиниць природно-заповідного фонду, серед яких 23 заповідники, 47 національних природних парків, 28 ботанічних садів. До об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО увійшли Софіївський собор, Києво-Печерська Лавра, Резиденція буковинських митрополитів і праліси Карпат.

Помітна тенденція занепаду оздоровчих та курортних закладів, які зникають через конкуренцію і посилення вимог, наближення до стандартів Європи. Таким чином, станом на 2018 рік на території України (не враховуючи тимчасово окуповану територію Автономну Республіку Крим, м. Севастополь, а також частину Зони Антитерористичної Операції) існувало 291 пансіонатів та санаторіїв, 63 профілакторії, 73 закладів відпочинку, 1295 баз, 9669 дитячих оздоровчих таборів [20].

Серед лікувально-оздоровчих ресурсів слід відзначити запаси лікувальних грязей. Грязі є одним з основних лікувальних елементів на таких відомих курортах як Бердянськ, Кирилівка, Слов'янськ, Миргород тощо. На території України розповсюджені родовища мінеральних вод. Гідромінеральні ресурси використовуються на курортах Закарпатської, Львівської, Полтавської, Вінницької, Тернопільської та інших областей.

Розглянемо території за їх оздоровчим спрямуванням:

- бальнеологічні курорти: Дніпропетровська, Закарпатська, Житомирська, Київська, Кіровоградська, Львівська, Одеська, Полтавська області;
- грязьові: Одеська, Сумська області;
- кліматичні: Київська, Одеська, Сумська, Полтавська області.

Основою розвитку рекреації в цих регіонах є наступне:

- вигідне географічне розташування в степовій та лісостеповій зоні, сприятливий клімат;
- наявність лікувальних природних ресурсів, таких як мінеральна вода, грязі;
- забезпеченість розгалуженою мережею санаторно-курортних установ.

Цілющий клімат узбережжя Чорного та Азовського морів, Карпат використовуються як основний лікувальний чинник практично на всіх курортах.

Базуючись на аналізі факторів, що впливають на привабливість туристичних зон в регіоні, справедливо стверджувати, що районами освоєння повинні бути ті, де витрати на розвиток інфраструктури можуть бути мінімальними (Одеська область, Бердянськ), де найдовша тривалість туристичного сезону (Одеса). Території розвитку туризму в Причорноморському регіоні можуть бути виділені в таких зонах:

- 1) зона Одеси: спеціалізація - бальнеолікування, відпочинок, туристичні екскурсії, фестивалі, бізнес-туризм, морські прогулянки;
- 2) зона Бердянська: спеціалізація - бальнеолікування, дитячий і сімейний відпочинок, туристичні екскурсії, морські прогулянки.

Цікавою є Західна Україна, особливо Львівська, Івано-Франківська, Волинська, Закарпатська області, які розташовані на межі з Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією. Західна Україна вирізняється серед інших регіонів своїм вигідним географічним розташуванням. Дана частина України має велику кількість природно-рекреаційних та історико-культурних ресурсів. З погляду географічного положення - це гори Карпати, Передкарпаття

та Закарпатська низовини. Завдяки таким територіям Україна розвиває альпінізм, гірськолижний, водний види туризму. Район Закарпаття володіє природними та культурно-історичними ресурсами, що дозволяє розвивати рекреацію та туризм.

Значний вплив на розвиток конкурентоспроможності цієї території мають наступні чинники:

- наявність спільних кордонів з чотирма східно-європейськими державами - таке географічне розташування дозволяє активно розвивати туристичні зв'язки з цими країнами;
- близьке місцезнаходження та розвинуте транспортне сполучення, практична відсутність мовних бар'єрів;
- регіон має значні рекреаційні можливості. На його території розташовано понад 700 джерел мінеральних вод. Також на території Закарпатської області знаходиться найбільша в світі алергологічна лікарня, розташована в соляній шахті. Важливо відзначити, що джерела регіону не поступаються властивостями відомим мінеральним водам Франції, Чехії та Польщі, хоча відпочинок в Закарпатті коштує набагато дешевше, ніж в цих країнах;
- Закарпатська область має могутній історико-культурний потенціал. Це дозволяє поєднати відпочинок з пізнавальними маршрутами;
- розташування на території Карпат сприяє розвитку гірськолижного туризму;
- розвинений сервіс, сприятливі кліматичні умови забезпечують можливості для розвитку сільського туризму, який останнім часом стає все більш популярним серед іноземних відвідувачів.

На основі вищезазначених факторів справедливо виділити такі пріоритетні для регіону види туристичної діяльності: лікувальний, сільський, гірськолижний, пізнавальний туризм.

Для подальшого розвитку туристичних послуг потрібно організувати подорожуючим безпечне і комфортабельне транспортування, організувати візове оформлення, реалізувати проекти з готельним будівництвом. Бізнес туристичних

послуг вимагає могутніх капіталовкладень і діяльності спеціалістів, проте з умовою вигідної стратегії і втілення проєктів, бізнес туристичних послуг буде дуже вигідним [21, с. 233-234].

3.2 Шляхи подальшої інтеграції України до міжнародного ринку туристичних послуг

Аналізуючи перспективи розвитку в галузі туризму України, в першу чергу треба зазначити, що сучасний туризм є такою галуззю економіки і життєдіяльності суспільства, яка інтегрує практично всі сфери. Посилення роботи туристичних фірм, становлення галузі туризму як однієї з основних у вітчизняній економіці гальмується через деякі нерозв'язані проблеми, рішення яких потребує впливу органів державної влади [28].

За словами основного спеціаліста туристичної галузі Роберта А.Браймера, «у теперішній час найбільш гальмівним фактором у розвитку туризму на суспільному рівні є відсутність уваги та підтримки з боку політиків та громадської влади. Коли на туризм не зважають, його доходи не визначені, відсутнє ретельне планування та, як наслідок, відсутній і розвиток. Як тільки буде глибока зацікавленість на законодавчому рівні, поєднання зусиль для піднесення статусу індустрії туризму на більш високий рівень не тільки у вигляді декларацій, а й конкретних заходів щодо встановлення та підтримки економічних зв'язків, почне ефективно діяти маркетинг у сфері туризму, відтоді можна розраховувати на видимі результати» [29].

Серед основних причин, які гальмують розвиток туристичного бізнесу України є наступні:

1. Україна є маловідомою в якості туристичного осередку. Держава не має за мету покращення своєї репутації як туристичного центру і не робить вклад у власну рекламу.

2. Українські авіаперельоти є найдорожчими в Європі. Для порівняння.
3. Основною проблемою є готелі. Переважна більшість українських готелів мають архітектурний стиль, притаманний радянському періоду.
4. Нестача кваліфікованих робітників. В Україні майже відсутня професійна підготовка екскурсоводів та туроператорів [17].

Одна з основних проблем, що постає на сьогоднішній день та потребує вирішення найближчим часом - врівноваження взаємодії культури і туризму органами центральної і місцевої влади. Переважна кількість країн захоплюють туристів своєю культурною спадщиною, розмаїттям музеїв, театрів тощо, і таким чином підвищують міжнародні туристичні потоки.

Регулювання стратегії розвитку сфер культури і туризму має мотивувати у напрямку міцного зв'язку місцевих органів влади та фактичного бізнесу щодо розв'язання проблем по збереженню культурної спадщини, національних заповідників для узгодження роботи із туристичними суб'єктами.

Стабільність політичної ситуації, членство України в ЄС і НАТО забезпечать прибутковість сфери туризму, що, в свою чергу буде забезпечувати потреби міжнародного туризму.

Крім цього, до факторів, що будуть впливати на розвиток туристичного ринку відносяться матеріальний та соціальний стани населення, рівень освіти, професійна зайнятість тощо. Підвищення кількості працюючих, збільшення доходу на члена родини, забезпечення гнучкості графіку роботи посилять попит на наступні послуги галузі туризму: подорожі для відпочинку, відвідування культурних заходів, ділові поїздки, короткочасні подорожі тощо. Чим вищий рівень освіти людини, тим сильнішим є потяг до знань, до інших культур, що породжує бажання подорожувати і отримувати нові знання та враження.

Ще одним з головних чинників, що має значний вплив на розвиток туризму є добробут населення. Помічається міцний зв'язок між динамікою розвитку туризму, економічним розвитком і особистими людськими доходами.

Підвищення прибутку резидента може стимулювати покращення діяльності туристичної галузі, а також підвищення рівня користувачів з великим рівнем прибутку.

Розвиток туристичної галузі приведе не лише до прямих фінансових надходжень від іноземців, а й до збільшення зайнятого у сфері обслуговування населення. Отже, будуть створюватися нові робочі місця. Зараз кількість зайнятих в туризмі становить 207,9 тис. чол. [29].

Отже, вирішення пов'язаних з туризмом проблем дасть змогу повноцінно реалізовувати економічні та соціальні функції держави: покращення якості життя населення, збереження навколишнього середовища та культурно-історичної спадщини, поповнення бюджетів, розробка нових робочих місць, підвищення частки сфери послуг у ВВП України, Європейського та навіть світового визнання [17].

ВИСНОВКИ

За останні роки вплив галузі туризму на міжнародні зв'язки та розвиток регіонів держави помітно зріс. Саме туристичний бізнес забезпечує більшу частину валютних надходжень до державного бюджету. Туристична галузь є вигідною для країни з боку застосування ресурсів, але не зважаючи на багатий потенціал, Україна має багато проблем, пов'язаних з туристичною сферою.

Водночас Україна має могутній рекреаційний потенціал, це дає їй можливість отримати статус туристичної держави на світовому масштабі. Наша держава розширює міжнародні взаємовідносини, стають доступні нові напрямки розповсюдження туристичних послуг на світовому ринку.

Метою розвитку туризму в Україні можна вважати впровадження продукту, що матиме високу конкурентоспроможність на світовому ринку і буде здатний задовольняти потреби населення в галузі туризму; забезпечити підвищення інтересу до захисту культурно-історичного доквілля. Враховуючи те, що в даний момент Україна знаходиться у складній політичній та економічній кризі, розвиток цієї галузі може принести досить високі прибутки. Для того щоб вийти з економічної кризи потрібно відновлювати економічну діяльність країни, саме сфера послуг є чудовою можливістю для України.

Аналіз факторів розвитку туристичної галузі допоміг пояснити вплив освіти, податків, доходів населення тощо на в'їзні потоки туристів. Незважаючи на те, що влада деяких міст активізується, розвиток туристичної галузі сповільнюється через нестачу досвіду, традицій та знань, тому постає необхідність в державній підтримці.

В Україні мають своє відображення загальноєвропейські інтеграційні процеси, за рахунок відкритості для міжнародного туристичного співробітництва, також Україна враховує більшість загальнонаціональних пріоритетів.

Українська міжнародна туристична політика впроваджується по принципу вигідної співпраці з певною країною, спирається на специфічні ознаки конкретного ринку туристичних послуг.

Членство України у Всесвітній туристичній організації значно підвищило імідж і авторитет нашої держави у туристичному співтоваристві, створило передумови подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристичного ринку із залученням до інформаційної мережі, прогресивних технологій, інвестиційних пропозицій, системи професійної підготовки, наукових досліджень, передових надбань найбільш розвинутих туристичних держав світу, відкрило нові можливості налагодженні взаємовигідної співпраці з країнами-членами на всіх рівнях — двосторонньому, багатосторонньому, регіональному [14].

Варто підкреслити, що розвиток міжнародного туризму у світі відбувається стрімкими темпами. Ряд країн світу виділяються своєю спеціалізацією на наданні туристичних послуг, що приносить їм чималі доходи. Українці, скориставшись можливостями інтеграції нашої держави у світогосподарські процеси, все частіше виїжджають за кордон з туристичною метою. Основними осередками зовнішнього туризму для них є Туреччина, Єгипет, країни Європи.

Отже, вирішення питань щодо туристичної галузі надасть можливість реалізувати такі соціальні, економічні та гуманітарні державні функції як покращення якості і рівня життя населення, захист довкілля України, а також її історико-культурного нащадку, поповнення казни, утворення нових кадрових місць, підвищення Європейського та світового визнання.

Таким чином, міжнародний ринок туристичних послуг є важливим об'єктом дослідження, так як сучасні тенденції його розвитку мають суттєвий вплив на макроекономічні показники багатьох країн світу, сприяють покращенню життя громади та організовують державну ефективність інвестицій.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Ковалевський І. С. Міжнародний туризм в цифрах і фактах. – К., 2001. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=54368>.
2. Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и КО», 2006. - 448 с.
3. ІНОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА - 1'2015 Науково-виробничий журнал Заячковська Г.А. Ринок міжнародних туристичних послуг: Конструювання Категорії Та Класифікація - с. 155-157.
4. Миронов Ю.Б. Маркетинг в туризмі: Конспект лекцій/ Лекція 4. Ринок туристичних послуг [Електронний ресурс]. 2016. Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/mark_tur04.htm.
5. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: [підруч.] / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. - К. : Знання, 2008. 661 с.
6. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие /Под общей ред. З. М. Горбылевой. Мн.: «Экономпресс», 1998. 400 с.
7. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг [Електронний ресурс] 2016 - Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/91181-rozdl-3-rinok-turistichnih-poslug.html>.
8. Туризм в России и Украине. Функции рынка туристических услуг [Електронний ресурс]. 2016. Режим доступу: <http://catalog-turizm.ru/funkcii-rynka-turisticheskix-uslug.htm>.
9. Вавилова Е.В. Основы международного туризма. – «Международное сотрудничество в области туризма» Учебное пособие Москва ГАРДАРИКИ-2005. 160 с.

10. Смирнов І.Г. Туристично-фінансові потоки та моделі управління в міжнародному туристичному бізнесі / І.Г. Смирнов // Географія і сучасність: зб. наук. пр. Київ. нац. пед. ун-ту ім. М.П. Драгоманова. - К., 2006.- Вип.5(15).
11. UNWTO Tourism Highlights, 2012 Edition - 16 с. ISSN 2223-3199
12. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. - К., 2004. - 436 с.
13. Прейгер Д., Малярчук І. «Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів» // «Економіка України», № 6 (червень) 2001 р., с.20-28.
14. Великочий В.С., Дутчак О.І., Шикеринець В.В. Міжнародний туризм як економічний та соціокультурний феномен. Міжнародний туризм: навчальний посібник: Видавець Кушнір Г. М., 2015. 254 с.
15. Лебідь Н. Журнал «Україна молода» випуск №103 «Не час і не місце: чому українці масово їдуть відпочивати в окупований Крим» [Електронний ресурс]. 2016. Режим доступу: <http://www.umoloda.kiev.ua/number/3035/188/102367/>.
16. Travel & Tourism Economic Impact 2012 Ukraine. World Travel & Tourism Council. London 2012. 24 с.
17. Матеш В. «Болгарія запрошує на відпочинок» //Міжнародний туризм. -2007. - № 4 [Електронний ресурс]. 2016. Режим доступу: http://e-works.com.ua/work/1010_Bolgariya_Tyristichni_raioni_ta_centri_Bolgarii.html.
18. Блог політолога і журналіста-міжнародника Каспрука В./ «Україна - Єгипет: перспективи взаємовигідних зв'язків» [Електронний ресурс]. 2016. Режим доступу: <https://viktorkaspruk.wordpress.com>.
19. Уляницький Д. «Українці відмовляються від відпочинку за кордоном» [Електронний ресурс]: РБК-Україна 2016 - Режим доступу: <https://daily.rbc.ua/ukr/show/itogi-sezona-ukraintsy-stremitelno-otkazyvayutsya-1444045005.html>.
20. Статистичний щорічник України за 2018рік. Державна служба статистики України / за редакцією О.Г. Осауленка. - Київ, 2019. - 609 с.

21. Ткаченко Т.І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. - К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т., 2016. - 537с.
22. Любіцева О.О.Ринок туристичних послуг. 3-є вид., перероб. та доп. / О.О. Любіцева. - К.: «Альтерпрес», 2018. - 436 с.
23. Смаль І.В. Глобальний і регіональний векторирозвитку туризму / І.В. Смаль // Географія в інформаційному суспільстві: Зб. наук.праць: У 4-х т. Т.4. - К.: ВГЛ Обрії, 2018. - с. 139-145.
24. Сучасні перспективи розвитку української індустрії туризму. [Електронний ресурс]: UaStudent.com 2013. Режим доступу: <http://uastudent.com/suchasni-perspektyvy-rozvytku-ukrainskoi-industrii-turyzmu/>.
25. Державна прикордонна служба України. [Електронний ресурс]. 2016. Режим доступу: <http://dpsu.gov.ua/>.
26. Статистика Б. Туризм в Україні. «Наближаємось до світових стандартів?» //Культура і життя. - 2007. - 26 вересня. - с.3-5.
27. Державна служба статистики України. “Санаторно-курортні та оздоровчі” заклади [Електронний ресурс] 2016 - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
28. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник .М.: Аспект Пресс, 2002. - 470 с.
29. Цибух В.І. Стан і перспективи розвитку туризму в Україні, Туристично-краєзнавчі дослідження, в.2, К.,2009, с.52-59.
30. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Навчальний посібник. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.

ДОДАТКИ

Додаток А
SUMMARY

Lobanova N. P. Development of international tourism market in Ukraine. – Masters-level Qualification Thesis. Sumy State University, Sumy, 2020.

Author made general analysis of the main tourist macro-regions of the world and the latest trends in their development. The main purpose of this study is to develop a recommendation for the efficient use of Ukraine's resources in the tourism sector. This thesis provides the main directions of development of Ukrainian tourism on the way of integration into the international market of tourist services.

Keywords: Ukraine, international tourism market, integration, tourist business, potential of Ukrainian tourism, tourist enterprises.

АНОТАЦІЯ

Лобанова Н.П. Розвиток міжнародного ринку туристичних послуг в Україні. – Кваліфікаційна магістерська робота. Сумський державний університет, Суми, 2020 р.

У роботі досліджено сутність і структуру міжнародного ринку туристичних послуг. Проведений аналіз основних туристичних макрорегіонів світу та новітніх тенденцій їх розвитку. Основною метою цього дослідження є розробка рекомендації щодо ефективного використання ресурсів України в туристичній сфері. В роботі висвітлено основні напрями розвитку українського туризму на шляху інтеграції в міжнародний ринок туристичних послуг.

Ключові слова: Україна, міжнародний ринок туристичних послуг, інтегрування, туристичний бізнес, потенціал українського туризму, туристичні підприємства.

Додаток Б

Таблиця Б.1 - Суб'єкти туристичної діяльності в Україні у 2019 році за регіонами

	Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	Середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності, осіб		Середня кількість позаштатних працівників (працюючі за договорами та зовнішні сумісники), осіб	Кількість неоплачуваних працівників (власники, засновники підприємства та члени їх сімей), осіб	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис.грн
		усього	з них мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму			
Україна	2797	3345	1173	107	1466	751474,8
Вінницька	65	120	49	8	35	29899,4
Волинська	75	51	26	3	55	13724,2
Дніпропетровська	318	443	121	13	88	81121,9
Донецька	67	77	20	1	14	8810,3
Житомирська	51	30	10	–	37	8737,8
Закарпатська	57	47	22	2	18	14138,0
Запорізька	92	87	37	2	56	28101,1
Івано-Франківська	93	129	45	1	32	30940,1
Київська	180	218	79	10	49	58493,3
Кіровоградська	58	52	22	–	38	10932,6
Луганська	39	51	6	–	26	10239,5
Львівська	272	235	87	16	197	90753,1
Миколаївська	64	44	8	2	49	14799,4
Одеська	164	266	88	12	62	44185,0
Полтавська	136	179	38	1	120	22854,3
Рівненська	86	114	36	7	70	20586,4
Сумська	87	38	4	3	87	11799,8
Тернопільська	72	95	28	2	72	15504,6
Харківська	175	161	80	6	92	49766,0
Херсонська	68	98	27	3	14	19001,8
Хмельницька	63	71	15	2	17	9642,2
Черкаська	84	128	44	1	58	31650,1
Чернівецька	44	83	54	6	25	9637,1
Чернігівська	41	66	26	1	21	10056,6
м.Київ	346	462	201	5	134	106100,2

Таблиця Б.2 - Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, у 2019 році за регіонами

	Усього	У тому числі						
		На розміщення і проживання			На харчування	На медичне обслуговування	На екскурсійне обслуговування (без транспортних послуг)	На візове обслуговування
		Усього	З них					
			у готелях та аналогічних засобах	у приватному секторі				
Україна	69633,8	23342,4	20551,7	611,2	4879,0	188,9	4978,4	44,1
Вінницька	48,9	–	–	–	7,1	2,6	4,0	–
Волинська	1428,1	371,1	371,1	–	360,0	–	1,0	3,0
Дніпропетровська	4774,4	–	–	–	–	–	1019,7	–
Донецька	1281,0	1023,6	1023,6	–	–	–	–	–
Житомирська	226,1	–	–	–	67,3	–	47,2	–
Закарпатська	9214,1	8108,4	7521,1	50,0	390,7	30,0	–	–
Запорізька	593,8	–	–	–	32,5	–	61,6	–
Івано-Франківська	4099,1	666,1	666,1	–	158,5	–	850,7	–
Київська	7580,9	4560,6	4560,6	–	346,7	–	343,4	–
Кіровоградська	–	–	–	–	–	–	–	–
Луганська	7657,1	152,5	97,0	25,5	118,1	–	316,6	–
Львівська	–	–	–	–	–	–	–	–
Миколаївська	433,1	–	–	–	–	–	–	–
Одеська	3278,5	48,3	48,3	–	812,7	0,8	676,3	–
Полтавська	959,3	529,0	529,0	–	41,9	–	114,7	–
Рівненська	6890,1	1850,1	74,4	240,0	10,7	–	93,7	7,6
Сумська	–	–	–	–	–	–	–	–
Тернопільська	–	–	–	–	–	–	–	–
Харківська	4840,9	–	–	–	124,2	–	665,6	–
Херсонська	–	–	–	–	–	–	–	–
Хмельницька	2239,9	1063,1	976,8	44,2	177,7	3,5	15,3	–
Черкаська	7622,3	1977,7	1977,7	–	1816,8	56,2	62,9	–
Чернівецька	4837,5	2991,9	2706,0	251,5	390,4	89,7	246,6	33,5
Чернігівська	–	–	–	–	–	–	–	–
м.Київ	1628,7	–	–	–	23,7	6,1	459,1	–

Продовження таблиці Б.2

	На транспортне обслуговування					На послуги культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організаціям культури	На інші послуги, що використовуються при виробництві туристичного продукту
	Залізничний транспорт	Повітряний транспорт	міський транспорт	Екскурсійні автобуси	Оренда автомобілів		
Україна	910,5	4021,2	11,4	16639,4	165,4	1116,1	10689,0
Вінницька	16,7	–	–	17,0	–	–	1,5
Волинська	12,0	–	–	661,3	–	0,5	19,2
Дніпропетровська	103,9	–	–	3550,9	–	92,5	7,4
Донецька	234,4	–	–	–	6,6	–	16,4
Житомирська	–	–	–	99,7	–	–	11,9
Закарпатська	–	160,3	–	450,0	28,3	31,7	14,7
Запорізька	–	–	–	375,5	–	105,5	18,7
Івано-Франківська	–	–	–	1406,0	26,6	259,7	731,5
Київська	–	1906,2	–	401,2	–	–	8,0
Кіровоградська	–	–	–	–	–	–	–
Луганська	101,6	–	–	1564,7	–	3,5	5400,1
Львівська	–	–	–	–	–	–	–
Миколаївська	31,8	–	–	401,3	–	–	–
Одеська	134,1	–	–	1185,7	–	212,8	207,8
Полтавська	–	27,4	9,8	118,1	101,0	–	17,4
Рівненська	–	–	–	848,0	–	25,2	4054,8
Сумська	–	–	–	–	–	–	–
Тернопільська	–	–	–	–	–	–	–
Харківська	276,0	–	1,6	3665,0	2,9	18,8	86,8
Херсонська	–	–	–	–	–	–	–
Хмельницька	–	398,7	–	544,1	–	15,6	10,0
Черкаська	–	1000,0	–	87,4	–	–	–
Чернівецька	–	528,6	–	518,7	–	12,3	25,8
Чернігівська	–	–	–	–	–	–	–
м.Київ	–	–	–	744,8	–	338,0	57,0

Таблиця Б.3 - Кількість реалізованих турагентами туристичних путівок у 2019 році за регіонами

	Усього, одиниць	Громадянам України для подорожі		Іноземцям
		в межах України	за кордон	
Україна	411492	48987	359648	2857
Вінницька	14585	293	14290	2
Волинська	8645	1555	7008	82
Дніпропетровська	54328	5876	48450	2
Донецька	5846	1302	4543	1
Житомирська	4410	968	3432	10
Закарпатська	6582	1241	5341	–
Запорізька	14098	1898	12200	–
Івано-Франківська	8699	705	7993	1
Київська	23133	832	22277	24
Кіровоградська	7785	1874	5911	–
Луганська	3778	253	3525	–
Львівська	52725	12150	38157	2418
Миколаївська	7220	228	6992	–
Одеська	25000	1488	23512	–
Полтавська	18105	516	17492	97
Рівненська	9402	389	9013	–
Сумська	7702	480	7222	–
Тернопільська	6680	103	6577	–
Харківська	25425	2316	23109	–
Херсонська	12922	1307	11615	–
Хмельницька	10077	4373	5704	–
Черкаська	16962	3073	13824	65
Чернівецька	8556	356	8200	–
Чернігівська	7445	370	7075	–
м.Київ	51382	5041	46186	155

Таблиця Б.4 - Кількість туристів, обслугованих турагентами, у 2019 році за регіонами

	Усього	Громадян України			Іноземців
		Усього	У тому числі подорожуючих		
			в межах території України	за кордоном	
Україна	812145	809008	70736	738272	3137
Вінницька	31526	31522	299	31223	4
Волинська	18156	18074	2117	15957	82
Дніпропетровська	97156	97154	8049	89105	2
Донецька	11304	11302	2024	9278	2
Житомирська	10341	10321	1513	8808	20
Закарпатська	14522	14522	2520	12002	–
Запорізька	25317	25317	3827	21490	–
Івано-Франківська	19684	19682	788	18894	2
Київська	57270	57244	1770	55474	26
Кіровоградська	14226	14226	2004	12222	–
Луганська	9251	9251	1754	7497	–
Львівська	106220	103726	17857	85869	2494
Миколаївська	16705	16705	351	16354	–
Одеська	40132	40132	1919	38213	–
Полтавська	33349	33269	700	32569	80
Рівненська	21931	21931	588	21343	–
Сумська	16490	16490	1075	15415	–
Тернопільська	16149	16149	372	15777	–
Харківська	43190	43190	2653	40537	–
Херсонська	23905	23898	2335	21563	7
Хмельницька	18212	18208	4404	13804	4
Черкаська	30453	30388	3473	26915	65
Чернівецька	12020	12020	483	11537	–
Чернігівська	20377	20377	1305	19072	–
м.Київ	104259	103910	6556	97354	349

Таблиця Б.5 - Розподіл туристів, обслугованих турагентами, за метою поїздки та регіонами у 2019 році

	Кількість туристів, усього	Службова, ділова, навчання	Дозвілля, відпочинок	Лікування	Спортивний туризм	Спеціалізований туризм	Інші	З них діти віком 0-17 років
Україна	812145	3658	797671	9931	293	197	395	129930
Вінницька	31526	–	31436	–	90	–	–	4550
Волинська	18156	142	17957	54	–	–	3	2702
Дніпропетровська	97156	59	96530	538	11	18	–	18877
Донецька	11304	24	11046	33	16	160	25	1784
Житомирська	10341	6	10304	31	–	–	–	1976
Закарпатська	14522	–	14512	10	–	–	–	2994
Запорізька	25317	–	25308	9	–	–	–	4847
Івано-Франківська	19684	143	19531	4	–	6	–	3909
Київська	57270	1588	55339	285	42	–	16	11071
Кіровоградська	14226	4	14216	6	–	–	–	1838
Луганська	9251	8	9158	12	18	–	55	1611
Львівська	106220	89	99755	6363	13	–	–	13633
Миколаївська	16705	36	16661	8	–	–	–	2922
Одеська	40132	8	40106	16	2	–	–	5271
Полтавська	33349	199	33127	19	4	–	–	4652
Рівненська	21931	–	21882	–	10	–	39	3478
Сумська	16490	111	16355	10	–	3	11	2592
Тернопільська	16149	17	16132	–	–	–	–	2952
Харківська	43190	106	42810	274	–	–	–	7659
Херсонська	23905	16	23779	76	12	–	22	3139
Хмельницька	18212	33	18177	2	–	–	–	4134
Черкаська	30453	224	30213	14	2	–	–	3485
Чернівецька	12020	20	11986	14	–	–	–	2403
Чернігівська	20377	–	20353	24	–	–	–	3405
м.Київ	104259	825	100998	2129	73	10	224	14046

Таблиця Б.6 - Розподіл в'їзних (іноземних) туристів, обслугованих турагентами, за метою поїздки та регіонами у 2019 році

	Кількість в'їзних (іноземних) туристів, усього	Службова, ділова, навчання	Дозвілля, відпочинок	Лікування	З них діти віком 0-17 років
Україна	3137	92	2623	422	24
Вінницька	4	–	4	–	–
Волинська	82	–	82	–	19
Дніпропетровська	2	1	1	–	–
Донецька	2	–	2	–	–
Житомирська	20	–	20	–	–
Закарпатська	–	–	–	–	–
Запорізька	–	–	–	–	–
Івано-Франківська	2	–	–	2	–
Київська	26	–	3	23	1
Кіровоградська	–	–	–	–	–
Луганська	–	–	–	–	–
Львівська	2494	–	2097	397	–
Миколаївська	–	–	–	–	–
Одеська	–	–	–	–	–
Полтавська	80	12	68	–	–
Рівненська	–	–	–	–	–
Сумська	–	–	–	–	–
Тернопільська	–	–	–	–	–
Харківська	–	–	–	–	–
Херсонська	7	–	7	–	2
Хмельницька	4	1	3	–	–
Черкаська	65	65	–	–	–
Чернівецька	–	–	–	–	–
Чернігівська	–	–	–	–	–
м.Київ	349	13	336	–	2

Таблиця Б.7 - Розподіл виїзних туристів, обслугованих турагентами, за метою поїздки та регіонами у 2019 році

	Кількісні виїзних туристів, усього	Службова, ділова, навчання	Дозвілля, відпочинок	Лікування	Спортивний туризм	Спеціалізований туризм	Інші	З них діти віком 0-17 років
Україна	738272	2518	734761	346	148	197	302	117605
Вінницька	31223	–	31223	–	–	–	–	4547
Волинська	15957	52	15902	–	–	–	3	2561
Дніпропетровська	89105	56	88959	61	11	18	–	16974
Донецька	9278	22	9071	10	10	160	5	1284
Житомирська	8808	6	8802	–	–	–	–	1729
Закарпатська	12002	–	11998	4	–	–	–	2738
Запорізька	21490	–	21485	5	–	–	–	2692
Івано-Франківська	18894	91	18795	2	–	6	–	3828
Київська	55474	1076	54326	24	42	–	6	10825
Кіровоградська	12222	4	12216	2	–	–	–	1560
Луганська	7497	–	7497	–	–	–	–	1132
Львівська	85869	45	85811	–	13	–	–	12691
Миколаївська	16354	36	16311	7	–	–	–	2801
Одеська	38213	6	38191	14	2	–	–	5027
Полтавська	32569	158	32396	11	4	–	–	4608
Рівненська	21343	–	21294	–	10	–	39	3335
Сумська	15415	11	15398	–	–	3	3	2417
Тернопільська	15777	17	15760	–	–	–	–	2941
Харківська	40537	106	40257	174	–	–	–	6804
Херсонська	21563	16	21496	17	12	–	22	2705
Хмельницька	13804	32	13770	2	–	–	–	2585
Черкаська	26915	159	26750	4	2	–	–	3382
Чернівецька	11537	20	11513	4	–	–	–	2288
Чернігівська	19072	–	19072	–	–	–	–	2666
м.Київ	97354	605	96468	5	42	10	224	13485

Таблиця Б.8 - Розподіл внутрішніх туристів, обслугованих турагентами, за метою поїздки та регіонами у 2019 році

	Кількість внутрішніх туристів, усього	Службова, ділова, навчання	Дозвілля, відпочинок	Лікування	Спортивний туризм	Інші	З них діти віком 0-17 років
Україна	70736	1048	60287	9163	145	93	12301
Вінницька	299	–	209	–	90	–	3
Волинська	2117	90	1973	54	–	–	122
Дніпропетровська	8049	2	7570	477	–	–	1903
Донецька	2024	2	1973	23	6	20	500
Житомирська	1513	–	1482	31	–	–	247
Закарпатська	2520	–	2514	6	–	–	256
Запорізька	3827	–	3823	4	–	–	2155
Івано-Франківська	788	52	736	–	–	–	81
Київська	1770	512	1010	238	–	10	245
Кіровоградська	2004	–	2000	4	–	–	278
Луганська	1754	8	1661	12	18	55	479
Львівська	17857	44	11847	5966	–	–	942
Миколаївська	351	–	350	1	–	–	121
Одеська	1919	2	1915	2	–	–	244
Полтавська	700	29	663	8	–	–	44
Рівненська	588	–	588	–	–	–	143
Сумська	1075	100	957	10	–	8	175
Тернопільська	372	–	372	–	–	–	11
Харківська	2653	–	2553	100	–	–	855
Херсонська	2335	–	2276	59	–	–	432
Хмельницька	4404	–	4404	–	–	–	1549
Черкаська	3473	–	3463	10	–	–	103
Чернівецька	483	–	473	10	–	–	115
Чернігівська	1305	–	1281	24	–	–	739
м.Київ	6556	207	4194	2124	31	–	559