

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту  
Кафедра міжнародних економічних відносин

Матвіїв Ольга Андріївна  
(прізвище, ім'я, по батькові)

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

«УКРАЇНА НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ»  
Спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»

Студента (ки) 4 курсу \_\_\_\_\_ О.А. Матвіїв  
(номер курсу) (підпис) (ініціали, прізвище)  
групи МЕ-71а  
(шифр групи)

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) (ініціали, прізвище здобувача)

Керівник д.е.н., проф. \_\_\_\_\_ М.І. Макаренко  
(посада, науковий ступінь) (підпис) (ініціали, прізвище)

## РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавр

на тему

«Україна НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ»

студента Матвіїв Ольги Андріївни  
(прізвище, ім'я, по батькові)

Основний зміст кваліфікаційної бакалаврської роботи викладено на 28 сторінках, у тому числі список використаних джерел з 28 найменувань, які розміщені на 3 сторінках. Робота містить 4

Ключові слова: ТУРИЗМ, МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ , ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ТУРИСТИЧНІ ПОТОКИ, МОТИВАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.

Мета кваліфікаційної роботи: дослідження теоретичних засад функціонування світового ринку туристичних послуг та визначення ролі на ньому України.

Об'єктом дослідження є система міжнародних економічних відносин з приводу туристичної діяльності резидентів України.

Предмет дослідження: теоретичні засади та практичні аспекти підвищення ролі сфери міжнародного туризму в економіці України.

Кваліфікаційна робота виконується на матеріалах туристичної агенції «True Travel».

Методологія дослідження. Для досягнення поставленої мети було використано сучасні методи дослідження, зокрема на основні системно-аналітичного методу здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, розробок, пропозицій провідних вітчизняних та закордонних вчених.

Для досягнення поставленої в роботі мети було використано сучасні методи дослідження, зокрема на основі системно-аналітичного методу здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, розробок, пропозицій

провідних вітчизняних і закордонних вчених, присвячених проблемам туристичної галузі. Використання методів логічного узагальнення забезпечило послідовність проведення наукового дослідження. Для вирішення окремих завдань використовувались також наступні методи: статистичного аналізу – для дослідження динаміки, структури і ефективності функціонування суб'єктів туристичної діяльності; проблемно-орієнтовний – для наукового обґрунтування напрямів розв'язання проблем розвитку вітчизняної туристичної галузі; компаративний – для зіставлення розвитку туризму в різних регіонах та країнах. Застосовувались також методи комплексного системного аналізу економічних та управлінських явищ і процесів.

За результатами дослідження сформульовані такі висновки:

1. На сучасному етапі розвиток туристичних послуг постійно зростає, при цьому виникають нові маршрути, вдосконалюється інфраструктура та транспорт, забезпечується робочими місцями значна частина населення. Найважливішим чинником, що має вплив на весь ринок туристичних послуг, є невідпинне зростання кількості населення на планеті.

2. Зараз туристичний потенціал України розкрито не повною мірою, про що свідчить 1,5–2,5 % частка туристичної галузі в структурі ВВП країни. Однак, Україна має все необхідне для того, щоб стати туристичною державою. Така кількість зон відпочинку властива 24 далеко не кожній країні. Але цей потенціал використовується все ще не на повну силу.

3. Питання про збільшення ефективності державного управління у сфері туризму є сьогодні надзвичайно актуальним, оскільки може забезпечити стратегічний соціально-економічний розвиток, адже туризм є галузевим мультиплікатором з мінімальним бар'єром для входу, тому ця сфера є надзвичайно привабливою для інвесторів.

4. Ринок туристичних послуг України, незважаючи на великі позитивні тенденції, не має достатнього рівня для розвитку туристичної індустрії в країні. Система його роботи потребує покращення, та зменшення проблем для розвитку.

Результати апробації основних положень кваліфікаційної бакалаврської роботи розглядалися на:

1) VIII Міжнародній науково-практичній конференції;

...

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2021 рік

Рік захисту роботи – 2021 рік

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИНИКНЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ</b> .....	9
1.1 Характеристика туристичної діяльності та її вплив на економіку .....	9
1.2 Передумови та чинники розвитку туризму в умовах глобалізації .....	12
<b>2 РОЛЬ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ</b> .....	16
2.1 Аналіз сучасних тенденцій розвитку світового ринку туристичних послуг .....	16
2.2 Дослідження особливостей формування та діяльності ринку туристичних послуг в Україні .....	18
<b>3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ</b> ..	21
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	24
<b>ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ</b> .....	26
<b>ДОДАТКИ</b> .....	29

## ВСТУП

Актуальність теми. Туристична діяльність займає провідне місце у системі міжнародно-економічних відносин та є важливим чинником стану економіки країни, яка чинить безпосередній вплив на конкурентоспроможність держави на міжнаціональній арені, та забезпечує вирішення ряду проблем пов'язаних з економічно-соціальним станом населення.

Якщо розглядати історичний аспект виникнення походження терміну «туризм», то він був започаткований у ХХІ столітті, як один із основних секторів економіки, що характеризується динамічно стабільним розвитком, і в свою чергу, перетворився на одну з найбільш прибуткових і динамічних галузей світової економіки.

На сьогодні туристична сфера складає близько 15% світового ВВП, та 35% міжнародної торгівлі послугами, де, майже, кожне 10-те робоче місце безпосередньо пов'язане з даною сферою.

За останні п'ятнадцять років, дохід від експортування туристичних послуг стабільно перевищує дохід від експорту нафти, легкої промисловості, машинобудування та аграрної ланки. Туристична діяльність перетворилась на конкурентоспроможні об'єкти міжнародної торгівлі і стала однією із основних надходжень доходу багатьох країн, що розвиваються.

Міжнародний туризм не просто розвивається, але і якісно трансформується в умовах різних глобалізаційних процесів. Все більш активніше проникає і взаємодіє з окремими сферами сучасних міжнародних відносин, починаючи з міжнародної торгівлі товарами і закінчуючи міжнародним науково-технічним обміном.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність туризму в міжнародно-економічних відносинах, умови та фактори розвитку міжнародного туризму розглядали в своїх працях такі вітчизняні та закордонні

вчені, як: Г. Алейнікова [3], О. Вавилова [7], С. Волкова [9], В. Гуляєва [6], М. Долішній [13], А. Матвієнко [15] та інші.

Проте, актуальність ролі та місця туризму для розвитку міжнародних економічних відносин залишається недостатньо розкритою, враховуючи те, що постійно відбувається ріст значення туристичної галузі.

Мета кваліфікаційної роботи: дослідження теоретичних засад функціонування світового ринку туристичних послуг та визначення ролі на ньому України.

Досягнення мети дослідження передбачає постановку та розв'язання наступних завдань:

- дослідити зміст та економічні особливості туристичної галузі в контексті міжнародних економічних відносин;
- навести класифікацію форм та видів туризму як однієї з провідних галузей світової економіки;
- оцінити вплив туризму на міжнародне економічне співробітництво;
- схарактеризувати сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму;
- визначити особливості формування туристичної галузі в Україні;
- окреслити проблеми та пріоритетні напрямки розвитку туристичної галузі України.

Об'єктом дослідження є система міжнародних економічних відносин з приводу туристичної діяльності резидентів України.

Предмет дослідження: теоретичні засади та практичні аспекти підвищення ролі сфери міжнародного туризму в економіці України.

Кваліфікаційна робота виконується на матеріалах туристичної агенції «True Travel».

Методологія дослідження. Для того, щоб досягти меті було застосовано новітні методи дослідження, зокрема на основі аналітично-системного

методу здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, розробок, пропозицій провідних вітчизняних та закордонних вчених.



# 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИНИКНЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

## 1.1 Характеристика туристичної діяльності та її вплив на економіку

«Туризм» як поняття можна пояснити з різних сторін. Звичайні люди зазвичай розуміють це як розваги, прогулянки та розваги. В контексті економічних відносин туристична діяльність визначається як виробнича діяльність та послуги, що надають велику кількість туристичних послуг або туристичну діяльність з метою туризму. Загалом, туризм можна визначити як вираз соціальної політики держави, профспілок та компаній з метою реалізації права громадян на відпочинок та вільне пересування.

Туризм - це відкрита система, на яку сильно впливають природні фактори, клімат, економічні та соціальні катастрофи, національні та регіональні конфлікти тощо. Деякі з цих зовнішніх впливів регулярно впливають на систему, інші непередбачувані. Оскільки певна комерційна діяльність у багатьох випадках, наприклад, проживання та харчування та транспортні послуги, орієнтована не лише на туристів, а й на інших типів туристів, мандрівників та місцевих жителів, ситуація ускладнюється. Крім того, не всі туристи користуються послугами туристичних агентств (туристичних агентств чи туристичних агентств), які пропонують цей вид комплексних туристичних послуг, але воліють працювати безпосередньо через перевізників та готелі, ресторани, туристичні агенції тощо. туристичні агенції, а не туристичні агенції. [2].

Підрозділи для туристичної діяльності - компанії, установи, організації, незалежно від форми власності, є особами, які зареєструвались відповідно до закону України та отримали ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг. Включає туристичні агенції, туристичні агенції, туроператори, курорти та готелі, кемпінги, мотелі, що

приймають сім'ї, харчування, транспорт, культуру, спорт тощо, що забезпечують приймання, обслуговування та транспорт для туристів. [3].

Сучасна наука вважає, що туризм - це складна соціально-економічна система. Незаперечним фактом є те, що туристична діяльність на цьому етапі є багатогалузевим промисловим комплексом. Можна помітити, що туристичний сектор дуже різноманітний і під впливом багатьох факторів (рис. 1.1). Туристичні компанії повинні враховувати ступінь впливу всіх цих факторів.

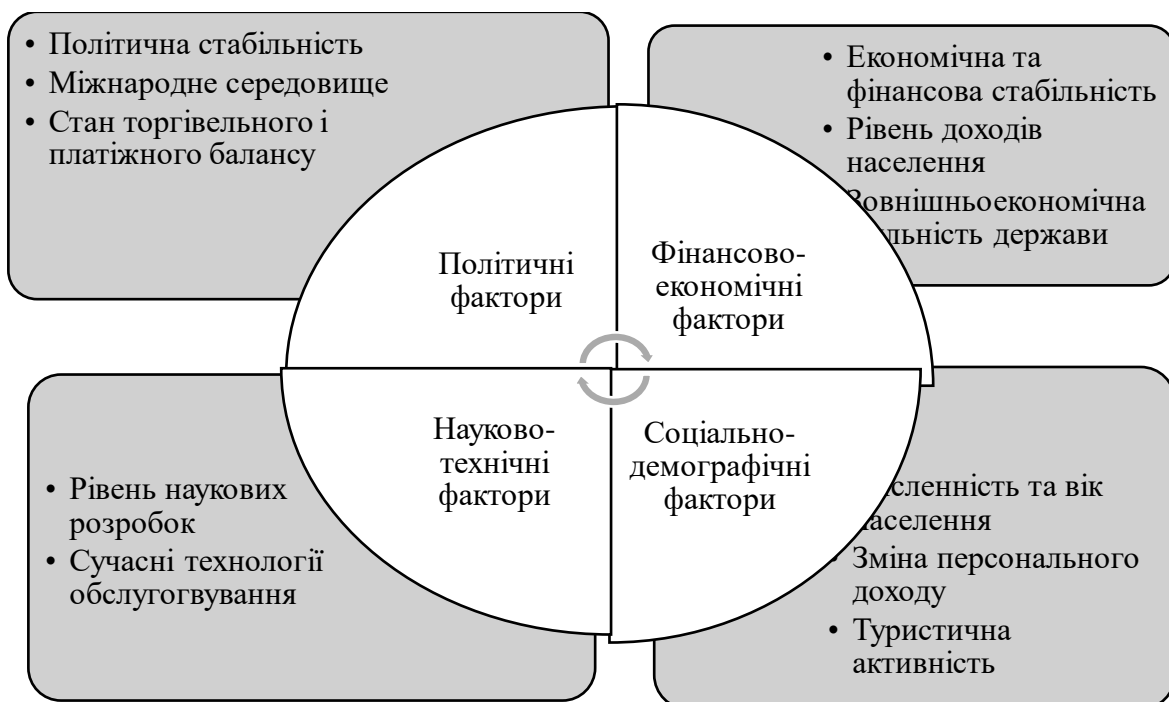


Рис. 1.1 основні фактори розвитку туристичної діяльності

\*побудова автором на основі [5]

Сучасний туризм є одним з найбільш швидкозростаючих секторів світової економіки і може розглядатися як самостійний сектор економіки, так і міжгалузевий комплекс.

Сьогодні туризм став явищем, яке стало частиною повсякденного життя майже третини населення світу. Це було також на початку XXI ст. За рівнем доходу туризм, звичайно, посідає третє місце серед найважливіших секторів

світової економіки. У 2019 році туризм дав 12% світового ВВП і склав понад 14% споживчих витрат. Туризм є найбільшим джерелом доходу у багатьох країнах та регіонах. Світові продажі туризму перевищують майже 400 млрд дол. США кожного року, найкращими та більш динамічними у даній сфері є такі країни, як США та країни Західної Європи.

Туризм сприяє розвитку інфраструктурних елементів - готелів, ресторанів, магазинів тощо. Це призводить до збільшення сімейних доходів шляхом податків, які можуть бути прямими (збір за візу, збори) або непрямими (більша заробітна плата призводить до збільшення податку на прибуток, платити сім'ї). Крім того, як уже зазначалося вище, туристична галузь пропонує безліч можливостей для залучення валюти та різних видів інвестицій.

Економічна диверсифікація є важливою складовою економічного зростання держави, шляхом започаткування сфер, які обслуговують туристичну діяльність, завдяки чому зростають доходи та покращується рівень та якість населення.[7]

У більшості країн світу, туризм є однією з трьох найважливіших галузей країни, яка динамічно розвивається та становить важливе соціально-економічне значення, тому що:

- збільшується дохід місцевого населення, завдяки створення нових робочих місць;
- розвиваються місцеві галузі (готельно-ресторанний бізнес та інші);
- покращення рівня та якості місцевого населення;
- збільшення інвестицій.

Однак позитивний вплив туризму на національну економіку відбувається лише в тому випадку, якщо його розвиток не перетворює національну економіку на економіку послуг.

Внесок туризму у світовий ВВП склав 10,4% у 2019 році та впаде до 5,5% у 2020 році через пандемію COVID-19. Внесок туризму у світову економіку в

2019 році становить 10,4%, або 9,2 трлн дол. До 2020 року галузь втратила майже 4,5 трлн дол., А її внесок у світовий ВВП зменшився на 49%. Водночас загальна світова економіка знизилася на 3,7%. До 2020 року туристична галузь втратила майже 62 мільйони робочих місць, або 18,5%. Зараз їх кількість у галузі становить 272 мільйони.

Туризм відіграє важливу роль у створенні нових місць для роботи, і очікується, що протягом наступних п'яти років щодня створюватимуться 2500 нових робочих місць. У багатьох галузях економіки практично неможливо точно оцінити кількість працівників у туристичному секторі. Крім того, вирішення проблем ускладнюється при поточному аналізі особливих видів робіт (сезонної, неповної зайнятості, агентської роботи тощо). Однак кількість людей, які займаються туризмом, продовжує зростати. Це один з небагатьох секторів, де впровадження нових технологій не призводить до надмірностей. Це важливо, оскільки туристична галузь займає багато робочих місць, щоб зменшити соціальний тиск. Крім того, світовий досвід показує, що туризм може розвиватися під час економічної кризи, що дуже важливо для Східної Європи. Вартість створення робочих місць тут у 20 разів нижча, ніж у промисловості, а зростання інвестиційного капіталу в 4 рази вищий, ніж в інших галузях економіки. Наприклад, в Аргентині, Бразилії, Мексиці, Єгипті, Тунісі, Перу та інших країнах.

## 1.2 Передумови та чинники розвитку туризму в умовах глобалізації

У сучасному інтегрованому та взаємозалежному світі різні сили представляють як можливості, так і загрози для туризму. Залежно від фокуса дискусії, глобалізацію можна визначити кількома способами. Одне широке визначення:

Складна мережа соціальних процесів, які розширюються в усьому світі економічні, культурні, політичні та технологічні обміни та зв'язки .

Глобалізацію також можна просто описати як рух товарів, ідей, цінностей та людей по всьому світу. Цей термін вперше був використаний на початку 1950-х років для визнання, що взаємозалежності економік та суспільств у всьому світі. Однак глобалізація існувала століттями шляхом розвитку торгових шляхів, включаючи торгівлю рабами, колонізацію та імміграцію.[9]

Сьогодні ми розділені на окремі країни, кожна з яких опікується власними національними інтересами з усіма вадами та перевагами. Водночас інші організації, такі як транснаціональні корпорації, перетинають кордони, що призводить до глобальної економічної та політичної інтеграції. Багато переваг може бути результатом глобальної інтеграції та взаємозалежності, але нам також потрібно враховувати її негативні наслідки.

Особливо значним є прогрес у галузі транспорту, який уможливив глобальну мобільність. Сучасні літаки, круїзні судна, поїзди та інші види транспорту дозволяють людям швидко та відносно дешево пересуватися. Літаки, такі як Boeing 787 Dreamliner, відкрили нові маршрути, створивши літак, здатний пролітати на великі відстані з меншим пасажирським навантаженням. Швидкі поїзди, дорожні системи та навіть програми прокату міських велосипедів дозволяють людям пересуватися, подорожувати та досліджувати світ. Ці зміни дозволили більшій кількості людей частіше подорожувати за менший час.

Простота подорожей також допомогла подолати бар'єри страху, розчарування та витрат. Наприклад, міжнародна банківська система дозволяє отримати доступ до грошей майже в будь-якій точці світу. Багатонаціональні корпорації, які забезпечують рейси, місцеві перевезення, проживання та харчування, дозволили здійснити "єдиний магазин" для бронювання подорожей. Мобільні пристрої також змінили характер подорожей з точки зору того, що роблять мандрівники та як вони взаємодіють із пунктом

призначення, полегшуючи, наприклад, вибір ресторану, навігацію у великому місті чи переклад іноземної мови. Як наслідок, у світі стало менше незвіданих місць.

Простота подорожей також сприяла швидкій глобальній передачі вірусів. Хоча поширення внаслідок глобальних авіапереvezень відбулося в інших спалахів, таких як ГРВІ, пандемія COVID-19 2020 року ілюструє нові виклики, з якими стикається система повітряного транспорту. Готовність до швидких дій щодо стримування майбутніх вірусів означає, що авіакомпанії повинні бути готовими, здатними припиняти маршрути подорожей за будь-якого повідомлення про загрозу здоров'ю.

Інші критичні тенденції населення, що впливають на глобальний розвиток та туризм, включають наступне (UNDESA 2019c; UNDESA 2019d):

Очікується, що до 2100 року приблизно 40% всього населення світу становитиме африканців. Поки народжуваність, як правило, падає у всьому світі, вона все ще вища в Африці, ніж у більшості інших частин земної кулі. Це може призвести до молодіжного дивіденду або ще більше загострити проблеми на африканському континенті.[11]

Більше людей мігрує, ніж будь-коли раніше, лише в 2019 році 272 мільйони недавніх мігрантів у порівнянні з 175 мільйонами в 2000 році. П'ятірка головних напрямків - США, Німеччина, Російська Федерація, Саудівська Аравія та Великобританія.

Близько 55% населення світу є міським населенням, і тенденція урбанізації, як очікується, продовжиться, коли люди шукатимуть більше робочих місць, більше соціальних та медичних служб та більше видів діяльності. Однак не всі отримують однакові вигоди, оскільки житло та інша інфраструктура намагаються не відставати від того, що зростає міського населення.

Щоб «йти в ногу» з усіма цими демографічними змінами, пунктам призначення потрібно буде надавати товари та послуги, що підходять як для старших, культурно різноманітних мандрівників, що поколіннях, так і для

авантюрної молоді. Крім того, утримання персоналу вимагатиме переосмислення політики та процедур щодо людських ресурсів, компенсації та інших аспектів для зміни кількості працівників.

Глобалізація сприяла зростанню попиту на товари та послуги та загальному економічному зростанню, внаслідок чого глобальна бідність з роками зменшувалася. Однак водночас розрив між найбагатшими та найбіднішими збільшився. Значна частина населення світу просто не може брати участь у туризмі чи отримувати від нього користь. Економічні вигоди від туристичної економіки в країнах, що розвиваються, таких як Гондурас, проти з розвиненими країнами, такими як Канада, є нерівними. Простіше кажучи, не всі мають однакові можливості для отримання прибутку. Витрати на навколишнє середовище також нерівномірно розподілені у світі, оскільки бідним країнам не вистачає ресурсів для адаптації до наслідків (таких як посуха, посилення захворюваності, ерозія ґрунту), і більшість наслідків таких явищ, як глобальне потепління, несе.[12]

Глобалізація та технічний прогрес сприяли значному зростанню міжнародного рівня туризму у світовій економіці, де його частка становить близько десятої частини. Ця галузь нещодавно вважалася його глобальним рушієм, оскільки він розвивався набагато швидше, ніж глобальна економіка в цілому.

## 2 РОЛЬ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

### 2.1 Аналіз сучасних тенденцій розвитку світового ринку туристичних послуг

Завдяки новим тенденціям компанії можуть поліпшити свої потужності та задовольнити потреби споживачів. Потреби споживачів, необхідні для виникнення нових потреб. Необхідно йти в ногу з сучасними тенденціями подорожей, щоб боротися з майбутніми діями споживачів через пандемію вірусу.

1. Тенденція розвитку туризму в галузі безпеки та гігієни праці. З моменту спалаху нового коронавірусу продукт використовувався у масках під час круїзів та частин магазину.

Громадський транспорт також є важливою складовою туристичного бізнесу. Підприємства повинні чітко пояснити, яка їх політика щодо охорони праці та які заходи вони вжили для захисту споживачів.

#### 2. Перехід від міжнародного до місцевого

Обмеження подорожей та люди, які подорожують до Боделана, не хочуть їздити. Готелі, найкраще починати з тих видів, які можуть сподобатися місцевому ринку, таких як ресторани, тренажерні зали, Wi-Fi і навіть ваш готельний номер ідеально підходить для віддаленої роботи. Туризм відіграє важливу роль в управлінні друзями *vengel vengel*, де туристи мають пріоритетне значення.

У 2019 році світ відвідали 15 млн. міжнародних туристів. Проти з 2018 роком, він зріс на 4%, а також зріс у 2020 році. Здається, це економічний сектор зі стійким розвитком географічного розвитку.

Заклад став важливим відділом експорту та позиції творця випускників університетів, і це необхідно для успішного розвитку туристичних організацій. Це стане регіоном у світі, де кількість міжнародних туристів зросте в 2022 році, майже на середньому рівні (+ 8%).



Зростання також перевищує річний рік (4 + 4%), але все ще є лідером за кількістю міжнародних туристів: у 2019 році Європу відвідали 743 мільйони іноземних туристів, що становило 51% світового ринку + (+) 2 %р. Кількість поїздок до Південної Америки знову було вирішено, частково віком доріг, частково стійкою політикою в Африці. Обмежені дані (+ 4%) підтверджують, що Північна Африка добре працює (+ 9%), зростання в Африці на південь від Сахари в 2019 році (+ 1,5%).

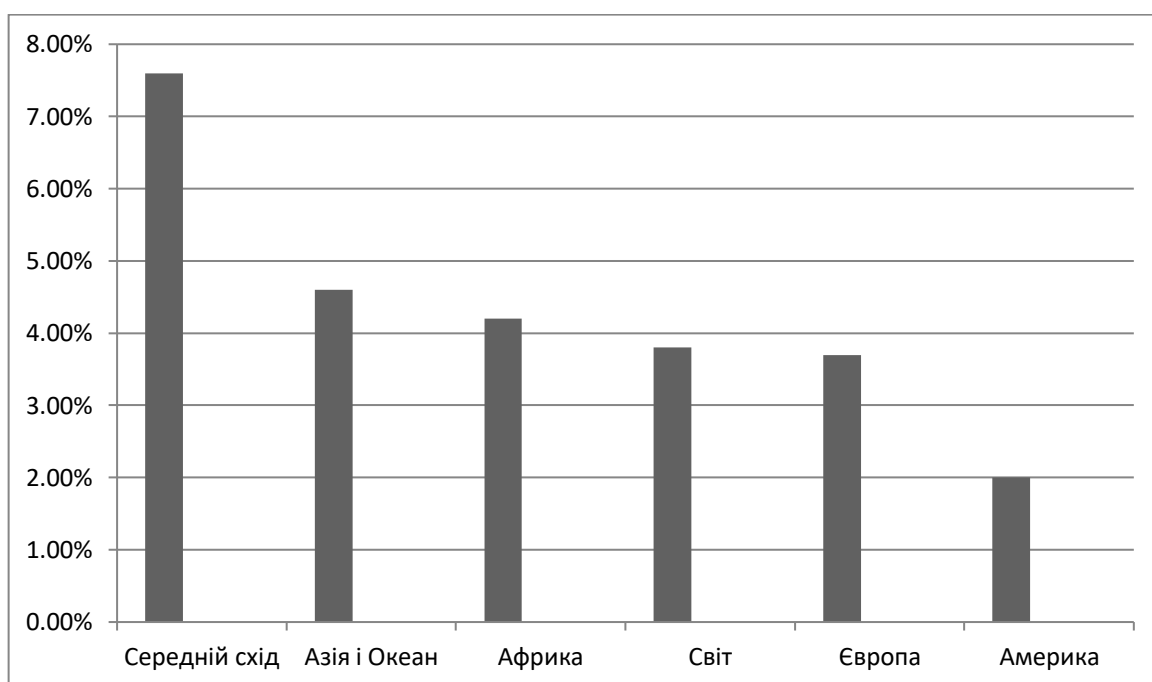


Рисунок 2.1 Міжнародні туристичні поїздки в 2019 році - зміни по регіонах

\*побудова автором на основі [7]

На фоні міжнародного економічного спаду витрати на туризм продовжували зростати, особливо у десяти світових лідерів за витратами. Франція має найбільший потенціал на витрати на міжнародний туризм серед більшості найбільших міжнародних ринків виїзного туризму (+ 11%), в той час як Сполучені Штати (+ 6%) перевищували в абсолютному вираженні.[3]

Проте деякі країни, що розвиваються, такі як Бразилія і Саудівська Аравія, мають тенденцію до витрат на туризм. На початку 2019 року обсяг виїздів за кордон з Китаю, найбільшого світового джерела виїзного туризму, збільшився на 14% на тлі скорочення витрат на 4%.

## 2.2 Дослідження особливостей формування та діяльності ринку туристичних послуг в Україні

Згідно з індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму в 2018 році Україна отримала 3,5 бали з 7 можливих і пройшла 88 місце серед 136 країн світу.

Невисокий рівень використання туристичної здатності України підтверджується незначними обсягами експорту туристичних послуг. Як бачимо, український ринок туристичних послуг розвивається досить повільно і не характеризується стабільним зростанням. Тож можна сказати, що Україна не в повній мірі використала наявний ресурсний потенціал сфери туризму. У свою чергу, як показують дослідження, розвиток ринку туристичних послуг викликає стимулюючий вплив на формування прибутку регіонів, спонукає до розвитку гнучких форм зайнятості населення.

Таким чином, усі витрати туристів під час подорожей - це прибуток суб'єктів, які надають товари та послуги.

У 2019 році Україна істотно покращила свої рейтингові показники, зайнявши 78 місце із 140. Однак, Чехія, Російська Федерація, Польща та Словаччина утримують свої лідерські позиції за індексом конкурентоспроможності туризму серед країн цієї групи. Необхідно відзначити покращення позицій України упродовж 2 років щодо можливостей для ведення бізнесу, туристичної політики та розвитку інфраструктури. Проте і надалі проблематичними факторами для функціонування бізнесу в нашій

країні є політична нестабільність, ознаки корупції, неефективна бюрократія уряду.

Запровадження заходів щодо подолання пандемії коронавірусу в 96 % туристичних напрямлень у всьому світі зазнали обмежень. За різними сценаріями, у 2022 році очікується зменшення обсягу міжнародних туристичних заїздів на рівні 58-78 % порівняно з минулим роком. [21]

Разом із міжнародним та зовнішнім туризмом значної шкоди зазнав і внутрішній туризм. Загалом, нестатками для туристичної галузі в Україні становлять понад 1,5 млрд дол. США.

Перешкоди для в'їзду та виїзду з країни, які були запроваджені країнами для застереження щодо захворювання на COVID-19, зменшення доходів мешканців через економічно-соціальну кризу зумовлюють зростання попиту на відпочинок на території України. Саме туризм всередині країни туризм є основним драйвером збереження та відродження галузі.

Слід також врахувати можливість залучення туристів із сусідніх держав, зокрема Республіки Молдова та Білорусі, для яких відвідання України має певні переваги: логістична доступність (особливо для громадян Молдови), відсутність мовного бар'єру, напрацьовані маршрути тощо. Проте практична реалізація цього попиту залежатиме від спроможності налагодити діяльність курортної інфраструктури в умовах протиепідемічних обмежень.

Одними з найголовніших факторів, які гальмують розвиток ринку туристичних послуг в Україні, є важкість ведення бізнесу взагалі та туристичного зокрема, а також недосконалість і застарілість інфраструктури.

Ринковий попит на готельні послуги в регіонах України є досить низьким. Оскільки ділова активність малого і середнього бізнесу є низькою, а внутрішній туризм в Україні недостатньо розвинений, попит переважно зорієнтований на готельні номери нижчого цінового сегменту. Тому у сучасних умовах конкурентні переваги мають готелі, які пропонують номери бюджетного цінового сегменту.

Туристична галузь приносить значний прибуток для більшості країн світу. Україна розпочала завзяту роботу на спрямування зусиль щодо розвитку туризму: як внутрішнього, так і зовнішнього.

Зараз найбільше прибутку в економіку держави приносить зовнішній туризм. Також у великій мірі на економіку впливає і внутрішній туризм. Саме внутрішній туризм займає велику частку національного ВВП у більшості країн світу. Наша держава може досягти таких рівнів, якщо будуть робитися певні зусилля щодо розвитку туристичної індустрії.

Тобто, головними чинниками гальмівного розвитку зовнішнього туризму в Україні є застарілість та дефіцит інфраструктури для стабільного розвитку туристичної галузі, несприятливість економічних умов, які вже існують на ринку туристичних послуг України. Великою проблемою розвитку туризму є майже відсутній стимул зі сторони країни та відсутність потрібного інвестування для розвивання туристичної галузі— як внутрішніх (через тривалу економічну кризу), так й іноземних (через несприятливий інвестиційний клімат).

Зараз Україну можна віднести до країн із середнім рівнем розвитку туризму. [23]

Україна сьогодні значно втрачає свої можливості серед європейських країн за декількома показниками конкурентоспроможності туристичних послуг. Наша держава є майже неконкурентоспроможною, що зумовлено недостатнім розвитком інфраструктури туризму; неефективністю державної політики.

### **3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ**

Україна багата на природний та культурно-історичний потенціал, а у країні є значні перспективи щоб стати туристичною країною міжнародного класу, де туристична галузь матиме значну частку доходів до бюджету. Для того, щоб зробити програми для розвитку туристичних центрів, необхідно зосередитися на розробці наступних пунктів:

- захист туристичних ресурсів;
- поліпшення законодавчої бази;
- розвиток економічних умов для поліпшення розвитку туризму;
- надання пільг для організації туристичної роботи;
- сприяння конкуренції;
- участь у міжнародних програмах, щодо розвитку туризму.

Щоб заохочити іноземних інвесторів інвестувати в економіку України, існує необхідність проведення низки соціально-економічних реформ та збільшення інвестицій країну. Основними ринками для збільшення іноземних туристів можуть бути Китай, Катар, Об'єднані Арабські Емірати, Саудівська Аравія, Кувейт та ін.

Міжнародний туризм в багатьох країн, що його приймають та забезпечують всі умови для його стабільно динамічного функціонування, зумовлений для одержання ПІІ, створення нових робочих місць та розвиток соціальної сфери. Внаслідок чого відбувається ріст валового доходу держави.

На основі аналізу розвитку національного туризму ринку послуг, тенденція до збільшення обсягів прямих і непрямих внесків туристичної галузі України до ВВП, збільшення капітальних вкладення в туризм, зменшення кількості зайнятого населення в туристичній галузі країни, низький рівень конкурентоспроможності туристичної індустрії держави на міжнародному ринку туристичних послуг, незважаючи на наявність значних культурних,

історичні, інфраструктурні та соціальні ресурси. Доведено, що провідні позиції за часткою туристичних колекцій у структурі України валовою регіональною продукцією є: Львівська, Закарпатська, Херсонська, Одеська та Івано-Франківська області, Одеса, Запорізька область. Однак цей показник варіюється в регіоні від 0,3 до 9% у кращому випадку. Як наслідок, обґрунтовано, що розвиток ринку туристичних послуг є похідний продукт економічної вигоди регіонів. Фактори які негативно впливають на конкурентоспроможність туристичного ринку України, показали:

- непоінформованість споживачів про український туристичний продукт;
- недосконалий розвиток інфраструктури ,через відсутність інвестування для розвитку туристичної галузі України;
- військово-політичний конфлікт на сході України, політична та соціально-економічна криза;
- відсутність досвіду у обслуговуванні споживачів;

У цьому контексті, в рамках «стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 р.» комплекс заходів для реалізації на державному, регіональному та обґрунтовано місцеві рівні, які сприятимуть активізації ринку туристичних послуг України.[8]

Тому, згідно з дослідженням, дивлячись на справжню ситуацію на туристичному ринку послуг України, слід зазначити, що туризм починає поновлюватися за економічними факторами, а головне - довіра не лише закордонних туристів, але насамперед українців зростають, що свідчить про позитивні зміни, проте без державної підтримки туристичної галузі цієї галузі не буде здатності конкурувати.

Ось чому нам потрібно розробити та розробити інтегровану стратегію розвитку ринку туристичних послуг в Україні з визначенням пріоритетних векторів і цьому будуть присвячені наші подальші дослідження.

Основними факторами забезпечення удосконалення ринку туристичних послуг в Україні є:

- започаткування науково-технічного прогресу в сфері надання та споживання;
- розширення асортименту продукції;
- розробка стандартних процедур для покращення діяльності туристичних послуг;
- забезпечення безпеки іноземців;
- розподіл капіталу на започаткування програм щодо сталого розвитку туризму;
- розвиток транспортної системи;
- поширення інформаційних нововведень для започаткування туристичного іміджу певних регіонів держави.

З даного розділу, можна зробити висновок, що протягом останніх років у туристичній сфері України відбулися значні зміни, але при цьому виникли нові потреби та проблеми, а саме внутрішній та в'їзний (іноземний) туризм в Україні. Тим паче, що сучасний стан розвитку туристичної активності українців формує від'ємне сальдо поточних операцій у платіжному балансі держави. [13]

Незважаючи на значну кількість проблемних аспектів, Україна має значний природньо-ресурсний, історично-культурний потенціал для розвитку міжнародного туризму. Основними питаннями є: удосконалення законодавства, оновлення інфраструктури, підвищення кваліфікації персоналу і підготовка нових кадрів, розв'язання транспортних проблем, подолання політичної кризи та збройного конфлікту на сході України.

Сьогодні туристична галузь займає визначне місце в системі міжнародних економічних відносин і є однією з найбільш значущих секторів світової економіки.

## ВИСНОВКИ

Діяльність туризму входить у перелік основних сфер економіки країни. Ринком туристичних послуг слугує для задоволення потреб місцевого населення, які пов'язані зі щорічним відпочинком, проведенням вільного часу від роботи для оздоровлення тощо. До сталих перспективних основ аспекту розвитку міжнародного ринку послуг належать міжнародний туризм, який в останнім час показав економічно-динамічно стабільний розвиток та перетворився в самостійно-прибуткову сферу надання туристичних послуг, які є головним засобом задоволення соціальн-економічних туристичних потреб.

На продуктивний розвиток міжнародного туризму впливають різноманітні фактори, що у своїй сукупності можуть здійснювати, що стимулює або, що стримує ефект на туристичну галузь. Розвиток міжнародного туризму є елементом економічного зростання який у разі позитивного впливу усієї сукупності факторів впливу сприяє збільшенню вигоди від туристичної галузі через створення робочих місць, зростання доходів населення та подолання бідності.

На сучасному етапі розвиток туристичних послуг постійно зростає, при цьому виникають нові маршрути, вдосконалюється інфраструктура та транспорт, забезпечується робочими місцями значна частина населення. Найважливішим чинником, що має вплив на весь ринок туристичних послуг, є неупинне зростання кількості населення на планеті.

На разі, туристичний ресурс України не повністю відкритий, про що показує 1,5–2,5 % частка діяльності туризму в структурі ВВП країни. Проте, для того щоб стати туристичною державою Україна має все необхідне. Країна має 24 зони для відпочинку, які властиві не кожній країні світу. Проте, туристичний потенціал країни використовується не в повній мірі.



Ринок туристичних послуг України, незважаючи на великі позитивні тенденції, не має достатнього рівня для розвитку туристичної індустрії в країні. Система його роботи потребує покращення, та зменшення проблем для розвитку.

На міжнародній сфері найчастіше стали використовувати новітні тенденції збільшення туристичної привабливості. Україна ці методи може використовувати вже в даний час. Найбільш вагомим в цій сфері є мережа Інтернет для використання цілковитого комплексу послуг, екскурсії уявні в 3D окулярах, система для обміну та безкоштовного житла для туристів з різних точок світу, «гарячі» тури. Освоєння та проведення екскурсій в зоні Чорнобильської катастрофи, індивідуальні та унікальні форми туризму для людей з групою інвалідності або ж для осіб похилого віку, просторовий туризм, новітні зміни в транспорті, наприклад прозорі поїзди та літаки, готелі над прірвою або під водою.

Досвід країн сусідів показує, що найбільш ефективним розвиток туристичної діяльності відбувається за умови коли законодавчі органи та громадські і професійні організації взаємодіють.

Питання про збільшення ефективності державного управління у сфері туризму є сьогодні надзвичайно актуальним, оскільки може забезпечити стратегічний соціально-економічний розвиток, адже туризм є галузевим мультиплікатором з мінімальним бар'єром для входу, тому ця сфера є надзвичайно привабливою для інвесторів.

Сьогодні туристична галузь рухається вперед і від того, наскільки ця галузь розвинена, залежить і розвиток галузей, які спів існують разом з туристичним бізнесом .

## ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Мальська М. Туристичний бізнес: теорія і практика : навч. пос. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
2. Вишневська О. Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі : монографія / О. О. Вишневська. – Х. : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2009. – 296 с.
3. Смолій В. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – Київ : Слово, 2006. – 372 с.
4. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования : [пер. с англ.] / Д. Белл. – М. : Academia, 1999. – 956 с.
5. Globalization and the Tourism Industry [Електронний ресурс] // 2019 – Режим доступу до ресурсу:  
<https://opentextbc.ca/introtourism2e/chapter/globalization-and-the-tourism-industry/> (.).
6. International Tourism Development [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: International Tourism Development in the Context of Increasing Globalization Risks: On the Example of Ukraine’s Integration into the Global Tourism Industry.
7. Индустрия [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу:  
<https://www.tohology.com/hospitality/industry/unwto-statistika-mezhdunarodnyh-poezdok>
8. INTERNATIONAL TOURISM GROWTH CONTINUES TO OUTPACE THE GLOBAL ECONOMY [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу:  
<https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy>.
9. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В.Г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 304 с.

10. Згуровський О. Війни глобалізації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dt.ua/1000/1600/54652/>.
11. Мельник П.В. Напрями удосконалення оподаткування туристично-рекреаційної діяльності [Електронний ресурс] / П.В. Мельник, Г.Г. Старостенко // Ірпінь: Академія ДПС України. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/melnyk2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/melnyk2.htm).
12. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/>.
13. Платіжний баланс і зовнішній борг України [Електронний ресурс]: 2014. – Режим доступу: [http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=58128](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=58128).
14. Статистичний звіт ЮНВТО за 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://media.unwto.org/ru/node/40148>.
15. Данильчук В.Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса / В.Ф. Данильчук. – Донецк: ДИТБ, 2012. – 146 с.
16. Темник І.О. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] / І.О. Темник // Електронне наукове фахове видання Інституту світової економіки та міжнародних відносин НАН України «Ефективна економіка». – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=499>.
17. Толочко А.О. Динаміка та тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг / А.О. Толочко. – К.: КНЕУ, 2012. – 11 с.
18. Топсахалова Ф.М. Международный опыт функционирования и тенденции развития рынка туристско-рекреационных услуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rae.ru/monographs/150-4826#footnote-929-29>.
19. Папирян Г. А. Міжнародні економічні відносини. Економіка туризму. 2000 р.
20. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - К: Альтпрес, 2002. – 436 с.

21. Туристичні потоки. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
22. Смаль І.В. Туристична індустрія України: сучасний стан і перспективи розвитку / І.В. Смаль // Туристично-краєзнавчі дослідження: зб. наук. пр. – К.: Кармаліта, 2004. – Вип. 5. – с. 114–134.
23. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посіб. / Л. І. Гонтаржевська. - Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
24. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної сфери в Україні. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.newbiznet.com.ua/index.php/ru/articles/80-market/335-2013-07-31-08-09>
25. Світова туристична організація UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>
26. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 400 с.
27. Воронков В. Туризм – вулиця з двостороннім рухом // Голос України. – 2006. – №215–216. – 16 листоп. – с. 3
28. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. – К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с.

# ДОДАТКИ

Додаток А.

### Анотація

Матвіїв О.А. Україна на світовому ринку туристичних послуг – Кваліфікаційна бакалаврська робота. Сумський державний університет, Суми, 2021.

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена узагальненню теоретичних аспектів здійснення туристичної діяльності в умовах глобалізаційних процесів, визначення її проблем та пошуку шляхів вдосконалення. Проведено аналіз конкурентоспроможності українських туристичних операторів . Визначено основні напрямки розвитку туристичної сфери України під впливом глобальних трансформацій. Ключові слова: туризм, туристична галузь, туроператор та турагент, види туристичної діяльності, структура туристичної діяльності.

Ключові слова: туризм, туристичні послуги, туристична діяльність, туристичні потоки, мотивація туристичної діяльності.

### SUMMARY

Matviyiv O.A. Ukraine on the world market of tourist services - Qualifying bachelor's thesis. Sumy State University, Sumy, 2021.

Qualifying bachelor's thesis is devoted to the generalization of theoretical aspects of tourism in the context of globalization, identifying its problems and finding ways to improve. An analysis of the competitiveness of Ukrainian tour operators. The main directions of development of the tourist sphere of Ukraine under the influence of global transformations are determined. Key words: tourism, tourist branch, tour operator and travel agent, types of tourist activity, structure of tourist activity.

Keywords: tourism, tourist services, tourist activity, tourist flows, motivation of tourist activity.