

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ФІНАНСІВ, ЕКОНОМІКИ,
УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА ТУРИЗМУ
Спеціальність 292 – «Міжнародні економічні відносини»
Заочна форма навчання, 6 курс

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

«Стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму у глобальній економіці»

2мФМ 9770676 КРМ

Розробила студентка гр. 2мФМ

___.__.2022 р. _____ С.В. Коломієць

Керівник дипломної роботи

___.__.2022 р. _____ Н.В. Безрукова

Консультанти:

___.__.2022 р. _____ І.Б. Чичкало-Кондрацька

із глобальної економіки

___.__.2022 р. _____ Н.В. Безрукова

із міжнародного менеджменту

___.__.2022 р. _____ В.А. Свічкарь

із митного регулювання

Робота допущена до захисту:

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та туризму

___.__.2022 р. _____ І.Б. Чичкало-Кондрацька

Полтава 2022

ЗМІСТ

Вступ	4
Розділ 1 теоретичні засади дослідження туристичної індустрії в системі МЄВ	8
1.1. Зміст, класифікація форм та економічні особливості міжнародного туризму в контексті сучасного світогосподарського розвитку	8
1.2. Чинники розвитку міжнародного туризму в умовах глобальних трансформацій	15
1.3. Державне регулювання туристичної діяльності: сутність та функції	21
Висновки до розділу 1	28
Розділ 2. Аналіз сучасного стану та стратегічних напрямів розвитку туристичної індустрії в умовах глобальної економіки	30
2.1. Обсяги, структура та динаміка світового ринку туристичних послуг	30
2.2. Дослідження впливу туризму на міжнародне економічне співробітництво	39
2.3. Зарубіжний досвід управління індустрією туризму	46
Висновки до розділу 2	53
Розділ 3. Перспективи розвитку туристичної діяльності в Україні в умовах інтеграції у світовий економічний простір	55
3.1. Особливості формування туристичної індустрії України	55
3.2. Механізм залучення інвестицій для реалізації стратегічних засад туристичної політики в Україні	60
3.3. Проблеми та пріоритетні напрямки підвищення ефективності та вдосконалення управління туристичною галуззю в Україні	67
Висновки до розділу 3	72
Висновки	74
Список використаних джерел	80
Додатки	88

ВСТУП

Актуальність теми. Туризм є однією з провідних та найбільш динамічних галузей економіки, яка за швидкі темпи стала економічним феноменом сторіччя. У багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, активізації зовнішньоторговельного балансу, створенні додаткових робочих місць та в забезпеченні зайнятості населення.

Туристсько-рекреаційний потенціал різної держави є дуже важким поняттям, складним для однозначного трактування та оцінки. Цей факт багато в чому залежить від того, що основою туристичного потенціалу є різні за своїм походженням та за своєю суттю об'єкти культурної, природної, а також історичної спадщини кожної конкретної держави. При цьому значний вплив на підсумкові показники ступеня привабливості туристської дестинації мають кілька зовнішніх факторів політичного, економічного, правового, культурного, соціального, а також психологічного характеру.

З економічного погляду туризм – це особливий вид споживання матеріальних благ, послуг та товарів, який виділяється в окрему галузь господарства, що забезпечує туриста всім необхідним: транспортними засобами, об'єктами харчування, розміщенням, культурно-побутовими послугами, розважальними заходами. Таким чином, у деяких країнах туризм входить до найбільш перспективних галузей національної економіки.

В даний момент роль туризму в усьому світі постійно зростає, це пов'язано зі збільшенням впливу туризму на роль у житті людей, а також економіку країн загалом. Більшість послуг у туризмі реалізовується з найменшими втратами, туризм дедалі більше впливає на світову економіку, що є його характерною рисою. Туристична сфера діяльності дозволяє досягти найбільшого показника доданої вартості. Туристичні фірми в сучасних умовах ринкової економіки все більшою мірою усвідомлюють значущість та необхідність розробки нових послуг та продуктів.

Так само, як і інші країни, Україна має всі підстави для впровадження інновацій у розвиток туристичної галузі, але, на жаль, не всі компанії мають можливість застосовувати інновації на практиці, тому що інноваційна діяльність характеризується дещо високим рівнем ризику та невизначеності, а також є складність у прогнозуванні кінцевих результатів.

Актуальність та особлива важливість питання зумовила підвищений інтерес наукової спільноти, а також окремих дослідників до теоретико-методологічних засад розвитку сфери туризму як на міжнародному рівні, так і щодо окремих територій (туристичних зон). Зокрема, питання становлення, функціонування та регулювання туристичної діяльності розглянуто у працях таких російських та українських учених, як Збарський В. К., Полоус О. В., Котенко Т. М., Кифяк В. Ф., Леміш К. М., Гогоул О. Я. та іноземних вчених як В. Хунцикер, К. Крапф, Р. А. Браймер та ін.

Мета і завдання дослідження. Метою дипломної роботи є аналіз проблем та перспектив розвитку міжнародного туризму зарубіжних країн та його вплив на національну економічну систему.

Для досягнення мети дослідження у роботі поставлені такі конкретні завдання:

- визначити зміст, класифікацію форм та економічні особливості міжнародного туризму в контексті сучасного світогосподарського розвитку;
- дослідити чинники розвитку міжнародного туризму в умовах глобальних трансформацій;
- охарактеризувати державне регулювання туристичної діяльності, а саме його сутність та функції;
- проаналізувати обсяги, структуру та динаміку світового ринку туристичних послуг;
- провести дослідження впливу туризму на міжнародне економічне співробітництво;
- вивчити зарубіжний досвід управління індустрією туризму;

- дати аналіз особливостям формування туристичної індустрії України;
- запропонувати механізм залучення інвестицій для реалізації стратегічних засад туристичної політики в Україні;
- дослідити проблеми та пріоритетні напрямки підвищення ефективності та вдосконалення управління туристичною галуззю в Україні.

Об'єкт дослідження: сфера міжнародного туризму (МТ).

Предмет дослідження: економічна діяльність країн світу у сфері міжнародного туризму (МТ).

Методи дослідження. Методологічною основою дипломної роботи є загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Зокрема, в роботі використані діалектичний метод (для дослідження економічної діяльності у сфері туризму як єдності статичних та динамічних її станів), метод аналізу та синтезу (вивчення природи міжнародного туризму та його складових), системний метод (для дослідження чинників та особливостей розвитку сучасного міжнародного ринку туристичних послуг), метод моделювання (для відображення економічної діяльності країни у сфері туризму у вигляді графічної моделі, що поєднує її діяльність щодо ресурсів та потоків), порівняльний аналіз (для з'ясування особливостей економічної діяльності зарубіжних країн у сфері МТ), структурний аналіз (для дослідження змін в розвитку міжнародного туризму), статистичний аналіз (для дослідження кількісних показників розвитку міжнародного туризму в Україні), SWOT-аналіз (для з'ясування резервів та визначення пріоритетних напрямків розвитку економічної діяльності України у сфері МТ).

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою дослідження слугували наукові праці та звіти вітчизняних й іноземних фахівців, присвячені проблемам розвитку ринку туристичних послуг, матеріали науково-практичних конференцій, періодичні видання, офіційні сайти міжнародних організацій та державних установ.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Ключові слова: міжнародний туризм, міжнародний ринок туристичних послуг, економічна діяльність країни у сфері міжнародного туризму.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що розроблена у п. 2.3. теоретична модель досвіду управління індустрією туризму зарубіжними країнами може бути використана для подальшого поглибленого комплексного аналізу державного регулювання України у сфері МТ та пошуку резервів для практичного забезпечення її подальшого розвитку.

Апробація результатів роботи. Окремі положення та отримані результати дослідження оприлюднені на трьох науково-практичних інтернет-конференціях: II Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Пріоритети розвитку міжнародної економічної діяльності країни в умовах глобалізації» (м. Полтава, 12 листопада 2019 р.), Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції молодих учених, студентів та аспірантів «Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність» (м. Полтава, 11 червня 2020 р.), VIII Міжнародній науково-практичній інтернет конференції «Управління туристичною індустрією: методологія і практика» (м. Полтава, 7-8 жовтня 2021 р.).

Публікації: Коломієць С., Щочка В. Значення стартапів в загальносвітовому інноваційному процесі [Текст] / С. Коломієць, В. Щочка // Пріоритети розвитку міжнародної економічної діяльності країни в умовах глобалізації: матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. здобув. в. о. та мол. учених [м. Полтава, 12 лист. 2019 р.] / редкол.: Чичкало-Кондрацька І. Б., Безрукова Н. В., Добрянська В. В. [та ін.]. – Полтава: Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2019. – С. 74 – 75.

Безрукова Н. В., Коломієць С. В. Концепції стратегічного планування в міжнародних корпораціях [Текст] / Н. В. Безрукова, С. В. Коломієць // Пріоритети розвитку міжнародної економічної діяльності країни в умовах глобалізації: матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. здобув. в. о. та мол. учених [м. Полтава, 12 лист. 2019 р.] / редкол.: Чичкало-Кондрацька І. Б.,

Безрукова Н. В., Добрянська В. В. [та ін.]. – Полтава: Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2019. – С. 96 – 97.

Коломієць С. В. Теоретична модель змісту економічної діяльності країни у сфері міжнародного туризму [Текст] / С. В. Коломієць // Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. мол. учених, студ. та аспір. [м. Полтава, 11 черв. 2020 р.] / редкол.: Онищенко В. О., Сівіцька С. П., Агейчева А. О. [та ін.], – Полтава: Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2020.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В СИСТЕМІ МЕВ

1.1. Зміст, класифікація форм та економічні особливості міжнародного туризму в контексті сучасного світогосподарського розвитку

Нині важливим напрямком поліпшення якості життя населення виступає міжнародний туризм, відіграючи при цьому досить важливу роль у розвитку економік тих країн, які приймають велику кількість іноземних туристів на високому рівні.

Сучасні умови трансформації господарських зв'язків стимулюють все більш активну інтеграцію туристичної галузі в систему інституційних, економічних, соціальних та технологічних відносин, удосконалення яких визначає вектор поступової втрати регіональними та національними ринками територіальних меж, а отже, і подальший розвиток її світової конкурентної структури. Маючи суттєві відмінності в рівні розвитку туризму, країни та регіони світу активно інтегруються в світовий туристичний простір, формуючи, тим самим, неоднорідні та динамічні можливості галузі в умовах глобалізації [20].

Під впливом науково-технічного прогресу та глобалізаційних процесів галузь туризму швидкими темпами розвивається у різних регіонах світу. Активний розвиток безпечної авіації та поглиблення міжкультурної взаємодії країн обумовили приріст міжнародних туристичних потоків. Відбувається розширення вікового складу подорожуючих, поява нових форм та видів туризму, вплив яких на країну, що є приймачем туристів, виявляється у збільшенні валютних надходжень, формуванні нових робочих місць та розвитку суміжної інфраструктури.

Початок зародження та розвиток туристичної індустрії сягає давніх часів. Стародавній рід людей, маючи на меті освоєння нових земель, що в майбутньому стануть придатними для проживання та задоволення споживчих потреб займалися відкриттям нових територій. Загалом подорожі переважно були стихійними і вимушеними, в наслідок чого збагачувались географічні знання людини, а також формувались передумови для великих географічних відкриттів, ціллю яких був пошук багатств та налагодження торговельних зв'язків [68].

З розвитком суспільства люди мають інші мотиви відвідування нових територій, а саме: ознайомлення зі звичаями, культурою та пам'ятками мистецтва, вивчення або вдосконалення іноземних мов, це, у свою чергу, призвело до появи особливої форми подорожей – туризму. Інтенсифікація міжнародних і культурних зв'язків значно посилила не тільки рух населення, а й сприяла розвитку логістичних зв'язків, будівництву готелів, закладів зони харчування, відпочинку та лікування.

Наприкінці XX ст. туризм як явище набув масштабного світового характеру, а розвиток сектору економіки, пов'язаного з наданням туристичних послуг, сприяв вирішенню багатьох соціально-економічних та фінансових проблем (збільшення доходів бюджету, створення нових робочих місць та розвиток інфраструктури). Крім того, розвиток міжнародно-туристичної галузі забезпечує охорону та реконструкцію існуючих історико-культурних пам'яток, привертає увагу світової спільноти до збереження надбань світової культури та природних багатств [31].

Починаючи з 80-х років минулого століття темпи росту туризму сповільнилися, а масовий туризм трансформувався в диференційований. Туризм стає стилем життя, підсилюється тенденція до розширення асортиментів послуг, появи нових об'єктів рекреації. Популярними стають індивідуальні тури, екологічний і спортивний туризм.

Дослідження історії розвитку міжнародного туризму дає змогу стверджувати, що як масове явище він виник і почав розвиватися в Європі, яка нині є визнаним світовим центром туризму, де він досяг у своєму розвитку рівня

розгалуженої індустрії. Нині також створено та стандартизовано систему статистичного обліку у туристичній сфері, що дає змогу спостерігати за її розвитком та будувати прогнози на майбутнє. Різні автори пропонують різні підходи до опису історії туризму і поділу її на етапи. Основні етапи формування і розвитку предствалені в таблиці додатка А.

Можна виділити чотири основні етапи в історії становлення туризму [58]:

- часи давнини – XVIII ст. – зародження туризму;
- XIX – початок XX ст. – елітарний туризм;
- початок XX ст. – період Другої світової війни – становлення спеціалізованого туризму;
- після Другої світової війни – сучасність – масовий туризм, формування туристичної індустрії як міжгалузевого комплексу з виробництва товарів і послуг для туризму.

Швидко реагуючи на зміну споживчого попиту суспільства та введення інноваційних технологій на різних проміжках часу, розвиток туристичної галузі дуже вдало відображає динамічну зміну суспільного поступу. Тому для поняття «туризм» також є характерною певна динаміка у формуванні, що синхронізується з становленням його як ефективної сфери економічної діяльності у світі.

Загалом туризм спочатку не був об'єктом наукового дослідження і в первинному змісті суспільного усвідомлення трактувався як переміщення та тимчасове перебування людей поза постійним місцем проживання. Первісне тлумачення змісту туризму зводилось до прогулянки або поїздки, яка в результаті завершувалась поверненням до місця, звідки була розпочата [29].

Середина XX століття ознаменувалась необхідністю більш точного визначення поняття «туризм», у зв'язку із трансформаціями суспільно-економічних відносин та зростанням туристичних потоків населення, що суттєво вплинуло на економіку багатьох країн. Ініційоване в цей час наукове осмислення туризму як виду діяльності потребувало встановлення його чіткого категорійного апарату [73].

Маючи довгу історію розвитку, туризм до теперішнього часу не отримав однозначного визначення. До цих пір відсутнє єдине бачення трактування сутності туризму та його понятійного апарату. Однак, питання дефініцій та термінології туризму є необхідною умовою наукової рефлексії явищ і процесів, характерних для туризму.

Одне з перших загальноприйнятих наукових визначень туризму було запропоноване швейцарськими професорами В. Хунцікером та К. Крапфом у 1942 р. у праці «Генплан по навчанню туризму як науки». Згадані автори визначили туризм як сукупність явищ та відносин, які виникають у зв'язку з переміщенням і перебуванням людей в місцях, які не є місцем їхнього постійного проживання і які не пов'язані з їхньою трудовою діяльністю [70].

Це визначення згодом було прийнято створеною у 1951 р. Міжнародною асоціацією наукових експертів туризму з метою розвитку наукових зв'язків і проведення дослідницьких робіт в галузі туризму (AIEST) та пізніше – взято за основу у подальших визначеннях цього терміну у різних сферах суспільної діяльності [73].

Схожий погляд на сутність поняття «туризм» знаходимо у Законі України «Про туризм» від 15.09.1995 року № 324/95-ВР: «туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [19].

Порівняльне обмірковування вищезгаданих визначень терміну «туризм» дозволяє відзначити відсутність однозначної та загальновизнаної дефініції. Автори української та російської спеціалізованої літератури досить часто застосовують терміни: «туризм», «туристична галузь», «туристична діяльність», «туристичний сектор», «сфера туризму», «індустрія туризму» як синоніми, котрі позначають одне явище (додаток Б).

Піднесення туристичної сфери окремої країни спричиняє зростання масштабів розповсюдження міжнародного туризму. Міжнародний туризм являється важливою сферою міжнародного співробітництва в конкретних

заходах, заснованих на повазі щодо національної культури та історії кожної нації й основних інтересів кожної держави; напрямок завдяки якому зміцнюються туристичні зв'язки між народами різних країн і ознайомлення з досягненнями інших держав у різних галузях [44].

Головною метою розвитку туризму є задоволення певних потреб туриста у відпочинку і враженнях, які турист одержить під час подорожі, шляхом надання послуг та товарів, які зроблять цю подорож комфортною та незабутньою і будуть сприяти виконанню мети подорожі. Слід зазначити, що в туристичній галузі сьогодні налічується багато різноманітних класифікацій туризму, які полягають у виділенні класів, форм, видів за безліччю напрямів. Нині не існує певної конкретної класифікації, це можна пояснити тим, що немає чітких форм та видів у сучасному туризмі. Туризм поділяють за різними показниками: за засобами пересування, метою, тривалістю та часом подорожі.

Поділ туризму на групи важливий для практичної діяльності. Це призводить до вирішення проблем територіальної організації, планування розвитку матеріально-технічної бази, визначення попиту та формування туристичного ринку, вироблення та збуту туристичного пакету, відповідно здійснення обслуговування туристів (додаток В).

Основною класифікацією туризму є поділ його на внутрішній, міжнародний та національний. Внутрішній туризм – діяння осіб, які подорожують та перебувають у місцях, що розміщуються за межами їхнього нормального середовища, але в країні проживання, протягом періоду, що не перевищує одного року поспіль, для проведення дозвілля, ділових та інших цілей [5].

Незважаючи на суттєві відмінності, міжнародний і внутрішній туризм між собою тісно пов'язані. Міжнародний туризм наразі розглядається, як складова сфери міжнародних послуг, швидкий темп розвитку якої відображає глибоку внутрішню необхідність прогресу продуктивних сил і разом з цим є продуктом такого розвитку. Міжнародний туризм поділяється на [13]:

- виїзний вид міжнародного туризму – це поїздка або подорож людей, що постійно проживають в одній країні, в іншу країну.
- в’їзний туризм – це подорож за межі країни постійного проживання.

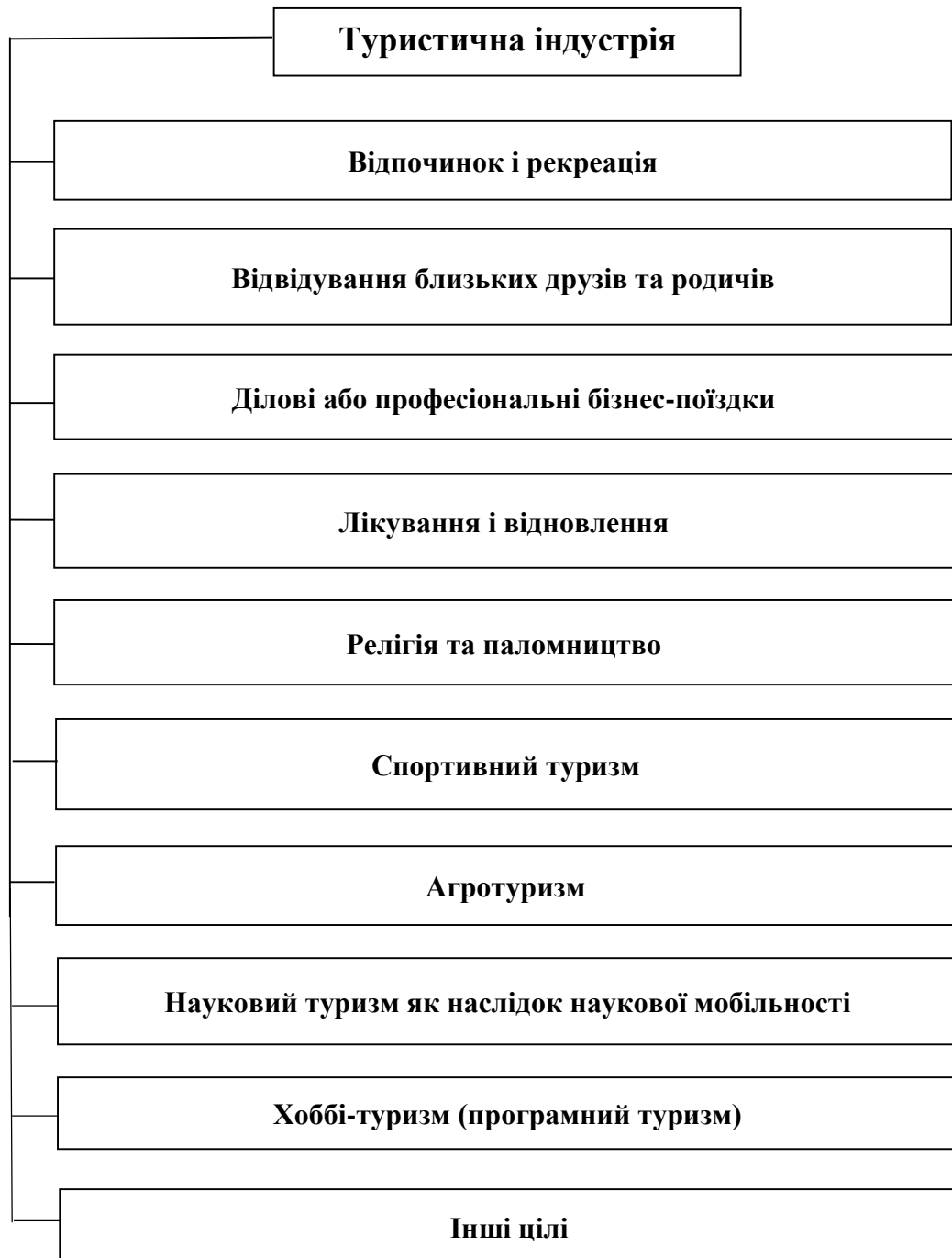


Рис. 1.1. Типологізація основних складових індустрії туризму

Джерело: розроблено автором на основі [6]

Однією з головних причин існування туризму є мотивація. У світі розроблено багато класифікацій цілей туристичних подорожей та видів туризму, як висновок розроблено і сформовано існуючу структуру (рис. 1.1), яку я намагалася доповнити і модернізувати, приймаючи до уваги сучасні тренди та вимоги.

Згідно усталених тверджень основними регіонами туризму є [75]:

- 1) Європейський, який об'єднує країни Європи, крім країн СНД, Туреччини, Кіпру, Ізраїлю;
- 2) Американський – країни Північної, Центральної і Південної Америки;
- 3) Азійсько-Тихоокеанський – включає країни Східної і Південно-Східної Азії, Австралію, Океанію;
- 4) Близькосхідний – країни Південно-Західної Азії, Єгипет, Лівію;
- 5) Африканський – всі країни континенту;
- 6) Південноазійський, до якого відносяться країни Південної Азії.

Основними особливостями міжнародного туризму є його здатність забезпечити значні грошові надходження до державного бюджету, а також наявність ряду формальностей, яких необхідно дотримуватися всім учасникам. Важливою особливістю міжнародного туризму є нерівномірність його поширення у світі, оскільки туризм не є товаром першої необхідності і в основному поширений серед населення із високим рівнем доходів. Особливістю міжнародного туризму в Україні є наявність сприятливих обставин для розвитку в'їзного туризму (близкість до найбільш подорожуючих країн Європи, наявність важливих туристичних об'єктів), які поєднуються із недосконалим державним регулюванням даної сфери, якому слід приділяти більше уваги.

Отже, з вищезгаданого можна зробити висновок, що сектор туризму являється однією із стратегічних галузей економіки, завдяки якій здійснюється подальший розвиток держави в соціально-економічному плані. Однак формування туристичного ринку вимагає наявності низки складових туристичної індустрії, і лише туристично-рекреаційний потенціал не є запорукою успішного розвитку національного туризму.

1.2. Чинники розвитку міжнародного туризму в умовах глобальних трансформацій

Туризм у сучасних умовах є доволі динамічною та високо прибутковою галуззю економіки, забезпечуючи при цьому приплив інвестицій, нові робочі місця, розвиток інфраструктури, зміцнення позицій малого та середнього бізнесу. У сучасних політичних умовах розвиток міжнародного туризму слід розглядати не тільки в економічній площині, зокрема як фактор підвищення доходу від туристичної діяльності, податкових надходжень до бюджету, а й у соціальному аспекті, тобто. з погляду доступності туристичних благ для широких верств населення, задоволеності громадян якістю туристських пропозицій. В умовах, коли подорожі стають певною соціальною нормою, а досить витратні поїздки – показником соціального статусу, класової ідентичності, скорочення рівня доступності та якості туристських послуг може погіршувати соціальне самопочуття населення [69].

Туризм – це особлива сфера підприємницької діяльності, що відрізняється інтегрованим характером економічних відносин взаємодії та взаємної залежності об'єктів виробничих та невиробничих галузей, що надають універсальний продукт (набір послуг, різноманітні види робіт, різнопрофільні товари). На ефективну діяльність індустрії туризму впливає цілий ряд факторів, які багато в чому визначають її рівень розвитку [61].

Проведемо класифікацію факторів за критеріями визначеності та ступеня ризику (табл. 1.1). Можна виділити дві групи факторів, що впливають на розвиток туризму: зовнішні та внутрішні.

Зовнішні (екзогенні) фактори здійснюють свій вплив на туризм через демографічні та соціальні зміни; економічний та фінансовий розвиток; зміни в політичному та правовому регулюванні; технологічні зміни; торговельний розвиток; транспортну інфраструктуру та безпеку подорожей.

Таблиця 1.1

Фактори розвитку міжнародного туризму

№ п/п	Фактор	Опис
1	Загрози (імовірність небажаних подій, небезпечних для розвитку туристичної діяльності)	Масова переорієнтація туристів з відвідування DESTИНАЦІЙ певної країни на закордонні DESTИНАЦІЇ; збільшення техногенного навантаження на екосистеми туристичних DESTИНАЦІЙ; ескалація збройних конфліктів; нестійкість політичного курсу та законодавства.
2	Проблеми (завдання, що вимагають вивчення, дозвіл на розвиток туристичної діяльності)	Погіршення економіко-організаційних умов ведення бізнесу; невідповідність рівня розвитку туристичної промисловості її потенціалу; повільні темпи зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму.
3	Тенденції (можливі сценарії розвитку туристичної діяльності)	Автоматизація процесів обслуговування туристів та господарської діяльності туристичних підприємств; зріст популярності екстремального та пригодницького туризму; збільшення турів вихідного дня у спільній частці туристичних пропонувань; поширення панорамних онлайн-турів з можливостями віртуальної та доповненої реальності.
4	Виклики (необхідні рішення, спрямовані на розвиток туристичної діяльності)	Необхідність покращення туристичної інфраструктури; збільшення обсягу та покращення якості державних та регіональних програм з розвитку туризму; спрощення візових та митних процедур; скорочення тіньової економіки у сфері надання туристичних послуг.
5	Ризики (припустимі збитки або невдачі, що впливають на розвиток туристичної діяльності)	Макроекономічна стагнація економіки; падіння добробуту населення; збільшення обсягів еміграції; недостатнє забезпечення туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами; відсутність структурних реформ; консервація будівництва об'єктів туристичної інфраструктури.
6	Суб'єкти (люди та організації, що приймають участь у туристичній діяльності)	Покупці (туристи), продавці (туроператори та турагенства), туристична інфраструктура (підприємства готельної індустрії, підприємства ресторанної індустрії, екскурсійні компанії, страхові компанії та ін.).

Джерело: розроблено автором на основі [63]

Зовнішні фактори включають [66]:

- географічне положення регіону;
- політичні відносини між країнами;
- міжнародний поділ праці;
- рівень цін на міжнародному ринку та в різних країнах тощо.

Визначальними є внутрішні чинники розвитку ринку туристичних послуг. Серед них – природно-географічні особливості та кліматичні умови країни, наявність та якість природних ресурсів та можливість їх зручного використання, економічна ситуація в країні, внутрішня політика країни, політична стабільність суспільний устрій, рівень розвитку продуктивних сил, структура та рівень добробуту населення, можливість отримання пільг та знижок на туристичні послуги за рахунок держави та громадських організацій, підприємств та установ, стан розвитку туристичної інфраструктури, транспортних мереж, рівень життя у суспільстві, освітній та культурний рівень населення [45].

З точки зору впливу на туристичну діяльність всі фактори діляться на фактори залучення (спонукають до подорожі – природні, культурні та соціальні умови в країні, де формуються туристичні потоки) та фактори диференціації попиту (впливають на вибір місця подорожі – туристичні ресурси, розвиток інфраструктури, рівень соціально-економічного розвитку) [67].

З погляду механізму впливу на розвиток туризму можна визначити фактори об'єктивні, які вже сформовані історичним розвитком суспільства, і такі, що цілеспрямовано регулюють саме туристичну діяльність – фактори першої групи. До другої відносяться державна політика в туризмі, наявність та зміст туристичного законодавства, туристична освіта у суспільстві тощо [67].

Чинники, що впливають на розвиток туризму, різноманітні і багатогранні. Наявність сприятливих факторів призводить до лідерства окремих регіонів та країни у світовому туризмі, і навпаки, небажані фактори знижують туристичний потік. Однак є і інші підходи до визначення факторів, що впливають на туристичну галузь. Їх також можна поділити на дві групи: статичні і динамічні.

Статичні чинники мають постійне у часі значення. До цієї групи входять природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні чинники. Саме вони визначають в першу чергу привабливість місць відпочинку. Історико-культурні ресурси набувають все більшого значення зі зростанням рівня освіти та пізнавальної потреби людей. У розвитку туризму істотну роль також грає ресурсний чинник. Наявність високоцінних, а нерідко унікальних природних та антропогенних рекреаційних ресурсів дозволяє освоювати район для міжнародного туризму [41].

До динамічних факторів відносяться [25, 36]:

- демографічні (загальний зріст народонаселення, урбанізація, тобто приріст частки міського населення за рахунок скорочення чисельності мешканців сільської місцевості, зміна вікової структури населення (збільшення у багатьох країнах середньої тривалості життя призводить до того, що все більше людей мають вільний час та кошти), що дозволяють їм здійснювати подорожі закордон);
- соціальні (зростання добробуту та покращення життєдіяльності населення розвинених країн приймають активну участь у туристичному обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток та скорочення тривалості робочого тижня, збільшення кількості працюючих жінок та збільшення доходу на кожну сім'ю (домогосподарство), зростання частки одиноких людей, тенденція до пізнішого шлюбу та створення сім'ї, надзвичайно швидке зростання кількості бездітних пар у складі населення, зменшення імміграції, більш ранній вихід на пенсію, зростання усвідомлення туристських можливостей.)
- економічні (укладаються у зміні структури споживання товарів та послуг у бік збільшення у споживчому кошику населення частки різних послуг, у тому числі й туристичних);
- культурні (зростання культурного рівня населення багатьох країн та у зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення із зарубіжними культурними цінностями);

- науково-технічний прогрес (обумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази туристичної індустрії, створює необхідні умови для масового туризму);
- міжнародні фактори (пом'якшення міжнародного клімату, перехід у конфронтації між окремими державами до співпраці та взаєморозуміння, процеси глобалізації, вирішення спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу).

Західні фахівці вважають, що основними факторами, які визначають привабливість туристського регіону є: відкритість та доступність регіону, його природно-кліматичні умови, відносини між місцевими жителями та приїжджими людьми; інфраструктура регіону; цінова політика; стан роздрібної торгівлі; спортивні, рекреаційні та освітні можливості; культурні та соціальні характеристики. Останній фактор, у свою чергу, приваблює туристів з таких причин: працевлаштування, національне вбрання, архітектурні пам'ятки, ремесло, історія, мова спілкування, релігія та віросповідання, освіта та навчання, традиції та звичаї, відпочинок та оздоровлення, живопис, музика, гастрономія.

Сукупність всіх чинників визначає формування та характер особливостей поведінки споживачів туристичних послуг, що виражаються такими показниками, як [45]:

- частотність туризму;
- переваги у виборі туристичного центру та географія туризму;
- форма організації туру;
- уявлення туристом ціни туру та торгової марки туристичної фірми;
- комунікативна поведінка туриста;
- роль зовнішніх подразників у процесі ухвалення рішення про покупку туру.

Окрім класичної класифікації, доцільним є розподіл факторів впливу на подальший розвиток туризму за специфічними для галузі ознаками. Так вплив особистісно-поведінкових факторів часто є вирішальним у туристичній

індустрії. Дані фактори складаються із мотивів, що спонукають до подорожі з умовою відповідності вимогам туриста. Вплив прояву психологічних мотивів в процесі вибору напрямку та формату відпочинку збільшується по мірі зростання фінансових можливостей туриста. Оскільки отримані враження від споживання туристичного продукту та уявлення про його якість формуються під час та після поїздки, то уявлення про відпочинок не можуть вважатись підставою для подорожі та фактором, що прямо впливає на піднесення туризму як галузі національної економіки. Проте, виходячи із своїх вражень та досвіду турист формує уявлення про бажаний відпочинок, рівень якості туристичного продукту, ціну, його фінансову вартість та особистісну цінність.

Виходячи з вище сказаного, можна дійти висновку, що психологічні мотиви є вирішальними при оцінці привабливості дестинації та виборі альтернативних продуктів на одному рівні із фінансовою спроможністю та наявністю вільного часу. Що свідчить про вагомість особистісно-поведінкових факторів на розвиток туристичної індустрії [11].

У міру зростання доходів людина починає надавати перевагу психологічним мотивам при виборі нової подорожі. Думка про якість спожитого туристичного продукту формується через деякий час після поїздки, оскільки до поїздки споживач може лише змодельовати очікування на основі наявної інформації. Тому важливість ситуації полягає в тому, що уявлення про продукт породжує у споживача певні очікування, і якщо вони не виправдані реальною якістю продукту, споживач легко в ньому розчаровується.

Метою туризму є раціональна організація вільного часу споживача. Відповідно до цього, розвиток туризму може бути обумовлений наявністю двох основних моментів: вільного часу та фінансових засобів для його раціональної організації.

Таким чином, дослідження та оцінка світового досвіду формування індустрії туризму дозволяють виділити фактори, що впливають на її ефективну діяльність за критеріями визначеності та ступеня ризику. Перша група термінованих факторів, що характеризується певністю і відносно невисоким

ступенем ризику: природний, соціально-культурний, демографічний, трудовий. Друга група імовірнісних факторів пов'язана з невизначеністю та високим ступенем ризику: економічний, політико-правовий, технологічний, міжнародний. Такий підхід обумовлений тим, що розвиток туризму має об'єктивну основу через невизначеність зовнішнього середовища та суб'єктивну, пов'язану з особливостями формування інфраструктури.

1.3. Державне регулювання туристичної діяльності: сутність та функції

Сфера туризму впливає на загальний стан і тенденції світової економіки, її розвиток сприяє підвищенню конкурентоспроможності та інноваційності національної економіки на світовому туристичному ринку, а також гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

Загострення кризових явищ у сфері міжнародного туризму свідчить про необхідність удосконалення державного регулювання у зазначеній сфері, впровадження ефективних механізмів розвитку міжнародного туризму.

Індустрія туризму дозволяє з успіхом вирішувати низку проблем економічного зростання в розвинених країнах, та в тих, що розвиваються, створює додаткові робочі місця, що підвищують рівень життя корінного населення, виступає важливим джерелом надходження іноземної валюти, яка використовується для покриття бюджетного дефіциту.

Зростання міжнародної конкуренції на туристичному ринку є додатковим фактором, який вимагає координації діяльності та економічного захисту учасників, як на внутрішніх ринках, так і у сфері просування турпродуктів.

Важливим напрямом прискорення соціально-економічного розвитку країни є підвищення ефективності функціонування господарського комплексу кожної адміністративно-територіальної одиниці на основі раціонального використання її природно-ресурсного, екологічного, виробничого та іншого

потенціалу. Проте значний потенціал туристично-рекреаційних ресурсів ще не є гарантом успішного розвитку туризму. Формування конкурентоспроможної туристичної галузі передбачає визначення чіткого та досконалого державного регулювання цього процесу [74].

Державне регулювання туристичної діяльності – це сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів державної влади на діяльність суб'єктів господарювання та ринкову кон'юнктуру з метою забезпечення нормальних умов функціонування ринкового механізму, реалізації державних соціально-економічних пріоритетів та вироблення єдиної концепції розвитку туризму в країні [24].

Державне регулювання туристичної діяльності є одним з механізмів реалізації державної політики в галузі туризму, що включає комплекс організаційних, соціально-економічних, політико-правових та інших методів, що використовуються парламентами, урядами, державними та громадськими організаціями та установами з метою створення умов для розвитку туристичної галузі в країні [24].

Принцип державного регулювання туристичної діяльності полягає в тому, що держава, визнаючи туристську діяльність однією з пріоритетних галузей економіки країни, сприяє розвитку туристичної діяльності та створює сприятливі умови для її функціонування, визначає та підтримує пріоритетні напрямки, формує образ країни, сприятливої для туризму, та рекламує його на міжнародному рівні, а також здійснює підтримку та захист туристів, туроператорів та турагентів. При цьому основними цілями державного регулювання туристичної діяльності є [15]:

- забезпечення прав громадян на відпочинок, свободу пересування та інших прав при здійсненні подорожей;
- створення умов для діяльності, спрямованої на виховання, освіти та оздоровлення туристів;

- розвиток туристичної промисловості, створення нових робочих місць, збільшення доходів держави та громадян, розвиток міжнародних контактів;
- збереження об'єктів туристського показу, раціональне використання природного та культурного потенціалу країни, туристських ресурсів.

Пріоритетними напрямками державного регулювання визнаються підтримка та розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, а також соціального та самодіяльного туризму.

Державне регулювання туристичної діяльності здійснюється так [15]:

- створенням нормативних та правових актів, спрямованих на впорядкування та вдосконалення відносин у сфері туристичної індустрії;
- сприянням у просуванні турпродукту на внутрішньому та світовому туристичних ринках;
- ліцензуванням, стандартизацією у туристській промисловості, сертифікацією туристичного продукту;
- встановленням правил в'їзду, виїзду та перебування на території країни;
- прямими бюджетними асигнуваннями на розробку та реалізацію федеральних цільових програм розвитку туризму;
- захистом прав та інтересів туристів, забезпеченням їх безпеки;
- створенням сприятливих умов для інвестицій, податкового та митного регулювання;
- сприянням кадрового забезпечення туристичної діяльності та розвитком наукових досліджень у сфері туристичної індустрії.

Досвід різних країн показує, що успіх розвитку туризму безпосередньо залежить від того, як на державному рівні сприймається ця галузь, наскільки вона має державну підтримку. Хоча необхідність державного управління у сфері туризму очевидна, реалізація його потребує особливого підходу. З одного боку, сфера туризму як багатогалузевий комплекс, відчуває потребу в координації своєї господарської діяльності набагато сильніше, ніж будь-яка інша галузь; з

іншого боку, надмірна державна присутність та регламентація пригнічує прояв підприємницької ініціативи, що лежить в основі становлення та розвитку ринкових відносин. Крім того, сфера туризму має величезне економічне, політичне та соціально-культурне значення для кожної країни, внаслідок чого формування державних органів управління є досить складним процесом.

Світова практика свідчить, що ідеальної формули, яка дала б можливість державі створити оптимальну структуру управління туристичною сферою, не існує. Вивчаючи засади державного регулювання туристичної діяльності, можна виділити кілька характерних позицій, присутніх на світовому туристичному ринку на даний час [8]:

- жорстке авторитарне управління всіма аспектами туризму в країні;
- об'єднання сфери туризму із суміжними галузями господарства в рамках комбінованого міністерства;
- м'які підходи до регулювання та координації туристичної діяльності органами національної туристичної адміністрації;
- байдужість до туризму, як до явища соціального та економічного.

Таким чином, зараз існують різні організаційні системи управління туризмом – від самостійних чи суміжних міністерств до національних адміністрацій, безпосередньо підпорядкованих уряду. Крім того, деякі країни світу здійснюють управління туристичною діяльністю лише на рівні регіональних органів державної влади, інші – не мають державних важелів впливу на сферу туризму загалом.

Загальновідомо, що регулювання господарської діяльності здійснюється через два основних механізми регулювання: по-перше, ринкове саморегулювання шляхом досягнення рівноваги попиту та пропозиції, по-друге, під впливом певних державних механізмів управління та координації. Причому у другому випадку йдеться як про державне регулювання, так і про самоорганізацію господарюючих суб'єктів шляхом створення об'єднань, асоціацій. З огляду на це зауваження суб'єктами регулювання розвитку туризму слід визнати не тільки уповноважені державні органи, а також громадські

туристські організації та об'єднання. У зв'язку з цим ставиться завдання з'ясувати, яким чином може бути розподілена діяльність між різними суб'єктами регулювання: державою, з одного боку, та туристськими об'єднаннями, з іншого. На основі рекомендацій COT з цього питання, мною запропоновано розподіл напрямів діяльності між суб'єктами регулювання туризму (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Розподіл напрямів діяльності між суб'єктами регулювання туризму

Діяльність державних органів з регулювання туризму	Діяльність громадських туристських організацій та об'єднань з регулювання туризму
<ul style="list-style-type: none"> – розробка державних стратегій та програм розвитку туризму; – створення нормативно-правової бази; – складання планів розвитку туризму; – оптимізація національних туристичних ресурсів; – податкове та митне регулювання; – надання пільгових кредитів; – залучення інвестицій в об'єкти туристичної інфраструктури; – розвиток наукових досліджень у сфері туризму; – кадрове забезпечення туристичної діяльності; – захист прав та інтересів туристів; – забезпечення безпеки туризму; – збирання статистичних даних; – макромаркетинг національних турпродуктів; – охорона навколишнього середовища; – охорона історичних пам'яток. 	<ul style="list-style-type: none"> – забезпечення урядових інтересів з туризму у міжнародному масштабі; – підписання двосторонніх та багатосторонніх угод з метою збільшення туристичних потоків між країнами-учасницями; – організація спільних маркетингових досліджень туристичного ринку та поведінки споживачів; – оптимізація національних туристських ресурсів; – забезпечення технічного та фінансового співробітництва; – публікація статистики, оглядів, брошур, листівок, путівників та спеціальної туристичної інформації; – реалізація туристських продуктів в інших країнах (створення туристських агенцій за кордоном для забезпечення інформацією та збуту); – забезпечення професійної підготовки в туризмі (курси, семінари, навчальні програми); – захист та збереження туристських ресурсів та ексклюзивної спадщини країни (Монументів, історичних місць), кампанії із захисту культури та мистецтва; – охорона навколишнього середовища (проведення кампаній з охорони природи, парків відпочинку, природних ресурсів).

Джерело: розроблено автором на основі [74]

Як видно, з таблиці 1.2, частина діяльності державних та туристичних організацій збігаються, це, природно, створює велике поле для їхньої спільної роботи. Однією з найважливіших завдань громадських організацій туризму є виконання ролі сполучної ланки між державними органами різного рівня та туристичними підприємствами, а також координація діяльності останніх з метою підвищення їх ефективності та забезпечення умов сталого розвитку туристичної індустрії.

Дослідження змісту діяльності туристських організацій та форм їх взаємодії з державними органами регулювання туризму представляє великий науково-практичний інтерес, проте воно виходить за рамки мого дослідження. Зосередимо свою увагу на проблемах державного регулювання розвитку туризму в умовах економічної кризи початку ХХІ століття.

Тим не менш, можна припустити, що у міжнародній практиці сформувалися чотири основні моделі державного регулювання сферою туризму [39, 64]:

- 1) державна модель передбачає визнання туризму пріоритетною галуззю національної економіки, яка є характерною для країн, що розглядають туризм як важливу галузь економіки і один з основних джерел валютних надходжень до бюджету. Державна модель сьогодні використовується в низці країн, які вдало розвивають іноземний туризм (Єгипет, Туреччина, Китай). Для реалізації цієї моделі потрібні значні фінансові інвестиції у розвиток туристичної галузі для створення і підтримки на високому рівні національного туристичного продукту та туристичної інфраструктури, забезпечення державної підтримки малого та середнього бізнесу, створення системи безпеки туристів тощо.
- 2) партнерська модель використовується в європейських країнах (Швейцарії, Німеччині, Великобританії, Італії, Іспанії), де питання розвитку туризму входять до компетенції міністерства, як правило, економічного профілю, у структурі якого створюється спеціалізований галузевий підрозділ (департамент, секретаріат управління, служба, адміністрація). Варто

відзначити, що за цією моделлю органи державної влади співпрацюють на взаємовигідній основі з представниками туристичного бізнесу та залучають значні бюджетні кошти, а також приватні інвестиції у створення і просування туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках.

- 3) автономна модель ґрунтується на вільній конкуренції і передбачає відсутність державних структур із регулювання туристичної діяльності. До особливостей такої моделі слід віднести: не враховуються інтереси інших галузей господарства, не реалізується єдина концепція розвитку туризму, відсутній статистичний збір даних та обробка інформації на загальнодержавному рівні. Ця модель характерна для США. Автономну модель доцільно використовувати в країнах із високорозвиненим приватним туристичним сектором, який має всі можливості для презентації держави на міжнародній арені навіть за відсутності державних органів влади в галузі туризму.
- 4) змішана модель, яка передбачає наявність комбінованого міністерства, яке охоплює разом із туристичною діяльністю ще й суміжні галузі.

Отже, за результатами дослідження форм державного регулювання туризму в більшості країнах світу виявлено, що для нормалізації роботи туристичної сфери поєднуються елементи державного управління та ринкового саморегулювання. Ця обставина призводить до утворення кількох основних моделей державного втручання у туристичну діяльність, які відображають повний спектр цієї проблеми – від створення спеціалізованих міністерств з туризму до надання туристичним підприємствам можливості репрезентувати свої інтереси за допомогою регіональних структур.

У країнах із розвинутою економікою державне регулювання туристичної галузі може бути мінімальним. Країнам, що розвиваються, і країнам з перехідною економікою, навпаки, потрібна підвищена увага державного рівня для розвитку сфери туризму.

Висновки до 1 розділу

Поява та функціонування туризму у формі товару потребує розвитку відповідного матеріально-технічного забезпечення, присутності кваліфікованого персоналу з обслуговування туристів, планомірного керування над туристичними господарськими суб'єктами. Наразі туризм постає однією з найбільш розвинених галузей світового господарства.

Туризм для країни – це насамперед генератор додаткових прибутків населення, органів регіонального та місцевого самоврядування; це дієвий засіб, що є стимулом для соціально-економічного розвитку, не потребуючи при цьому занадто обтяжливих витрат. Дотепер не існує загальноприйнятої класифікації туризму. Це пояснюється насамперед тим, що неможливо виокремити чіткі форми і види сучасного туризму. Класифікувати туризм можна за найрізноманітнішими ознаками, до найважливіших із яких належать: ціль подорожування, сезонні характеристики, способи пересування, термін і тривалість подорожі, територіальні характеристики, індивідуальні вимоги клієнтів, фінансові можливості клієнтів. В межах даної класифікації кожен окремий ринок туризму являє собою структурний елемент іншого, утворюючи, таким чином, ієрархічну систему, базовану на віддаленості ринків від центрів попиту та розмірі простору, в якому туристичні підприємства здійснюють пропозицію туристичного продукту, а туристи задовольняють попит, сформований на туристських мотивах.

Міжнародний туризм є одним із видів туристичної індустрії і охоплює поїздки осіб, що подорожують поза межі країни постійного проживання. При цьому в'їзний і виїзний туризм мають істотну відмінність у напрямках туристичного потоку. Одного і того ж туриста можна вважати таким, що в'їжджає, і таким, що виїжджає, одночасно залежно від того, відносно якої країни він переміщується.

Розроблено механізм державного регулювання ринку туристичних послуг, підґрунтям якого є методологічна система дослідження, яка базується на

врахуванні консеквентних стадій та моделей розвитку ринку, тенденцій його розвитку, специфічних властивостей та ринково-формуєчих факторів.

Сьогодні необхідно врахувати основні тенденції розвитку туризму на сучасному етапі, які у світовому туризмі характеризуються:

- тяжінням до незайманої природи, що асоціюється з поняттям краси, і у зв'язку з цим розвитком екологічного туризму;
- поширенням індивідуальних туристських подорожей;
- розвитком елітарного туризму.

Таким чином, як і будь-яка інша сфера господарської діяльності, індустрія туризму є дуже складною системою, ступінь розвитку якої залежить від ступеня розвитку економіки країни в цілому.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

2.1. Обсяги, структура та динаміка світового ринку туристичних послуг

Міжнародний туризм є складовою частиною міжнародних економічних відносин. У галузевому аспекті його слід розглядати, як частину світової торгівлі послугами. Значення міжнародного туризму та його вплив на соціально-економічний розвиток сучасного суспільства зростає у міру прискорення процесу глобалізації світової економіки [71].

Сучасний етап міжнародного господарського життя з кількісної сторони характеризується збільшенням масштабів міжнародного обміну, зростанням не лише традиційної торгівлі товарами та послугами, а й міжнародної міграції капіталу та трудових ресурсів, обміном інформацією та технологіями, що сприяють інноваційному розвитку.

З позиції якісних характеристик процес глобалізації економіки розглядається як новий етап у розвитку цивілізації, що характеризується посиленням взаємозв'язків та взаємозалежностей між національними господарствами та різними сферами їх діяльності. Збільшення міжнародних туристичних потоків супроводжується серйозними змінами у соціально-економічній, фінансовій, науково-технічній та інших сферах суспільного життя людини.

Основними статистичними показниками міжнародного туризму є загальна кількість прибуттів іноземців у всіх країнах світу протягом календарного року. Щорічно у світі, за даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), у подорож вирушають понад 1,5 млрд. чоловік [51].

В даний час туризм став однією з найбільш перспективних галузей світової економіки, що розвиваються високими темпами. Його внесок у світовий ВВП 2020 року становив 1 750 млрд. дол. США, 2021 року – 2 100 млрд. дол. США, а до 2023 року очікується на рівні 3400 млрд. дол. США, що відповідає приросту вартісного вираження туристичних товарів у світі на 94 %. Це свідчить про значний потенціал туристичної галузі як виробника економічних благ, здатного створювати нові робочі місця, бути донором доходних частин державних бюджетів країн [76].

Варто зазначити, що в цілому структура доходів від міжнародного туризму цілком корелює зі структурою міжнародних туристичних потоків (рис. 2.1). Провідними міжнародними туристичними ринками (за обсягами доходів) на сьогодні залишаються розвинені країни Європи, Американського та Азіатсько-Тихоокеанського регіонів.

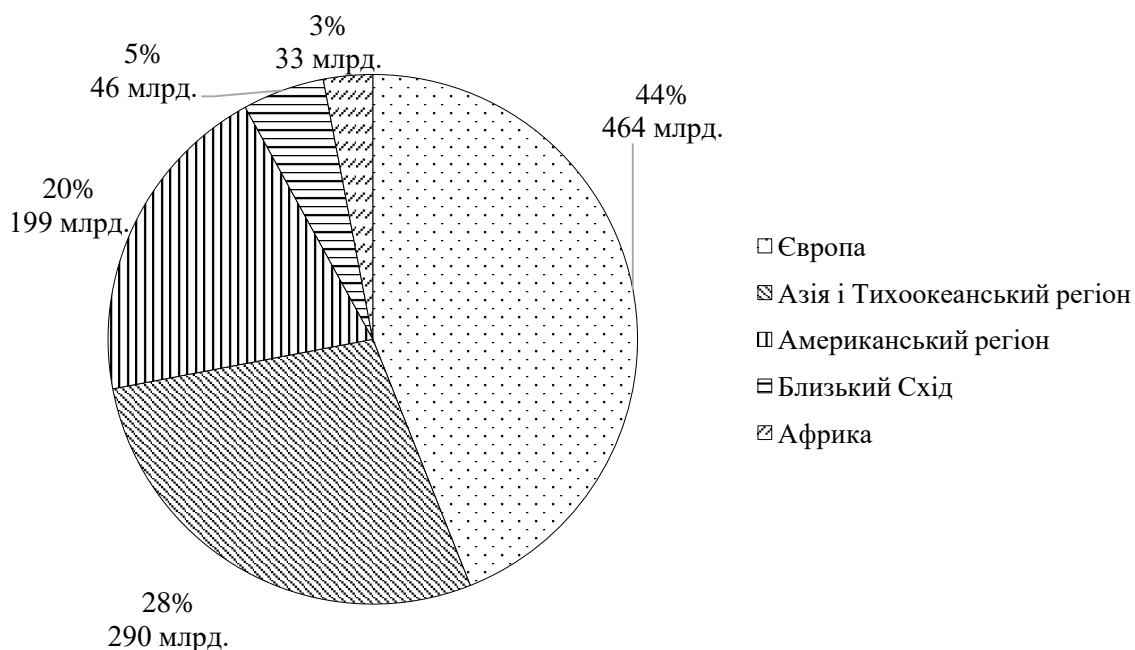


Рис. 2.1. Структура міжнародного ринку туристичних послуг
Джерело: розроблено автором на основі [72]

Соціальний та економічний прогрес призвів до створення потужної туристичної індустрії, яка, у свою чергу, суттєво змінила зовнішній вигляд та

життя багатьох країн. Світовий ринок туристських послуг розвивається вкрай нерівномірно: нині понад половину його (точніше 54,5 %) припадає на країни Європи, друге місце посідає Американський регіон. У сумі на їхню частку припадає 70,5 % усіх туристських прибутків у світі. Останніми роками найбільш динамічно розвивається туристський ринок країн Азії та Океанії. На початку XXI ст. на його частку припадало 14,5 % світового ринку туристських послуг. На початку поточного століття швидко збільшується відвідуваність країн Африки та Близького Сходу. З кінця XX ст. спостерігаються високі темпи економічного зростання та збільшення кількості населення в Японії, Китаї, Індії, Індонезії, і в цих країнах слід очікувати розвитку туризму випереджаючими темпами [80].

За підсумками 2020 року кількість міжнародних туристичних прибуттів у світі збільшилося на 5 %, що склало 1 млрд.. 87 млн. осіб. Розглядаючи основні напрямки міжнародних туристичних потоків у 2020-2021 рр. , слід відзначити їх стійкий приріст у глобальних туристичних напрямках [51]:

- Азіатсько-Тихоокеанський регіон, де кількість міжнародних туристів зросла на 14 млн. і склала в сукупності 248 млн.;
- Африканський регіон, що відповідає 3 млн. та в сукупності забезпечує кількість прибутків на Африканський континент у розмірі 56 млн.;
- Європа – на 5 %;
- Південно-Східна Азія – 10 %;
- Американський регіон – 4 %, що відповідає 6 млн. прибуття осіб, що загалом склало 169 млн. осіб.

По-перше, країни з позитивним балансом надходжень від туризму, наприклад США, Іспанія, Португалія, Греція, часто мають негативний баланс у торгівлі. Країни з негативним балансом за туристськими обмінами мають позитивний торговельний баланс, наприклад Німеччина, Японія. По-друге, обмін туристськими послугами між індустріальними країнами з аналогічними зразками попиту обов'язково є обміном продуктами подібних типів, як у торгівлі товарами [77].

Справді, обмін товарами між індустріальними країнами є насамперед обміном продуктами однієї й тієї категорії, наприклад торгівля автомобілями між США та Японією продуктами харчування між європейськими країнами. Це так звана внутрішньогалузева торгівля. У туризмі обмін подібними продуктами також існує, наприклад, у секторі культурного туризму, але у менших розмірах. Зазвичай, відбуваються обміни традиційними видами туризму. Наприклад, жителі північних країн Європи переважно проводять відпустку на курортах країн Середземномор'я, а жителі південних теплих країн віддають перевагу відпочинку на гірськолижних курортах.

Проаналізуємо більш детально результати практичного досвіду ведення туристичного бізнесу країн, що входять до центру світового туристичного простору, а саме економічно високорозвинених держав, зі встановленою системою міжнародного туризму та всебічною туристичною спеціалізацією. Історично склалося так, що до даного типу відносяться традиційно туристичні країни світу, особливістю яких є функціональна різноманітність та стабільна пропорційна структура.

Варто звернути увагу на динаміку перерозподілу в'їзного та виїзного туризму країн-лідерів даної галузі (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка перерозподілу в'їзного та виїзного туризму країн – лідерів туристичної індустрії за 2021 р. (млн. дол.)

Назва країни	Обсяг в'їзного туризму	Обсяг виїзного туризму
Франція	127,0	20,0
США	101,0	18,3
Китай	86,0	17,0

Джерело: розроблено автором на основі [52]

Франція – країна, яка займає лідируючі позиції по міжнародним туристичним прибуттям на світовому туристичному просторі. Потужний

туристичний потенціал та вигідне географічне розташування визначають Францію як туристичний регіон світу. Туризм відіграє велике значення серед інших галузей національної економіки, частка якого складає 6 % ВВП країни (табл. 2.2) [1].

Таблиця 2.2

Міжнародні туристичні прибуття та доходи від туризму Франції згідно ВТО
протягом 2019 – 2021 рр.

Показники	2019	2020	2021
Міжнародні туристичні прибуття (млн. чол.)	92566	109975	138500
Доходи від туристичної індустрії (млрд. дол. США)	78770	63230	55740

Джерело: розроблено автором на основі [52]

Франція прийняла в 2021 р. більше 130 млн. іноземних гостей і тим самим утримала за собою звання найпопулярнішого напрямку світової туристичної індустрії. Серед основних ринків-постачальників туристів: Німеччина (9 %), США і Великобританія (по 7 %), Нідерланди (6 %), Росія та Скандинавія (по 5 %). Основним конкурентом на європейському туристичному ринку для Франції виступає Іспанія, яку за статистикою відвідало понад 80 млн. осіб [22].

Виїзний туризм країни у 2021 році склав понад 20 млн. туристичних поїздок за кордон. Традиційними напрямками виїздів французів в основному це країни Європи, зокрема Іспанія та Італія [22].

Індустрія туризму Сполучених Штатів досягла досить високого рівня розвитку, це пояснюється низкою таких факторів, як різноманітність рекреаційних ресурсів, потужна матеріально-технічна база і розвинена інфраструктура туризму тощо. Основу внутрішнього туризму проявляється в зацікавленні місцевих жителів до всіляких природних пам'яток, попри те, що

іноземців приваблюють американські міста, що втілюють унікальні культурно-історичні особливості, неповторну атмосферу і колорит країни.

США мають найбільший ВВП у світі, що перевищує 15,65 трлн. дол. На душу населення припадає майже 50 тис. дол. За цим показником США також належать до найбагатших країн світу і перевершує більшість своїх основних економічних конкурентів [55].

За 2021 р. США прийняли 109 млн. туристів. США займають одне з провідних місць за обсягом доходів від міжнародного туризму (176 млрд. дол. у 2021 р.). Туристичний попит США найчастіше популярний серед туристів, таких країн як Канада, Японія, Великобританія, Бразилія та Німеччина. Втім, міжнародний туризм – лише невелика частина туристичного ринку. Значно більша частка у ньому припадає на внутрішній туризм, який також широко розвинений у США (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Топ-5 країн в'їзного туризму США за кількістю відвідувачів протягом 2018 – 2021 рр. (млн. чол.)

Назва країни	Роки			
	2018	2019	2020	2021
Канада	24,4	25,1	24,8	26,3
Великобританія	13,4	12,7	12,9	13,1
Франція	8,7	8,6	9,2	9,1
Японія	4,3	3,9	4,1	4,3
Бразилія	1,9	2,2	2,5	2,4

Джерело: розроблено автором на основі [52]

Термін перебування іноземців на території США, в туристичних цілях, в середньому складає три тижні, при цьому турист може відвідати щонайменше три штати. Найбільш привабливими (з точки зору іноземних туристів) штатами можна виділити: Нью-Йорк, Флорида, Каліфорнія, Гаваї, Невада, Гуам, Іллінойс, Массачусетс, Техас і Нью-Джерсі. На частку цих штатів припадає приблизно третина всіх іноземних відвідувачів. Іноземні туристи часто відвідують такі міста, як Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Орlando, Маямі, Лас-Вегас, Гонолулу,

Вашингтон, Чикаго та Бостон. Інші штати обмежуються участю у разових рекламних кампаніях, туристичних виставках або офіційних закордонних візитах.

Віізний туризм США у 2019 році скоротився на 3 %, але 2021 рік відзначився зростом об'єму віізного туризму на 10 %. В основному подорожують за кордон особи вііком близько 40 – 45 років, представники середнього та верхнього класу, мета поїздки яких – відпочинок чи ведення бізнесу [52].

У США проводиться чимало заходів, пов'язаних з подієвим туризмом. Деякі фестивалі як частина подієвого туризму стали традиційними і проводяться протягом багатьох років. Яскравими прикладами в цьому приводі є: Фестиваль ковбойської поезії в Елко (Невада); Зимовий карнавал Сент-Пола (Міннесота); автоперегони в Дайтона-Біч (Флоріда); Джаз-фестиваль у Форт-Уордені (Вашингтон); 500-мильні автоперегони Індіанapolisу (Індіана). Великої популярності серед фестивальних заходів досягла церемонія вручення найпрестижнішої кінопремії – «Оскару» [55].

Економічна ситуація Китаю відзначається тим, що туристична діяльність постає вагомим чинником щодо формування валового внутрішнього продукту, активізації зовнішньоторговельного балансу, створення додаткових робочих місць і забезпечення зайнятості населення, значною мірою впливаючи на такі ключові галузі економіки, як транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та інші, тобто виступає своєрідним стабілізатором соціально-економічного розвитку.

Перспективи розвитку китайського ринку туризму величезні та вселяють великий оптимізм. Загальний внесок туризму в ВВП склав 4783,0 млрд. юанів (9,3 % ВВП) в 2019 р., й, за прогнозами, збільшиться на 8 % в 2020 р. та виросте на 8,9 % на рік до 12062,2 млрд. юанів в 2023 р. [51].

Кількість коштів, що надходять від віізного туризму, складає 332,9 млрд. юанів (2,4 % від загального обсягу експорту) в 2021 р. Обсяг інвестицій в подорожі та туризм. склав 655,2 млрд. юанів, або 2,8 % від загального обсягу

інвестицій. Туризм, пов'язаний з відпочинком (в'їзний і внутрішній) генерує 73,7 % (2388,4 млрд. юанів) від загального внеску сфери подорожей і туризму в ВВП Китаю [51].

Виїзний туризм розвивається дуже швидкими темпами, оскільки 90 % населення країни – представники середнього класу, з високим рівнем доходу. Географія туристичних потоків із Китаю охоплює країни Європи та Тихоокеанського басейну. Показник виїзного туризму складає 3,9 % у 2021 р. до 359,2 млрд. юанів, а щорічне зростання на 6,9 % за прогнозами в рік збільшиться до 699,9 млрд. юанів у 2023 р. Середня тривалість перебування туристів у країні збільшилася на 1 – 2 дні в порівнянні з минулим роком, досягнувши в середньому 8 – 9 днів на 1 поїздку. Кількість відвідуваних міст за одну поїздку туриста в середньому складає три міста, на одне місто більше, ніж у 2020 р. [51].

Китай вже став найбільшим джерелом виїзних туристів у світі, зібравши за 2020 р. 129 млн. поїздок, що на 5,7 % більше в порівнянні з 2019 р. На даний момент найважливішу роль в туризмі Китаю грають інтернет та соціальні мережі. Причинами такого стійкого зростання є збільшення доходів, зменшення візових обмежень, вигідніші обмінні курси і збільшення кількості рейсів. Але, незважаючи на це, менше ніж 10 % населення Китаю має паспорт і виїжджає за кордон. У Китаї існує близько 25 000 ліцензованих туристичних агентств, але тільки 8 % з них можуть займатися виїзним туризмом [57].

Спосіб оцінювання ефективності функціонування туристичних систем на мегарівні – це оцінювання конкурентоспроможності туристичної індустрії країн, що здійснюється Всесвітньою радою з туризму та подорожей (англ. World Travel and Tourism Council, WTTC). У щорічному звіті «Travel and Tourism Competitiveness Report», що публікується в межах Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum, WEF), розглядається індекс конкурентоспроможності туристичної індустрії різних країн, враховуючи чинники, що впливають на її привабливість для розвитку та інвестицій. Оцінка конкурентоспроможності в туризмі на ієрархічних рівнях має різні цілі [65].

Отримана оціночна інформація може використовуватися для розробки стратегічних планів розвитку туризму в країні, дестинації, а також перспективних планів розвитку туристичного підприємств та турпродуктів. Оцінка потенційної конкурентоспроможності має важливе значення у питаннях інвестиційного характеру. Найбільш сучасним та ефективним підходом до визначення рівня туристичної конкурентоспроможності країн світу є використання індексу конкурентоспроможності країн у секторі подорожей та туризму (англ. Traveland Tourism CompetitivenessIndex, TTCI), який щорічно розраховує та публікує у своєму «Звіті» Світовий економічний форум (англ. World Economic Forum, WEF) (рис. 2.2) [79].



Рис. 2.2. Структура індексу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей, 2019 р.

Джерело: [79]

Аналіз рейтингу країн світу за індексом ТТСІ станом на 2019 р. показує перевагу західно-європейських країн, США, Канади, Австралії, Нової Зеландії, які займають більшість чільних позицій у «топ-30», тобто у першій тридцятці рейтингу. Разом з тим, серед світових лідерів туризму стає більше країн Азії (ОАЕ, Південна Корея, Японія, Сінгапур, Китай), Латинської Америки (Мексика, Барбадос), Східної Європи (Естонія).

2.2. Дослідження впливу туризму на міжнародне економічне співробітництво

Рік у рік зростає кількість міжнародних туристів, з'являються нові напрямки та види туристичних послуг і продуктів, відбувається залучення підприємств до інших сфер економіки, що безпосередньо або віддалено працюють на туристичну галузь, тим самим створюючи нові робочі місця та збільшуючи внесок у ВВП приймаючої країни.

У світі існує чимало країн, у яких туристична галузь є єдиним фактором, що утворює дохід, найважливішою складовою зростання та процвітання національної економіки, джерелом валютних надходжень, створення робочих місць та основною складовою соціально-економічного розвитку. Розвиваючи туристичну галузь приймаючі країни прагнуть створити всі умови для іноземних туристів, які відвідують країну, тому що саме їх враження формують і поширюють позитивний або негативний відгук про стан та внутрішні процеси, що відбуваються в ній, зокрема, благополуччя її громадян, рівень культурного розвитку та ін.

Туризм може мати і негативний вплив на економіку. Так, виробництво туристської продукції і послуг вимагає перекидання ресурсів з інших сфер економіки, де потреба в них також висока. Тому для складання повної картини треба оцінити, наскільки доцільно залучення в туризм рідкісних для нього ресурсів замість використання їх в інших сферах. У сучасній світовій практиці

як основні показники економічного ефекту туристської індустрії для національної економіки тієї або іншої країни використовують такі змінні [43]:

- вклад туризму у створення національного доходу;
- частку доходів від туризму в експорті країни;
- частку витрат на туризм в імпорті країни;
- кількість робочих місць в туризмі;
- вплив туристської індустрії на регіональний розвиток.

Таким чином, можна виділити наступні основні економічні функції міжнародного туризму: прибуткову, зовнішньоекономічну (баланс доходів від туризму та витрат на нього), посилення диверсифікації економіки шляхом створення галузей, що обслуговують сферу туризму, створення нових робочих місць та вирівнюючу функцію.

Нині існування міжнародного туризму, що є однією з найбільш прибуткових галузей економіки неможливо уявити без міжнародного співробітництва.

Міжнародне співробітництво (англ. international development) – співпраця двох або більше країн у міжнародних проектах: наукових, соціальних, промислових тощо. Воно є універсальною формою організації спільного або взаємоузгодженого виробництва за участі іноземних партнерів двох або кількох країн, що заснована на розподілі виробництва продукції, комерційному співробітництві, взаємній гарантії ризиків, загальному захисті інвестицій та промислових секретів.

Основними завданнями форм міжнародної співпраці у сфері міжнародного туризму є:

- зміцнення взаємин і довіри між країнами завдяки використанню туристичних зв'язків;
- використання туризму для розвитку взаємовигідних економічних, торговельних і культурних відносин;

- утворення на взаємній основі найкращих умов для обміну туристичними послугами, організація технічного співробітництва шляхом обміну туристичною інформацією, формування загальних стандартів і технологій туристичного обслуговування, скорочення туристичних (паспортних, візових, митних) формальностей та інші.

Існує дві форми міжнародної співпраці у туристичній сфері, а саме [10]:

- співпраця на двосторонній основі (беруть участь дві країни);
- співпраця на багатосторонній основі (беруть участь три і більше країн).

Двостороння співпраця. Умови довготривалої співпраці щодо розвитку туризму, які погоджують дві країни закріплюються особливими договорами, які дістали назву міждержавних угод про співпрацю в галузі туризму. Така форма міжнародної співпраці є найдоступнішою та найефективнішою, оскільки для її реалізації не потрібно створювати жодних окремих організаційних структур.

Хід дій двостороннього співробітництва цілеспрямований на [10]:

- широку підтримку діяльності та співпраці туристичних організацій обох країн;
- сприяння збільшенню обсягів туристичних поїздок (групових та індивідуальних) між обома країнами;
- надання допомоги в підготовці професіональних кадрів для сфери туризму (в тому числі, через інсентив-тури);
- дозвіл на відкриття туристичних рекламно-інформаційних бюро на території іншої країни.

Національні туристичні адміністрації та делегації, зустрічаючись для підбиття підсумків та планування роботи на майбутнє займаються контролем виконання таких договірних угод [4].

Багатостороння співпраця. Багатостороння співпраця являє собою систему координації дій щодо розвитку міжнародного туризму між декількома країнами. Основними формами багатостороннього співробітництва є: міжнародні

засідання та наради, форуми з питань туризму, а також спільні дії через створення різноманітних міжнародних туристичних організацій.

Багато спеціалізованих заснувань системи ООН мають безпосереднє відношення до забезпечення необхідних умов для розвитку міжнародного туризму. До них можна віднести [56]:

- Організацію Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО);
- Світову організацію торгівлі (СОТ);
- Міжнародний валютний фонд (МВФ);
- Продовольчу і сільськогосподарську організацію Об'єднаних Націй (ФАО)
- Всесвітню організацію охорони здоров'я (ВОЗ);
- Економічну і Соціальну Раду ООН (ЕКОСОС);
- Міжнародну організацію праці (МОП);
- Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР);
- Міжнародну організацію цивільної авіації (ІКАО);
- Міжнародну морську організацію (ІМО);
- Всесвітню метеорологічну організацію (ВМО) та інші.

Роблячи внесок у гармонійний і стійкий розвиток туризму, багато міжнародних організацій вступають у партнерство з туристичними організаціями.

Велике значення для розвитку міжнародного співробітництва в галузі туризму мають міжнародні засідання, наради та форуми з питань туризму, на яких збираються представники туристичних адміністрацій багатьох країн. Найважливішими конференціями, нарадами та форумами для галузі туризму, які були організовані, в основному, ООН та ВТО (UNWTO) стали наступні [23]:

- 1963 р. була організована конференція ООН у Римі з міжнародного туризму та подорожей, під час роботи якої було обговорено проблеми

спрощення встановлених урядом формальностей щодо міжнародного туризму.

- Заключний акт Наради з безпеки та співробітництва в Європі, також відомий як Гельсінський заключний акт, Гельсінська угода або Гельсінська декларація – документ, підписаний главами 35 держав у столиці Фінляндії Гельсінкі 30 липня – 1 серпня 1975 року. Нарада була скликана (1973 р.) за пропозицією соціалістичних держав-учасників Варшавського договору.
- Всесвітня конференція з туризму, що проходила в Манілі (Філіппіни) з 27 вересня по 10 жовтня 1980, прийняла Манільську Декларацію з світового туризму. У конференції з туризму взяли участь делегації 107 держав світової спільноти та 91 делегацій спостерігачів, які мають безпосереднє відношення до туристичного бізнесу. Глобальною метою Всесвітньої конференції було з'ясування реальної сутності туризму і його ролі, яку він покликаний грати в динамічному світі, який значно змінюється. Одночасно необхідно було проаналізувати стан міжнародного туризму у всіх його аспектах, акцентувавши увагу учасників форуму на відповідальності держав за розвиток туризму у сучасних суспільствах з урахуванням нових викликів сучасного світу. Прийнята на Всесвітній конференції з туризму Манільська Декларація проголосила право громадянина на відпочинок, свободу подорожей та туризм як найважливіший елемент розвитку людської особистості.
- Міжпарламентська конференція з туризму, що проходила в Гаазі 10-14 квітня 1989 р., прийняла Гаазьку декларацію, у якій визначено місце туризму в соціально-економічному житті всіх країн і народів. У ній, зокрема, сказано, що «спрощення туристичних формальностей та полегшення поїздок та подорожей – це скоординована політика та дії держав щодо розвитку та заохочення як індивідуальних, так і колективних туристичних поїздок. Спрощення туристичного обміну та пов'язаних з ним регламентуючих формальностей – це підготовка відповідних договорів та угод, вирішення проблем захисту туристів, туристичного страхування,

покращення взаємодії між туристами, засобами розміщення та адміністративними державними службами країн». Міжпарламентська конференція з туризму звернула особливу увагу на наявність взаємозв'язку між туризмом та навколишнім середовищем та одночасно закликала визначити рівень пропускнуєї спроможності місць, що відвідують туристи, та забезпечити його дотримання навіть у тому випадку, якщо це означатиме обмеження доступу до подібних місць у певні періоди часу або сезон.

Для ефективного розвитку співпраці необхідним вбачаємо [50]:

- збільшення обсягу фінансування розвитку галузі на державному та регіональному рівнях ;
- створення сильного виконавчого органу в галузі туризму;
- при розробці законодавчих актів, що стосуються туризму, слід широко використовувати знання і досвід спеціалістів підприємств туристичної сфери;
- сприяння створенню в країні різноманітних недержавних громадських туристичних організацій, а саме асоціацій по різних напрямках туристичної діяльності (туроператорів, виставкових організацій, туристичних видань), їх входження у світові об'єднання, міжнародні організації та асоціації різного спрямування;
- активізація процедури спрощення візового режиму для туристів, що прибувають до відповідної країни;
- вдосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів через проходження відповідного навчання і стажування у спеціалізованих закладах світу;
- створення наукового центру туризму.

Міжнародна співпраця має виключне значення для розвитку галузі туризму. За допомогою міжнародної співпраці здійснюється захист і збереження природної та культурно-історичної спадщини, охорона навколишнього

середовища; технічне співробітництво в галузі туризму, включаючи обмін туристичною інформацією та створення загальносвітової системи туристичної інформації; забезпечення свободи пересування туристів, тобто спрощення паспортних, візових, митних та інших туристичних формальностей.

Для досягнення запланованих високих показників розвитку галузі необхідними умовами мають стати задоволення вимог споживачів і дотримання сучасних тенденцій, зокрема [17]:

- побудова стійкої інфраструктури, яка б сприяла всебічному та сталому розвитку індустріалізації та стимулюванню інновацій;
- скорочення нерівності між країнами та всередині кожної з них;
- стимулювання зростання валового внутрішнього продукту в найменш розвинених країнах;
- високого рівня економічної продуктивності за рахунок диверсифікації, модернізації технологій та інноваційної діяльності, в тому числі шляхом акцентування на високу додану вартість і трудомісткість сектора, повної і продуктивної зайнятості та гідної роботи для всіх;
- стимулювання розвитку виробничої діяльності підприємництва у напрямках розвитку творчості та інновацій, а також заохочення розвитку малих і середніх підприємств, в тому числі шляхом доступу до фінансових послуг;
- захисту прав працівників, сприяння створенню безпечного та надійного робочого середовища для всіх, в тому числі трудящих-мігрантів, зокрема жінок-мігрантів, а також осіб із сезонною зайнятістю;
- забезпечення сталого розвитку міст і місцевих громад;
- бережливе ставлення до використання ресурсів океанів і морів в інтересах сталого розвитку;
- проведення заходів щодо боротьби зі зміною клімату та його наслідками;
- здійснення способів зміцнення та активізації глобального партнерства в інтересах сталого розвитку світу та кожної окремо взятої країни.

Отже, можна стверджувати, що лише за умови активної державної політики та узгоджених дій усіх органів державної та місцевої влади з розвитку туризму, створення сприятливих правил гри, сприйняття міжнародного туризму як форми розвитку інтеграційних комунікацій, туризм стане потужною національною індустрією, а міжнародні відносини стійкими та міцними.

Тому останнім часом значну роль у розвитку співпраці в сфері міжнародного туризму виконують регіональні туристські організації. Вони покликані сприяти встановленню тісної співпраці між туристськими організаціями регіону, відстоювати їх інтереси в інших міжнародних туристських організаціях або на міжнародних туристських форумах.

2.3. Зарубіжний досвід управління індустрією туризму

Дослідження та аналіз туристичної політики за кордоном викликає величезний інтерес для сучасного українського туризму, який в сучасних соціально-економічних умовах гостро потребує реструктуризації механізмів державного регулювання. Потенціал туризму багатьом країнам світу дозволяє залучати значні кошти до державного бюджету, підвищувати доходи суміжних галузей економіки, сприяти зайнятості населення, покращувати стан туристичної інфраструктури.

У більшості країн багатогранний вплив туризму на економіку регулюється спеціально створеним центральним органом виконавчої влади. Однак рівень державного регулювання туристичною сферою неоднорідний в різних країнах світу та залежить від рівня їх економічного розвитку. Дана обставина є причиною виникнення кількох основних моделей державного регулювання сферою туризму, на підставі дослідження яких можна простежити певні закономірності в організації туристичного бізнесу.

Державне регулювання розвитку туризму – це вплив держави на діяльність суб'єктів господарювання та ринкову кон'юнктуру для забезпечення нормальних умов функціонування ринкового механізму, реалізації державних

соціально-економічних пріоритетів та розробки єдиної концепції розвитку цієї сфери [9].

В результаті аналізу політики регулювання туристичної сфери наприкінці XX – на початку XXI ст. виявлено принципові підходи, притаманні всім країнам з розвинутою індустрією туризму, які полягають у наступному [30]:

- визнання важливості та виключно широкого характеру впливу туризму на економіку країни в цілому та на економічний розвиток окремих регіонів зокрема;
- стимулювання позасезонного туризму з метою вирівнювання прибутків туристів та, відповідно, ослаблення тиску на інфраструктуру (аеропорти, авіалінії, наземні транспортні комунікації, засоби розміщення, екскурсійне обслуговування та ін.);
- посилення вимог до забезпечення безпеки туристів у зв'язку з діями екстремістів, що почастишали;
- застосування нових технологій як засобу підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту, підвищення ступеня доступності та ефективності використання туристських ресурсів;
- тісний взаємозв'язок заходів щодо розвитку туризму та захисних заходів у галузі екології, культурної та історичної спадщини;
- реалізація регулярних та повномасштабних науково-дослідних робіт з аналізу та прогнозу тенденцій розвитку ринку туристичних послуг, їх маркетингу та менеджменту.

Світовий досвід однозначно доводить, що успішність розвитку сфери туризму та рекреації безпосередньо залежить від того, як на державному рівні сприймається галузь, наскільки масштабна та ефективна державна підтримка. Тому, у всіх розвинених у туристичному відношенні країнах, головну роль регулюванні функціонування та розвитку туризму відіграє держава.

Аналіз державного регулювання та розвитку туризму в країнах світу дозволить виявити основні напрями діяльності у сфері туризму з боку урядів різних країн (табл. 2.4).

Франція є найбільш наочним прикладом проведення послідовної державної політики розвитку туризму, що є централізованим програмуванням розвитку туризму як важливого елемента соціально-економічного розвитку в цілому. У Франції функцію вироблення державної політики у сфері туризму здійснює Генеральна дирекція з підприємництва (Direction générale des entreprises, DGE), яка знаходиться у віданні Міністерства економіки, промисловості та цифрових технологій [30].

Таблиця 2.4

Пріоритетні напрямки діяльності держав у сфері туризму

Країна	Національна управлінська структура з туризму	Пріоритетні напрямки
Франція	Міністерство економіки, промисловості та цифрових технологій	1. Стимулювання соціального туризму 2. Охорона довкілля
США	Служба у справах індустрії подорожей і туризму	1. Забезпечує менеджмент системи статистичного обліку в туризмі для оцінки економічного значення галузі 2. Просування національного туристичного продукту на світовому ринку 3. Визначення стратегії розвитку туризму, проведення туристичної політики та захист інтересів національних виробників туристичних продуктів 4. Надання технічної допомоги індустрії в'їзного та внутрішнього туризму в країні
Китай	Державне управління у справах туризму	1. Удосконалення нормативно-правової бази 2. Бюджетні інвестиції та субвенції 3. Податкові пільги 4. Заохочення інновацій 5. Розвиток інфраструктури підтримки малого підприємництва 6. Надання пільг за кредитами, позик, цільових грантів тощо.

Джерело: розроблено автором на основі [30, 34]

Раніше на рівні виконавчої влади туризм Франції перебував у компетенції Міністерства транспорту та громадських робіт, у структурі якого функціонував державний секретаріат з питань туризму та управління туризму. Міністерство

транспорту та громадських робіт започаткувало науково-дослідну лабораторію для вивчення розвитку туризму у Франції. До складу цієї лабораторії входять представники державних організацій, місцевої влади, туристичного бізнесу, а також науковці та представники експертного суспільства. Лабораторія, завдання якої полягає в тому, щоб досліджувати тенденції розвитку туризму у Франції, покликана збирати всю інформацію, що має відношення до туризму, аналізувати її та надавати зацікавленим сторонам.

При міністріві туризму утворено Національну раду з туризму, до складу якої входить двісті осіб. Цей консультативний орган поєднує представників туристичної галузі, граючи важливу організаційну роль. Рада виконує дорадчу, погоджувальну та наглядову функції.

Серед організацій, які роблять свій внесок у розвиток національного туризму, особливе місце займає «Будинок Франції». Ця організація була створена у 1987 році з ініціативи міністра туризму. Головний девіз цієї організації – об'єднання з економічною метою [32].

Державні та приватні організації, а також різні асоціації туристичного бізнесу та інших галузей у своїй діяльності керуються спільним економічним інтересом у розширенні внутрішніх та в'їзних туристичних потоків. Зрештою, їх спільні дії спрямовані на збільшення доходів від туристичної індустрії. З цією метою вони сконцентрували свої сили та засоби у «Домі Франції» керуюся принципами державно-приватного партнерства. Головний офіс «Дома Франції» знаходиться у Парижі. Крім того, він має 33 регіональні бюро у 28 країнах світу. Головним завданням «Дома Франції» є формування привабливого образу Франції та просування країни як одного з найкращих туристичних напрямків у світі [32].

Держава у різний спосіб заохочує місцеві проекти та ініціативи облаштування територій, які розраховані на залучення іноземних та внутрішніх туристів. Туристична діяльність є одним із об'єктів регіональної політики уряду Франції. Розвиток туристичного бізнесу сприяє згладжуванню територіальних відмінностей у країні та зміцнює її цілісність. Тому регіональна політика у сфері

туристичного бізнесу проводиться у традиційних туристичних регіонах Франції, де вона грає роль важливого чинника економічного зростання, а й у менш відомих районах, де туристичний бізнес дає можливість створювати додаткові робочі місця [42].

Державне регулювання туристського ринку США зведено до мінімуму. Проте у 1996 р. у країні була створена національна туристична адміністрація – Служба у справах індустрії подорожей та туризму, яка є структурним підрозділом Міністерства торгівлі США. До завдань Служби входить менеджмент системи статистичного обліку у туризмі з метою оцінки економічного значення галузі; просування національного туристичного продукту на світовому ринку; визначення стратегії розвитку туризму, проведення туристської політики та захист інтересів національних виробників туристських продуктів; надання технічної допомоги промисловості в'їзного і внутрішнього туризму країни.

Управлінням туристичної індустрії на національному рівні у США займається організація Office of travel and tourism industries (ОТТІ), яка створює сприятливий бізнес клімат для покращення стану сфери подорожей і туризму завдяки подоланню інституційних перешкод, реалізуючи маркетингову стратегію, забезпечуючи офіційну статистику подорожей і туризму, а також координуючи зусилля всієї системи федеральних органів. Результатом чого відбувається підвищення та зміцнення позицій конкурентоспроможності США та збільшення експорту серед інших країн світу [78].

Найширші права у регулюванні туристської діяльності надані владі штатів, здатних стати самостійними гравцями на туристському ринку. Деякі з них, насамперед, Каліфорнія, Флорида, Гаваї, Невада, Нью-Йорк, Массачусетс проводять власні рекламні кампанії, розраховані як на внутрішніх, так і на іноземних туристів. Проте за кордоном подібні заходи вимагають іншого підходу – зокрема обліку відмінностей у менталітеті. А якщо ні, то вони приречені на провал, як, наприклад, це сталося з рекламною акцією «I love NY» («Я люблю Нью-Йорк») у материковій Європі [26].

Останнім часом у США все частіше лунає критика на адресу федеральної та місцевої влади за те, що вони не приділяють належної уваги туризму. Головне звинувачення полягає у недостатній його фінансовій підтримці. За обсягом коштів, що спрямовуються на стимулювання туризму, США поступаються Бермудським островам, Коста-Ріці, Малайзії та Тунісу. Особливе занепокоєння це викликає у тих частинах США, де туризм є основною статтею доходу. Наприклад, на Віргінських островах, що належать США, туризм є пріоритетною галуззю економіки, проте ні місцева, ні федеральна влада не вживають адекватних заходів для розвитку туристського маркетингу і просування цього туристського центру на ринку. В результаті, на думку місцевих туроператорів, острови програють сусіднім DESTINATIONАМ Карибського басейну у конкурентній боротьбі за американського туриста.

Державна політика в туристичному секторі економіки Китаю «заточена», насамперед, на регулювання та підтримку підприємництва у цій сфері. Заходи державного регулювання та державної підтримки туризму в КНР можна класифікувати так:

- за ступенем впливу: прямі, непрямі;
- за інструментами впливу: адміністративні, економічні;
- за рівнем впливу: макрорівень (національний), регіональний (рівень провінції), місцевий (рівень міста).

Прямими заходами державного регулювання та підтримки підприємництва у сфері туризму є вдосконалення нормативно-правової бази регулювання розвитку підприємництва, бюджетні інвестиції та субвенції.

Незважаючи на колосальні масштаби туристичної галузі Китаю, законодавство у сфері її регулювання перебуває у процесі становлення. Лише у 2009 р. Держрада КНР зробила першу серйозну спробу систематизувати та юридично закріпити політику держави щодо функціонування та розвитку сектора туризму, коли були затверджені «Рекомендації щодо прискорення розвитку туристичної промисловості». У цьому документі вперше було зазначено на необхідність надання туризму ролі «стратегічної та опорної галузі»

економіки Китаю, а також позначені у найбільш загальних формулюваннях основні вектори її розвитку [64].

Нині основними правовими актами у сфері регулювання туристичної сфери в Китаї є Закон КНР «Про туризм» та «Основні положення щодо розвитку національного туризму та відпочинку на 2013-2020 рр.». Закон «Про туризм», який набув чинності 1 жовтня 2013 р., по суті став першим законодавчим актом КНР, регулюючим питання розвитку туристичної галузі країни. Цей закон, головною метою якого стало впорядкування туристичного ринку, що досить стихійно склалося, задає стратегічні віхи розвитку китайської туристичної промисловості [64].

Отже, світова практика свідчить, що ідеальної формули, яка дала б можливість державі створити оптимальну структуру регулювання туристичної сфери, немає. Різні за формою системи державного регулювання індустрії туризму як способи реалізації туристської політики держави виконують в різних країнах схожі завдання, основними з яких є регламентація туристської діяльності, інформаційне забезпечення, просування національного туристичного продукту, підготовка кадрів тощо. Туристична політика всіх названих країн, незалежно від обраної моделі державного регулювання, спрямована на зміцнення економіки туризму та підвищення економічної ефективності цієї галузі народногосподарського комплексу. І кінцевий позитивний результат такої політики більшою мірою залежить від ефективності управлінських рішень та зацікавленості влади в їх подальшій реалізації задля сталого розвитку туристичної сфери.

Висновки до розділу 2

За останні роки туристичний бізнес почав свій стрімкий розвиток у всіх країнах світу. Вивчаючи досвід зарубіжних країн, ми можемо побачити, що успіх зростання туристичного бізнесу багато в чому залежить від того, як галузь сприймається на державному рівні та як державні установи підтримують її. Для отримання доходів від туристичного бізнесу будь-яка цивілізована держава повинна залучати значні інвестиції у дослідження своїх територій для оцінки туристичного потенціалу. Державні програми повинні сприяти розвитку туристичного бізнесу, розвитку туристичних центрів, створенню та розвитку необхідної інфраструктури, а також рекламної та інформаційної підтримки.

Практика показує, що приватний сектор ніколи не зможе сильно інвестувати кошти в розвиток підприємств курортного туризму, а також в основні елементи туристичної інфраструктури. У країнах з розвинутим туристичним бізнесом є організації, які зазвичай підпорядковуються міністерствам, які беруть участь у розробці національних програм розвитку туристичного комплексу.

Сьогодні існує декілька підходів до організаційного процесу державного регулювання туризму. У багатьох країнах з розвиненою ринковою економікою державне регулювання повністю відсутнє, а самі учасники ринку здійснюють оперативне регулювання.

На закінчення можна стверджувати, що міжнародний туризм сьогодні демонструє стійку тенденцію до зростання, яку можна порушити лише серйозними фінансовими та безпековими «катаклізмами», причому не надовго. Тобто міжнародний туризм має тенденцію до швидкого відновлення, і в «важкі часи» люди не відмовляються від поїздки за кордон, а відкладають їх. Якщо врахувати вхідні туристичні потоки в окремі країни, Франція, Китай та США сформували трійку кращих зі значним відривом. Разом протягом 2017-2020 рр. вони складали близько 20 % міжнародних туристських прибуттів та 28 % доходів від закордонного туризму. Протягом багатьох років Франція залишається

безперечним лідером за обсягом прибуттів туристів із-за кордону – майже 80 млн., а США вирізняються гігантським рівнем доходів – понад 170 млрд. доларів. Загалом більше половини міжнародних туристичних потоків надходить з Європейського туристичного регіону, а найчастіше вони відвідують середземноморські напрямки. Таким чином, можна зробити висновок, що міжнародному туризму сприяє високий рівень розвитку країн походження та призначення туристів, що забезпечує високі споживчі витрати та розвинену туристичну інфраструктуру, також збільшує кількість туристських прибутків.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

3.1. Особливості формування туристичної індустрії України

Україна має значні можливості для динамічного розвитку туристичної та рекреаційної галузі та розширення міжнародного співробітництва у цій сфері. Туристичний рух в Україні має давні історичні традиції. Після здобуття Україною в 1991 р. незалежності, туристичний рух, і особливо його приватний сектор почав активно розвиватися.

В Україні, з її багатою історичною спадщиною та безцінними рекреаційними ресурсами, туристичний бізнес розвивається з переважною орієнтацією на виїзд. Багато туристичних фірм воліють займатися направленням українських туристів за кордон у новомодні курорти Болгарії, Франції, Греції, і лише невелика їх частина працює на залучення гостей в Україну. У сучасному світі в Україні з її економічними проблемами надходження грошей зі сфери туризму могло б стати стабільним джерелом доходу та покращити ситуацію економіки країни.

Туризм в Україні як галузь та сектор економіки почав розвиватися на початку 90-х років. Створення Державного комітету туризму стало першою сторінкою в історії вітчизняної сфери надання туристичних послуг. Міжнародний досвід вчених, законодавців та спеціалістів туристичної галузі наблизилися до цивілізованого рівня ведення цього бізнесу.

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується певними властивостями та функціями [40]:

- має промисловість виробництва та надає послуги туристам;
- створює свої туристичні послуги, формує туристичний продукт та здійснює їх реалізацію;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;

- виступає мультиплікатором зростання національного доходу, валового внутрішнього продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури та підвищення рівня життя населення;
- є сферою, характерною особливістю якої, є дешевизна створення робочих місць, забезпечення високого рівня ефективності, а також швидка окупність інвестицій;
- виступає ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, що утворює специфічну сферу діяльності. У той же час, недобросовісне ставлення до питань розвитку туризму може сприяти завданню шкоди навколишньому середовищу;
- сумісність майже з усіма сферами, галузями та видами діяльності. Розвиток туризму стимулює розвиток інфраструктури, що забезпечує задоволення попиту мандрівників різними послугами;
- має переваги в інтеграційних та глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі;
- дозволяє формувати інтеграцію загальнонаціональних інтересів у різних верствах населення. Може виступати як засіб пропаганди національної культури та європейських інтересів.

Україна тривалий час перебуває у стані економічної, політичної та соціальної нестабільності, а дії влади, з року в рік спрямовані на подолання негативу, недостатньо ефективні й є результатом відсутності єдиної довгострокової економічної стратегії розвитку держави та стимулів до боротьби з корупцією [33].

Міжнародний туризм із початку свого виникнення знаходиться в авангарді глобальних тенденцій передусім тому, що як вид діяльності він передбачає залучення у виробничий процес факторів різної державної приналежності, вимагає створення єдиного інформаційного, правового, культурного поля з метою підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг. Міжнародний туризм під впливом процесів глобалізації та інтеграції стає одним із впливових

чинників, від яких залежать зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках [3].

Починаючи з 2014 року кризові події в нашій державі призвели до погіршення ситуації на туристичному ринку, оскільки Україна асоціюється з небезпекою на тлі постійної негативної інформації навколо неї. Порушений баланс між в'їзним та виїзним туризмом, що був спричинений кризою, безпосередньо відобразився на позиціях України в структурі європейського туристичного ринку [21].

Туризм в Україні відображає внутрішню соціально-економічну та політичну ситуацію. Таким чином, анексія Криму та військова агресія Росії різко зменшили потік іноземних туристів. Інфляція та девальвація гривні у 2014 – 2015 роках призвели до зменшення кількості виїзних туристів, але дещо пожвавили внутрішній туризм. Останнє, як показує світовий досвід, може мати значний економічний ефект.

Встановлено, що туристична галузь посідає вагоме місце в економіці України, зокрема загальний внесок туризму у ВВП нашої країни становить лише 5,6 %, тоді як у країнах, де сфера туризму добре розвинена, він може генерувати до 10 % ВВП.

Пандемія Covid-19 зіграла вирішальну роль в зменшенні кількості подорожей за кордон для людей у всьому світі, та, зокрема, в Україні, на сьогодні ми можемо лише оцінювати збитки спричинені карантинними заходами за останні півтора роки. Однак така ситуація стала поштовхом для відкриття нових туристичних ринків та стрімкого розвитку внутрішнього туризму. До пандемії у 2017-2019 рр. Україну в середньому відвідувало 14,1 млн. іноземних туристів, тоді як у 2020 р. через карантинні обмеження цей показник знизився більш ніж у 4 рази до 3,4 млн. осіб. Відновлення проходитиме протягом кількох років – незважаючи на те, що в країнах Європи розпочалася масова вакцинація, європейці відпочивати в Україні поки що не поспішають. На даний момент спостерігається інтерес до великих туристичних центрів (Київ, Львів, Буковель) з боку туристів арабських країн (Саудівська Аравія, Катар) (рис. 3.1) [54].

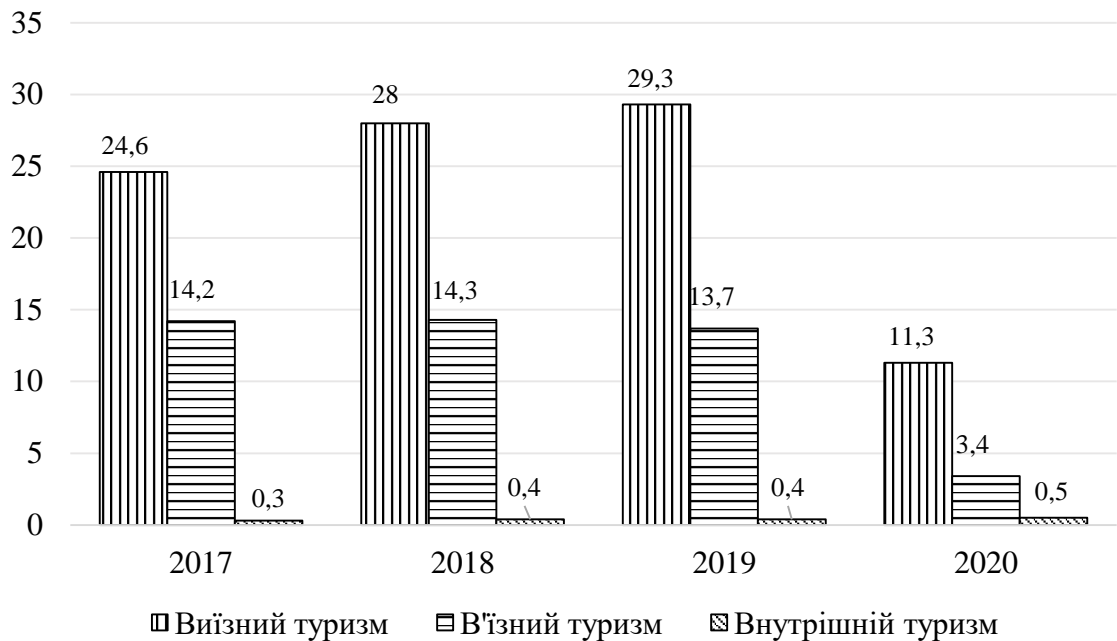


Рис. 3.1. Динаміка турпотоків в Україні за 2017 – 2020 рр., млн. осіб
Джерело: розроблено автором на основі [54]

Аналіз динаміки туристичних потоків в Україні протягом 2017 – 2020 рр. свідчить про спад в'їзного туристичного потоку, що призвело до створення негативного сальдо щодо туристичних потоків.

Відбулась поява нових туристичних центрів, куди починають їхати все більше українців, наприклад, Домініканська Республіка, Катар, Мальдіви, Танзанія, Шрі Ланка тощо [53].

У новій туристичній реальності на перший план виходить не лише вартість туру та певні вподобання, а й враховуються карантинні обмеження, правила в'їзду до країни та ситуація з поширенням COVID-19 [53].

Перші місяці 2020 року не були винятком, але пандемія коронавірусу вплинула на ситуацію, оскільки більшість країн обмежили в'їзд і призупинили регулярні міжнародні авіаційні та автобусні рейси.

Протягом січня/лютого цього року українські туристи виїжджали в країни Європейського Союзу близько 3 млн. разів, тоді як за аналогічний період 2020 року – 2,3 млн. разів. За другий рік безвізового режиму чисельність українців, які

віддали перевагу безвізовим поїздам (виключно за біометричними паспортами), зросла в 4,2 рази у порівнянні з першим роком [54].

Природний потенціал України сприяє широкому розвитку туризму. Яскраві пейзажі, різноманітні ландшафти, можливість лікування та оздоровлення на курортах та великий асортимент туристичних напрямків дозволяють жителям України якісно відпочити у будь-якій країні.

Туристична політика України на міжнародному туристичному ринку базується на активній маркетинговій стратегії, спрямованій на стимулювання закордонного туризму шляхом формування позитивного туристичного іміджу країни, що є стратегічно важливим на шляху забезпечення подальшої стабілізації та соціально-економічного зростання країни у майбутньому [14].

Щорічно розробляють індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму (ТТСІ), який дозволяє визначити перешкоди для успішного розвитку туризму на національному рівні та розробити конкретні заходи для покращення конкурентоспроможності держав на світовому ринку туристичних послуг.

Україна, маючи всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, все ще поступається у його розвитку багатьом країнам світу. Україна за Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму 2019 р. отримала оцінку в 3,5 бала з семи можливих і опинилася на 88 місці. У попередньому рейтингу 2016 р. дослідження України за цим Індексом не проводилося. Водночас, порівнюючи з доступною оцінкою за 2013 р., коли ми посідали 76 сходинку зі 140 країн світу, нами втрачено 12 позицій [79].

Як показує аналіз даних дослідження, в нашій країні бізнес-середовище не сприяє розвитку сфери туризму, про що свідчить 124 місце за цим складником. Негативний вплив має рівень безпеки в країні – 127 місце. На жаль, безпосередньо сфера туризму в Україні теж не розглядається як пріоритетна, зокрема, за показником «пріоритетність розвитку сфери туризму для уряду країни» експерти нам відвели 122 сходинку. Конкурентними перевагами у цьому рейтингу, як і в багатьох інших, є оцінка людських ресурсів та ринку праці (41

сходина) та охорона здоров'я і гігієна – 8 місце. Безперечно, в кожному з 14 укрупнених складників Індексу є показники, за якими ми маємо вищі або нижчі оцінки. Водночас підсумковий результат дослідження засвідчив, що передумови для належного розвитку туризму достатньою мірою в Україні не використовуються [79].

У цілому дані дають можливість об'єктивно оцінити сильні та слабкі сторони туристичної індустрії України і показують, що країна сьогодні не може конкурувати з розвинутими туристичними державами. На основі цих даних, загальної динаміки по окремих позиціях уряд країни повинен вживати заходи для покращення конкурентоспроможності у сфері туризму. Основними завданнями є: реальне визнання туризму одним із основних пріоритетів держави, створення сильного органу влади по управлінню розвитком туризму, впровадження апробованих у світі економічних механізмів успішного ведення туристичного бізнесу і заохочення інвесторів.

3.2. Механізм залучення інвестицій для реалізації стратегічних засад туристичної політики в Україні

На сучасному етапі індустрія туризму в світі має значний вплив на функціонування економічної системи кожної країни. Стабільний розвиток туристичної сфери позитивно відображається на соціально-економічних процесах – створюються нові робочі місця, збільшуються грошові надходження до бюджетів, підвищується рівень добробуту населення.

Україна належить до країн, які володіють величезним потенціалом для залучення інвестицій. Оскільки вона багата природними ресурсами та має сприятливий клімат, то перспективною галуззю для інвестування стає туристичний сектор. Нині туризм входить до повсякденного життя більшої частини населення, до того ж він займає головне місце серед провідних галузей світової економіки. Ця галузь має чимало економічних переваг для країни: стимулює розвиток інфраструктури (готелі, ресторани та ін.), забезпечує

зростання доходів та підвищення рівня добробуту населення і т. д. Лівова частка від туристичної сфери припадає на збільшення дохідної частини бюджету країни за рахунок податків. Окрім того, туризм має широкі можливості для залучення різного роду інвестицій.

Певною мірою територія України з наявними туристичними ресурсами є привабливою для туристів, але це не є достатньою умовою для зростання загальної туристичної привабливості країни. Для цього потрібно оновлювати та формувати нову матеріально-технічну базу, споруджувати нові готельні комплекси, санітарно-курортні зони, проводити реконструкцію та модернізацію історичних пам'яток культури. Все це можливо за рахунок інвестицій у туристичну галузь, проте для збільшення загальної суми вкладень необхідно створити сприятливий інвестиційний клімат.

Під поняттям «інвестиційний клімат» розуміють ступінь сприятливості ситуації, що складається у тій чи іншій країні, для ймовірного надходження інвестицій [48].

Для формування сприятливого інвестиційного клімату необхідно розробити певну інвестиційну політику. Економіка України перебуває у складній ситуації, яка зберігає тенденції до погіршення з 2014 р. внаслідок агресивної політики Російської Федерації, окупації Криму і військових операцій на сході країни. Питання забезпечення сприятливого інвестиційного клімату в Україні залишається стратегічно важливим, адже від цього залежать соціально-економічний розвиток, ефективність залучення до міжнародного поділу праці та можливості модернізації національної економіки.

Перебіг сучасних політичних процесів переважно негативно впливає на інвестиційний клімат та міжнародну інвестиційну привабливість України. Причинами цього є низка проблем:

- негативний міжнародний імідж країни;
- значні диспропорції регіонального та галузевого розвитку;
- застарілість інфраструктури;
- податкове навантаження;

- низький рівень захисту інвесторів та ефективності законодавства з питань корпоративного управління.

Говорячи про інвестиції у туризм, можна виділити кілька напрямків – це інвестиції у розвиток туристичної галузі України як такої та інвестиції у продаж туристичних послуг. Більш детально розглянемо перший варіант, який має на увазі вкладення в готелі, ресторани, курортно-оздоровчі комплекси та інші об'єкти індустрії розваг.

Коли йдеться про інвестиції у розвиток туристичної галузі, то треба враховувати всі актуальні тенденції на ринку та потенційний попит. Безумовно, протягом останніх років дедалі більше українців почали подорожувати всередині країни, а у 2020 р. цьому ще сприяли закриття кордону та бажання хоч ненадовго «втекти» з міста.

Туристична сфера України потребує суттєвих капіталовкладень, особливо це демонструє тенденція прямих інвестицій. Аналіз обсягів надходження прямих інвестицій (акціонерний капітал) у сферу організації відпочинку та розваг свідчить про спадну динаміку – якщо у 2016 р. вони становили 2,9 млн. дол. США, то у 2019 р. – лише 1,6 млн. дол. США (рис. 3.2) [47].

Обсяг туристичного збору у 2020 р. склав 130,3 млн. грн., що на 33,4 % нижче, порівняно з 2019 р. Показники знизилися у всіх областях, крім Київської (приріст склав 4,9 %) та Миколаївської (7,1 %). Варто додати, що до пандемії 2020 р. та карантинних обмежень, у 2019 р. річний приріст у деяких областях досягав 400-600 %. Але це, крім зростання кількості туристів, було також спричинено зростанням ставки податку [49].

Складнощі з інвестуванням у туристичну галузь починаються з державних пріоритетів. Туризм – це цілий напрямок економіки, який не може розвиватися без дорожньої та міської інфраструктури, продуманої рекламної кампанії та туристичних маршрутів. Здавалося б, з останнім проблем не має бути – маршрути вже давно вигадали, навіть створили багато сайтів, де ці маршрути та пам'ятки можна подивитися. Але на цьому ініціативи з боку держави й закінчились. У державному бюджеті на 2021 р. витрати на розвиток

туристичного потенціалу становлять 100 млн. грн., тоді як у 2020 р. на цей напрям грошей взагалі не виділялося, а витрати 2019 р. – 17,9 млн. грн. Частина грошей виділяється з місцевих бюджетів, але й там, здебільшого, назвати розвиток туризму основним, чи навіть важливим, напрямом складно (крім кількох областей).

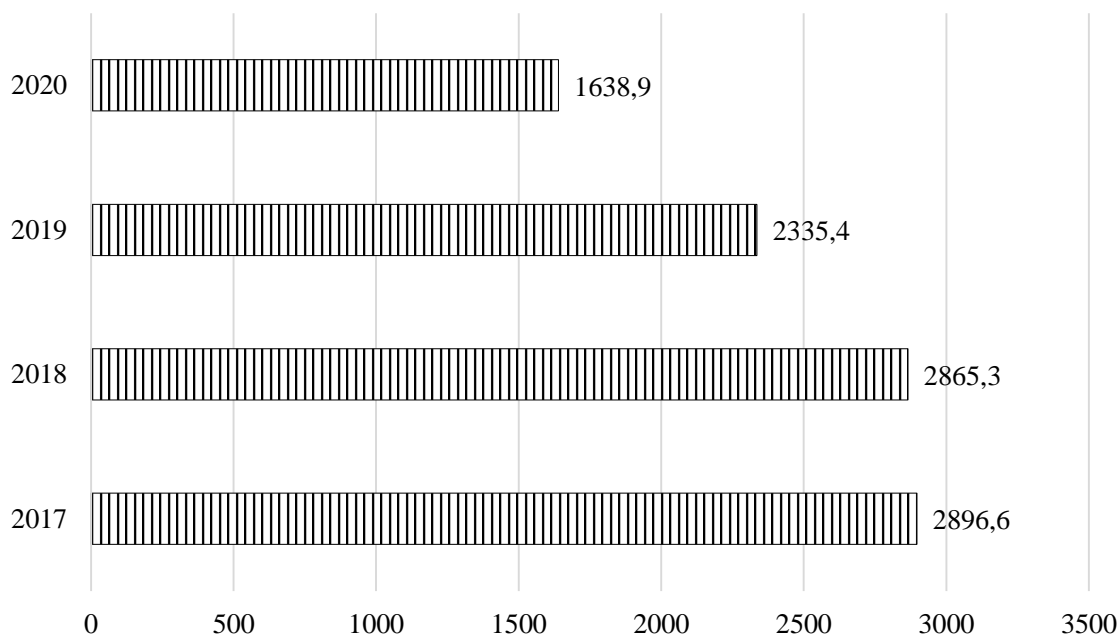


Рис. 3.2. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) в економіці України у сферу організування відпочинку та розваг у 2017-2020 рр., тис. дол. США
Джерело: розроблено автором на основі [54]

Можна говорити про складну економічну ситуацію в країні в цілому, до того ж пандемія COVID-19 є найважливішою проблемою. Але насправді головна проблема не відсутність державного фінансування, а те, що ця галузь не є справді важливим економічним пріоритетом. Адже у ряді іноземних країн значна частина капіталовкладень у туризм – це приватні інвестиції. В Україні серед пріоритетних напрямків для інвестицій – сільське господарство, електроенергетика, інфраструктура та автомобільна промисловість. У цьому разі туризм йде на другий план [49].

Не сприяють розвитку туризму проблеми з інфраструктурою. На даний момент у рамках програми «Великого будівництва» міжрегіональне дорожнє покриття у багатьох областях стало найкращим. Але більшість історичних споруд та туристичних об'єктів знаходяться за межами великих міст, і дістатися до них залишається складним завданням.

Таким чином, якщо розглядати відпочинок з боку інвестицій, то можна виділити такі основні напрямки:

1) інвестиції у готельний бізнес. На будівництво нового готелю знадобиться значний обсяг початкових інвестицій, період окупності становитиме від 7 до 15 років, що в умовах політико-економічної ситуації в країні – надто довго. Погіршує ситуацію та падіння цін на комерційну нерухомість під час економічних криз та загострень. Тим не менш, хороший готель з місткістю близько 50 номерів, якісним сервісом та іміджем може стати досить популярним серед туристів. Серед рекомендацій – перш ніж вибрати місце будівництва, потрібно вивчити конкурентів, зрозуміти середню відвідуваність курорту, а також найцікавіші місця розташування для туристів.

Інвестиції в занадто дорогий для потенційного клієнта готель на узбережжі Чорного моря також може стати провальним варіантом. Адже якщо навіть побудувати готель, аналогічний турецькому, немає гарантії, що вітчизняні громадяни віддадуть перевагу українському чорноморському узбережжю турецькому. Інша справа гірський туризм – українські Карпати є популярними серед іноземців. До того ж великі компанії активно розвивають інфраструктуру Карпатського регіону. Прикладом є холдинг ОККО Group, який планує будівництво гірськолижного курорту у Славському (сума інвестицій становить 500 млн. дол.). Проект планують реалізовувати упродовж 4 років. Таким чином, очікується зростання туристичного потоку в даному напрямку в найближчі 5 років.

2) розваги. Перевагами інвестування в цей напрямок є відсутність «великих» конкурентів – переважно є лише локальні гравці. Парадокс у тому, що, наприклад, основною розвагою для туристів залишається море. Якщо у

великих курортних містах туристи можуть знайти клуби, хороші кафе, а також операторів, які надають водні розваги, то у маленьких селищах такої можливості немає.

Важливим заходом інвестування повинна виступати реклама туристичної сфери, завдяки якій зросте інтерес до туристичних комплексів України з боку українських та іноземних громадян, що призведе до необхідного інвестування в розвиток туризму України. Великим недоліком є достатньо низький рівень кваліфікації спеціалістів туристичної галузі. Рішення зазначеної проблеми пов'язане з необхідністю підвищення якості навчання в даній галузі. Необхідною умовою підвищення якості підготовки менеджерів з туризму є узгодженість навчальних програм, раціональність дисциплін, закріплення теорії на практиці, створення центрів перепідготовки працівників туристичної сфери. Створення високоефективної туристичної індустрії сприятиме економічному та соціальному розвитку регіонів, збереженню навколишнього середовища, залученню інвестицій, створенню нових робочих місць [38].

Інвестиційна активність в економіці туризму, своєю чергою, залежить від прибутку, який інвестори одержують від своїх капіталовкладень. Здійснюючи вкладення у туризм, інвестори враховують такі фактори:

- 1) ступінь новизни технологій. Використання нових методів у туристичному бізнесі, як і в будь-якій іншій галузі, сприяє зменшенню витрат і максимізації прибутку. Новий турпродукт, як правило, добре просувається на ринку, що також сприяє збільшенню прибутку, а запровадження нових методів і технологій виробництва туристичного продукту вимагає нових інвестицій;
- 2) вартість одержання і використання капіталовкладень в економіку туризму, яка впливає на віддачу від зроблених інвестицій: низька вартість означає велику віддачу від інвестицій і великий прибуток для інвесторів;
- 3) вартість грошового капіталу, необхідного для придбання матеріально-речових об'єктів. Витрати на придбання основних і оборотних засобів є складовою інвестування капіталу. Тільки сам інвестор може визначити

розміри і напрями використання капіталу. Критерієм визначення напрямку вкладення служить розмір прибутку від інвестицій, який залежить від ступеня експлуатації капіталу;

- 4) державна політика, яка сприяє поживленню інвестиційної активності на ринку туризму (пільги з податку на прибуток в турбізнесі, інші заохочувальні заходи).

Основними стратегічними цілями інвестиційної політики в галузі туризму повинні бути:

- забезпечення та створення сприятливого інвестиційного клімату;
- створення відповідної законодавчої бази та забезпечення гарантій інвестиціям в туристичний бізнес;
- формування сприятливого іміджу країни, її туристичних регіонів;
- стимулювання припливу капіталовкладень у реконструкцію і будівництво сучасних туристичних систем;
- розробка нових програм, щодо проведення турів, які повинні враховувати етнокультурні, геополітичні, екологічні чинники туристичної місцевості.

Таким чином, можна визначити загальні причини, що перешкоджають залученню іноземних інвестицій, головні з яких: відсутність якісної інформації про туристичні регіони; нерозвиненість загальної інфраструктури, особливо в рекреаційних територіях; корумпованість фіскальних та регуляторних органів; відсутність стабільної політичної та економічної ситуації; низький рівень законодавчого та інституційного забезпечення інвестиційної діяльності; втручання місцевих органів влади та організацій контролю в туристичний бізнес.

Ефективним способом залучення зовнішніх інвестицій у розвиток туристично-рекреаційної сфери могли б бути й кошти від продажу цінних паперів, фінансові позики, іпотека, лізинг тощо. Отже, виникає необхідність формування робочих груп на галузевому та регіональному рівнях управління для скоординованої діяльності по спільному рішення проблем як законодавчого, так і загальнонаціонального характеру. При чітко побудованій системі вдосконалення структури загального туризму України вдасться уникнути

багатьох вищеперелічених проблем і вивести вітчизняну туристичну галузь на рівень світових стандартів.

3.3. Проблеми та пріоритетні напрямки підвищення ефективності та вдосконалення управління туристичною галуззю в Україні

Складна політична та економічна ситуація в Україні стримує розвиток туристичної індустрії. Ситуація невизначеності відлякує потенційних іноземних туристів. А отже, для покращення ситуації потрібно, в першу чергу, вести грамотну інформаційну політику, спрямовану на створення позитивного іміджу країни.

Сьогодні стримують розвиток туризму багато факторів, серед яких і недосконалість законодавчої бази, і обмеженість асортименту запропонованих послуг, і відсутність коштів на реконструкцію пам'яток історії та архітектурного мистецтва та повноцінної інформації щодо можливих туристичних маршрутів. Цей перелік можна ще і далі продовжувати.

В цілому туристична діяльність (туроператорська та турагентська діяльність, а також інша діяльність з організації туристичних подорожей) розвивається під впливом численних внутрішньо- та зовнішньодержавних факторів.

Найважливіші проблеми, що уповільнюють розвиток туризму в Україні та гальмують розвиток туристичної індустрії слід звести до наступних положень. Насамперед у засобах масової інформації населення активно проводять рекламу міжнародного туризму та майже відсутня реклама внутрішнього туризму, крім загальновідомих зон рекреації (Крима та Карпат). По-друге, відсутні кошти на реконструкцію історичних пам'яток та пам'яток архітектурного мистецтва. Як відомо, значна кількість населених пунктів України – Хотин, Межиріччя, Ізяслав та інші, мають пам'ятки архітектури XVII-XVIII століття, для відновлення яких необхідні значні капіталовкладення, в той же час залучення інвестицій гальмується через неврегульовану нормативно-законодавчу базу країни. По-

третє, в Україні не розвинений сектор туристичної промисловості. У жодному місті України не лунають безкоштовні буклети-путівники історико-культурних визначних пам'яток. Не у всіх містах є такі путівники, що обумовлено вузьким тлумаченням туризму та малою проінформованістю про різноманітність туристичних послуг. Навіть у великих містах практично немає доступних готелів та покажчиків англійською мовою. По-четверте, різноманітністю туристичних послуг можуть похвалитися переважно міста-мільйонери, міста загальноновизнаних зон рекреації та туризму (Крим, Карпати), деякі історичні та культурні центри. У більшості міст України має перспективу розвитку промисловий, екологічний, оздоровчий та інші види туризму. Але для цього потрібні інвестиції у створення центрів бізнесу, рекреаційних зон відпочинку, які поєднують у собі пасивні та активні види відпочинку. Для вирішення поставлених проблем у сфері туристичної привабливості України, необхідно вирішити комплекс завдань [28].

На розвиток туристичної діяльності в Україні безпосередньо впливають різні фактори. До основних загроз розвитку туристичної діяльності в Україні слід віднести загрозу переорієнтації внутрішніх та міжнародних туристів з відвідування місцевих DESTINACIY на більш привабливі закордонні DESTINACIY через щорічне підвищення вартості відпочинку на вітчизняних курортах і зростання споживчих цін за низької та середньої якості туристського продукту.

Слід враховувати і загрозу підвищеного техногенного навантаження на туристичні екосистеми DESTINACIY регіонів України, яка пов'язана зі збільшенням автомобільного та промислового забруднення території, скороченням площі лісів, збільшенням транспортних потоків, роботи ТЕС, а також низкою інших причин [63].

Також активізується загроза ескалації збройного конфлікту на Донбасі, що, у свою чергу, у короткостроковому періоді загрожує скороченням притоку інвестицій у туристичну галузь, а у стратегічному періоді – скороченням обсягу іноземних туристів. Беручи до уваги той факт, що протягом всієї історії незалежності в Україні спостерігається нестійкість пріоритетів розвитку

держави, вектори розвитку туристичної діяльності залежать від спрямованості урядових реформ.

До проблем розвитку туристичної діяльності можна віднести комерційну несприятливість бізнес-середовища, що далека від ринкових імперативів, нормативно-правове поле, повільні темпи зростання обсягів інвестицій.

Наступна проблема виявляється в тому, що сьогоденний рівень розвитку туристичної індустрії не відповідає наявному потенціалу. В Україні має місце значний податковий тягар і водночас відсутня розвинена інфраструктура, спостерігається низька якість обслуговування, малий обсяг якісної реклами та глибинної інформації про готелі, санаторії, тури країною. Після початку збройного конфлікту на Сході України ця ситуація суттєво загострилася [27].

Сфера туризму зазнає збитків глобального масштабу внаслідок запровадження заходів щодо подолання пандемії коронавірусу та невизначеності подальшого розвитку ситуації. 96 % туристичних дестинацій у всьому світі зазнали обмежень. За різними сценаріями, у 2020 році очікується падіння обсягу міжнародних туристичних прибуттів на рівні 58-78 % порівняно з минулим роком. За оцінками експертів, відновлення попиту до рівня 2019 року займе не менше двох років, водночас авіакомпанії будуть змушені підвищити вартість подорожі в середньому на 43-54 % [18].

Поряд із виїзним туризмом значних втрат зазнав і внутрішній туризм. В цілому, втрати туристичної галузі в Україні оцінюються у понад 1,5 млрд. дол. США. Пізній початок курортно-рекреаційного сезону внаслідок впровадження обмежувальних заходів також створив кумулятивний ефект, який негативно вплинув як на індустрію відпочинку та подорожей, так і на супутні галузі – готельно-ресторанний бізнес, транспорт (пасажирські перевезення), роздрібну торгівлю, індустрію розваг та діяльність установ культури. На додачу до поточних та прогнозованих втрат, сфера туризму Українських Карпат цього року вже постраждала від низького попиту на гірськолижний відпочинок внаслідок аномально теплої зими.

Обмеження на пересування, які були впроваджені державами для запобігання поширенню захворювання на COVID-19, падіння доходів громадян внаслідок економічної кризи та рецесії потенційно зумовлюють зростання попиту на відпочинок в межах України. Саме внутрішній туризм є основним драйвером збереження та відродження галузі. Варто уваги, що провідні туристичні країни Чорноморського регіону (Румунія, Болгарія, Туреччина) також роблять акценти у 2020 р. саме на розвиток внутрішнього туризму, і не лише закликають громадян відпочити на вітчизняних курортах, але й впроваджують заохочувальні заходи. 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.

Сучасні тенденції формують спрямованість розвитку туристичної діяльності. Вони обумовлені, насамперед, автоматизацією туристичної діяльності, яка проявляється у онлайн-обслуговуванні. Тотальне настання штучного інтелекту стало загрожувати скороченню штату низки туристичних агенств, оскільки поява надрозумних чат-ботів дозволяє миттєво відповідати на більшість запитань, хвилюючих потенційних туристів. Необхідно відзначити і тенденцію, що демонструє зростання популярності екстремального та пригодницького туризму [63].

Виклики, які стоять перед Україною у плані розвитку туристичної діяльності, мають важливе значення у перспективі. В першу чергу це стосується покращення туристичної інфраструктури, яка потребує розробки дієвих державних програм щодо розвитку туризму. В межах євроінтеграційного вектора зовнішньоекономічної політики реалізованим та перманентним імперативом є спрощення візових та митних процедур із ЄС. На черзі – тривалий шлях до безвізового режиму з Канадою та Китаєм. У цьому контексті слід зазначити

фундаментально важливий виклик – скорочення тіньової економіки у сфері надання туристичних послуг [63].

Ризики успішного розвитку туристичної діяльності в Україні можуть отримати свою реалізацію у разі стагнації економіки та подальшого падіння добробуту населення, що спричинить падіння попиту на туристичний відпочинок. Слід зазначити і ризики недостатнього забезпечення туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами, які віддають перевагу суміжній роботі за кордоном за більш високу заробітну плату та кращі умови життя. Відсутність структурних реформ вважається одним із найсерйозніших ризиків для туристичної галузі України [63].

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз стану та розвитку туризму в Україні

Слабкі сторони	Сильні сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Повільні темпи зростання інвестицій у розвиток інфраструктури туризму; 2. Відсутність бюджетного фінансування важливих для розвитку туристичної і курортної сфер заходів; 3. Залежність ефективності функціонування галузі від економічної та політичної ситуації; 4. Занедбаний стан історико-культурних пам'яток. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вигідне геополітичне положення України; 2. Сприятливі кліматичні умови; 3. Можливості для розвитку всіх видів туризму; 4. Розвиток повного спектра туристичних продуктів; 5. Збільшення конкуренції туристичних операторів.
Загрози	Можливості
<ol style="list-style-type: none"> 1. Неприятлива економічна ситуація; 2. Збільшення ціни на туристичні послуги, зменшення попиту; 3. Зменшення видів турів для населення із середніми доходами; 4. Дисбаланс екологічного стану через антропогенний вплив, природні катаклізми, кліматичні умови; 5. Висока конкуренція та агресивна політика країн зі схожими базовими даними (Туреччини, Хорватії та Чорногорії, Чехії); 6. Нестабільність політичної ситуації. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток різноманітних видів туризму (екстремальний, історико-культурний, науковий, діловий, зелений); 2. Розширення туристичних маршрутів під впливом зміни вподобань українців; 3. Вдосконалення інформаційних систем у туризмі; 4. Створення та впровадження програм розвитку туризму за регіональним принципом; 5. Удосконалення законодавчої бази; 6. Активізація внутрішнього туризму.

Джерело: розроблено автором на основі [14]

Результати проведеного SWOT-аналізу туристичного сектору економіки України показують, що вітчизняна туристична індустрія має достатньо сильні сторони та можливості для запобігання загрозам і підсиленню існуючих слабких сторін галузі.

Отже, оскільки Україна має всі необхідні ресурси, то ринок туристичних послуг здатний демонструвати більш високі темпи розвитку. Однак, для підвищення ефективності функціонування Туристичний галузі необхідно створити і впровадити в діяльність національних підприємств України єдину систему маркетингу в сфері туризму. При цьому, особлива увага повинна бути приділена реалізації заходів щодо формування позитивного іміджу країни і її регіонів, надання їм інформаційної і фінансової підтримки розвитку галузі. Необхідно розробити схеми розвитку туризму, в які будуть входити створення цільових фондів, надання субсидій, виконання програм щодо розвитку туризму. Вирішення розглянутих проблем вплине, як на покращення економічного, так і соціального розвитку країни.

Висновки до 3 розділу

Україна має всі передумови для інтенсивного розвитку міжнародного туризму: вигідне геополітичне розміщення, великий туристично-рекреаційний потенціал, сприятливий клімат, велику кількість лікувально-курортних ресурсів, численні родовища мінеральних вод і лікувальних грязей, багату флору і фауну, культурно-історичні пам'ятки світового рівня. Але на сьогоднішній день туристична індустрія України проходить етап зародження.

Хоча Україна має привабливі туристичні напрямки, вона не може запропонувати європейський рівень обслуговування. Це пов'язано з низкою причин: недостатньою інформацією про Україну іноземними мовами, поганим розвитком туристичної інфраструктури, поганими умовами навколишнього середовища, високим рівнем забруднення навколишнього середовища, низьким

рівнем туристичних рекреаційних ресурсів, недосконалим організаційним та регулюючим забезпеченням туристичної галузі .

Незважаючи на високий туристично-рекреаційний потенціал в Україні, розвиток сфери туризму відбувається досить повільно. Вкладення інвестицій в сферу туризму здійснюється в основному в регіонах, де туризм визначено як один із пріоритетних напрямків розвитку економіки – це західний регіон та південний. Для реалізації інвестиційних проектів у сфері туризму необхідно провести економічне обґрунтування залучення інвестиційних коштів, забезпечити рішення чіткими розрахунками прибутковості, періоду окупності проекту, розробити бізнес-план його реалізації.

З об'єктивних причин туристична галузь потребує фінансування. У сучасних умовах таке фінансування можливе з державного бюджету. Однак результати розвитку туристичної галузі України загалом відповідають динаміці економічних процесів, що відбуваються в країні. У той же час глобальні політичні та економічні процеси останніх років також мають істотний вплив на обсяг, напрямок та структуру туристичних потоків, що може спричинити уповільнення розвитку міжнародного туризму в Україні.

Для України дуже важливо підтримувати внутрішньодержавний та міжнародний туризм. У цьому питанні свою роль мають зіграти як і продуктивна державна політика, спрямована на залучення інвестицій, так і практичне покращення стану інфраструктури, що супроводжується ініціативою малого та середнього бізнесу. У свою чергу комплексна реалізація регіональних програм розвитку туризму буде сприяти ефективності діяльності суб'єктів господарювання туристичного міжгалузевого комплексу за умов глобальної інформатизації світової економіки.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження розвитку міжнародного туризму та можливостей застосування досвіду зарубіжних країн для розвитку туризму в Україні, проведеного в даній дипломній роботі, мною було зроблено основні висновки та пропозиції, зміст яких полягає в наступному.

1. Аналіз присутніх у сучасній економічній науці визначень туризму показав, що тема термінології у туризмі протягом багато часу носить дискусійний характер. Відповідно, міжнародний туризм розглядається мною як складний комплекс із усією властивою йому інфраструктурою, а саме як галузь міжнародної економічної діяльності та як важливий сегмент світової торгівлі послугами. При цьому основною функцією, що виконується міжнародним туризмом, є задоволення різноманітних і постійно зростаючих потреб людей у всіх видах відпочинку та подорожей, при раціональному використанні всіх природних ресурсів, що є у світі.

Дослідження та оцінка світового досвіду формування індустрії туризму дозволило виділити фактори, що впливають на її ефективну діяльність за критеріями визначеності та ступеня ризику. Перша група термінованих факторів, що характеризується певністю і відносно невисоким ступенем ризику: природні, соціально-культурні, демографічні, трудові. Друга група імовірнісних факторів пов'язана з невизначеністю та високим ступенем ризику: економічні, політико-правові, технологічні, міжнародні. Такий підхід обумовлений тим, що розвиток туризму має об'єктивну основу через невизначеність зовнішнього середовища та суб'єктивну, пов'язану з особливостями формування інфраструктури.

На підставі наукового дослідження встановлено, що комплексне вивчення системи туризму, наукове осмислення процесів, що відбуваються в цій галузі, зокрема, міжнародного туризму триває лише кілька десятиліть. Важливість науки про туризм можна простежити через виникнення дослідницьких інститутів та організацій, зацікавлених у вивченні комерційних та теоретичних аспектів туризму.

Аналіз наукової літератури, узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду дають підстави стверджувати, що галузь туризму вимагає безпосереднього державного регулювання з метою підтримки пріоритетних напрямів туристичної діяльності, зміцнення матеріально-технічної бази туризму, підвищення рівня життя громадян, створення додаткових робочих місць та умов для реалізації інвестиційних проектів, збільшення надходжень до державного бюджету, підвищення іміджу держави на міжнародному рівні.

Державне регулювання в галузі туризму пропонується розглядати як сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів державної влади на діяльність суб'єктів господарювання та ринкову кон'юнктуру з метою забезпечення нормальних умов функціонування ринкового механізму, реалізації державних соціально-економічних пріоритетів, вироблення єдиної концепції розвитку туристичної сфери.

2. Проаналізовано особливості організації та здійснення економічної діяльності трьох країн-лідерів туристичної індустрії – Франції, США та Китаю – у сфері міжнародного туризму. З'ясовано, що серед сильних сторін економічної діяльності зазначених країн-лідерів міжнародного туризму щодо потоків туристичних послуг є: значна перевага в'їзного над виїзним туризмом (Франція – у 6,2 рази, США – у 5,9 раз, Китай – 4,7 рази); наявність спеціальних організацій, зацікавлених у розвитку як внутрішнього, так і в'їзного туризму, в т. ч. на національному рівні (США, Китай), що забезпечують розвиток туризму. При цьому водночас згадані розвинуті країни мають високий рівень розвитку внутрішнього туризму, розвинутий подієвий туризм, комбіновані тури (США), досить високий рівень виїзного туризму (Китай).

Розвиток міжнародного туризму у світі мало залежить від економічної кризи окремо взятої країни. Однак, якщо ця криза здатна призвести до світової економічної або іншої глобальної кризи, у разі вагомої значущості країни в міжнародному туризмі, тоді на розвиток міжнародного туризму буде значний вплив.

3. Однією із проблем сучасного розвитку міжнародного туризму в Україні є відсутність його чіткої організаційної структури. Як демонструє досвід розвинених країн, необхідне створення в країні єдиного самостійного органу виконавчої влади, який буде розробляти державну політику у сфері туризму у взаємодії з органами законодавчої влади та іншими виконавчими органами держави, які відповідають за сфери економіки, безпосередньо пов'язані з туризмом (транспорт, фінансові інститути, інститути сертифікації).

З розвитком міжнародного туризму посилюється необхідність подальшого розширення та поглиблення правової основи його функціонування. Державні органи повинні розробити відповідну законодавчу базу, слід активізувати розробку нормативних актів, що регулюють окремі аспекти розвитку на міжнародному та національному рівнях. Однак, в умовах нестачі інвестиційних ресурсів для розвитку туристичної інфраструктури уряд повинен детально продумати механізм регулювання ринку і зробити його якомога гнучкішим, щоб «не відлякати» потенційних іноземних інвесторів.

Активізація інвестиційного процесу у туристичному бізнесі України є довгостроковим і складним завданням, тому всім учасникам туристського ринку необхідно використовувати маркетингові інструменти для досягнення ефективного розвитку цього сектора економіки.

Результати проведеного SWOT-аналізу туристичного сектору економіки України показують, що вітчизняна туристична індустрія має достатньо сильні сторони та можливості для запобігання загрозам і підсиленню існуючих слабких сторін галузі.

Таким чином, створення конкурентоспроможного на міжнародному ринку національного туристичного продукту та мережі туристичних агентств за кордоном для ефективного збуту цього продукту, створення національного багатомовного туристичного інтернет-порталу, маркетингової та рекламної діяльності, наближення регуляторної бази туризму відповідно до міжнародних стандартів повинно стати стратегічним напрямком розвитку міжнародного туризму в Україні.