

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ І СПОРТУ
УКРАЇНИ

КАФЕДРА ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра
за спеціальністю 242 Туризм,
освітньою програмою «Туризмознавство»

на тему: «**СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ**»

здобувача вищої освіти
другого (магістерського) рівня
Шашуріна Ярослава Юрійовича
(ПІБ)

Науковий керівник: Антонишин А. П.
(прізвище, ініціали)
кандидат історичних наук, доцент
(науковий ступінь, вчене звання)

Рецензент: _____
(прізвище, ініціали)

(наук. ступінь, вчене звання)

Рекомендовано до захисту на засіданні
кафедри (протокол № 5 від 3. 12. 2020 р.)

Завідувач кафедри: Бабушко С. Р.
(прізвище, ініціали)
доктор педагогічних наук, професор
(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Київ – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ	5
1.1. Сутність та особливості базових термінів дослідження	5
1.2. Розвиток іноземного туризму у міжнародній практиці	13
1.3. Історія розвитку та сучасний стан іноземного туризму в Україні.....	27
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	37
2.1. Основні етапи розвитку іноземного туризму	37
2.2. Характеристика ресурсного та інфраструктурного потенціалу іноземного туризму на території України	48
2.3. Розвиток іноземного туризму	57
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	63
3.1. Проблемні аспекти розвитку іноземного туризму на території України..	63
3.2. Шляхи подолання проблем та перспективні можливості для розвитку іноземного туризму в Україні	73
ВИСНОВКИ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ	91
ДОДАТКИ	96

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогодні туризм є життєво важливим для успіху багатьох економік світу. Туризм приносить значні доходи, створює тисячі робочих місць, розвиває інфраструктуру країни та формує почуття культурного обміну між іноземцями та місцевими жителями. Кількість робочих місць, створених цією галуззю є значною. Ці робочі місця є не лише частиною туристичного сектору, але можуть також включати аграрний сектор, сектор зв'язку, сектор охорони здоров'я та освіти. Багато туристів подорожують, щоб ознайомитись із культурою та традиціями інших країн. Туристи несуть вигоду для місцевих ресторанів, торгових центрів та магазинів.

На жаль, туристичний сектор в нашій країні розвинений не достатньо добре і йому приділяється мало уваги. Похвалитись різноманітністю туристичних послуг можуть здебільшого великі міста, відомі історичні та культурні зони та місця рекреації. Але Україні має великий потенціал для розвитку таких видів туризму, як оздоровчий, екологічний, екстремальний та ін. Проаналізувавши становище Українського ринку туризму можна зробити висновок, що розвиток туризму в нашій країні проходить занадто повільно.

Для того щоб вирішити зазначені вище проблеми потрібна підтримка уряду. Перш за все необхідно створити комфортні умови для функціонування туристичних підприємств і організацій. Потрібно впроваджувати нові прогресивні методи та стандарти обслуговування, підтримувати малий та середній бізнес, оптимізувати використання туристичних ресурсів та зміцнити матеріально-технічну базу туризму [35].

Дана проблема потребує ґрунтовнішого аналізу сучасних тенденцій розвитку іноземного туризму в Україні та системи методів стимулювання.

Вивченню даної проблеми присвячена ціла низка джерел як в зарубіжній так і в вітчизняній літературі. Варто виокремити такі роботи, як Алмашій Я.І.

Теоретико-методологічні засади ефективної діяльності туризму в сучасній ринковій економіці та Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму. Також автором було досліджено низку зарубіжних джерел (42-44), та численну кількість веб-джерел.

Метою кваліфікаційної роботи є розкриття стану іноземного туризму та пошук методів його стимулювання.

Згідно мети перед нами були поставлені наступні **завдання**:

- сформулювати теорію розвитку іноземного туризму та його структурних компонентів;
- дослідити етапи розвитку іноземного туризму;
- дати характеристику ресурсного потенціалу України;
- здійснити оцінку сучасного стану туристичної інфраструктури та туризму в Україні;
- дослідити проблеми та перспективи розвитку іноземного туризму.

Об'єктом кваліфікаційної роботи є ринок іноземного, внутрішнього, в'їзного туризму та туристична інфраструктура України.

Предметом кваліфікаційної роботи є туристична галузь України, як важлива складова соціально-економічного розвитку країни.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та особливості базових термінів дослідження

Оскільки існує багато визначень класифікацій туризму, доцільно визначити терміни використані у роботі.

В Україні була створена велика кількість законодавчо-правових актів для регуляції туристичної діяльності в державі. Для прикладу можна навести наступні: Закон України «Про туризм», Закон України «Про сільський зелений туризм», та ін.

Згідно Закону України «Про туризм», виділяються наступні форми туризму: міжнародний і внутрішній туризм. ЮНВТО виділяє такі види туризму:

- внутрішній,
- в'їзний,
- виїзний [2].

Внутрішній туризм – це подорож для ділових поїздок чи відпочинку в межах своєї країни. Відповідно до ЮНВТО, особа повинна перебувати принаймні одну ніч за межами свого місця проживання (але все ще у своїй країні), щоб кваліфікуватися як внутрішній турист [25].

Автор вважає, що використання терміну «міжнародний туризм» не є доцільним, оскільки його слід використовувати в разі коли мова йдеться про подорожі в декілька різних країн. Саме тому автор вирішив використовувати термін «іноземний туризм».

Іноземний туризм – це подорож до іншої країни, яка триває не більше ніж один рік, для дозвілля чи бізнесу. Туристичний експорт – передбачає отримання туристом вражень від поїздки, а також ввезення грошей в країну [31].

Існують такі види суб'єктів що займаються туристичною діяльністю:

- туроператор – організація, фірма чи компанія, яка купує окремі туристичні компоненти та об'єднує їх у пакетний тур, який продається з власною ціновою політикою безпосередньо або через посередників. Туроператори несуть відповідальність за надання та виконання послуг, зазначених у конкретному пакетному турі. Вони можуть надавати ці послуги самі, оскільки деякі мають власні автомобілі, туристичні автобуси, готелі та інші послуги, пов'язані з подорожами, або можуть домовитись про їх отримання від інших постачальників.

- інші суб'єкти підприємницької діяльності, які займаються наданням послуг які включають тимчасове проживання, харчування, екскурсійне обслуговування, розважальні програми та інші туристичні послуги;

- гіді, екскурсоводи, спортивні інструктори, та інші працівники туристичного супроводу.

Нині туроператори набули високої конкурентоспроможності. Вони прагнуть досягти високого обсягу товарообігу та максимальної частки міжнародного та внутрішнього ринку шляхом ефективної діяльності. Більш того, успіх багатьох розвинених країн та країн, що розвиваються, як туристичних напрямків сильно залежить від здатності туроператора залучати туристів, диверсифікації туристичного продукту та їх соціальних обов'язків щодо розвитку віддалених та відсталих районів.

Туроператор займається розробкою туристичних маршрутів, розробляє систему послуг, готує рекламні буклети, створює кошторис та надає пакетні тури турагентам для реалізації [2].

Саме аспект обов'язковості відрізняє туристичний пакет від туристичного продукту. При покупці туристичного пакету, який включає чотири обов'язкових базових елементи, туристи не тільки отримують значні знижки від туроператора оскільки придбавши серійний туристичний продукт туристичної компанії, може

й попросити туроператора розширити його за рахунок включення інших послуг або ж зробити це самостійно безпосередньо в країні (місці) відпочинку. Уніфікація вимог до туристичного продукту полягає в тому, що тур, придбаний в одному місці, споживають в іншому. Тільки повне узгодження позицій туроператора, турагента (не обов'язково) і туриста здатне забезпечити взаємне виконання зобов'язань. Таке узгодження здійснюється на контрактній основі в сфері ваучера, який містить в собі повну інформацію про тур:

- країна (туристичний центр), куди направляється турист;
- транспортні засоби;
- умови розміщення туриста;
- умови харчування;
- дата початку і завершення туру;
- щоденна програма перебування;
- паспортно-візові формальності;
- медична страховка;
- мінімально допустима кількість учасників туру;
- гранично можливі терміни анулювання туру;
- комплексна ціна туру;
- компенсація за недотримання термінів програми й умов перебування туриста;
- назва та реквізити туристичного оператора і туристичного агента.

Згідно з ваучером туроператор несе відповідальність за:

- дотримання програми перебування;

- відповідність реклами й інформації, яка надається туристу, фактичному комплексу послуг;
- достовірність інформації про туристичний продукт;
- самовільну зміну ціни туру.

Незважаючи на те, що сьогодні в організації міжнародного туризму існують та діють загальні принципи його формування, функціонування і розвитку, кожна країна, яка приділяє серйозну увагу цій галузі економіки, застосовує свої моделі туризму. Це обумовлено різними причинами, в основі яких лежать історичні, географічні, кліматичні, економічні і соціальні особливості кожної окремої країни чи регіону. Іншими словами, кожна країна, яка розвиває туристичну індустрію, намагається повністю використати національні ресурси з метою отримання значних валютних надходжень до бюджету [20].

Туризм приносить значні валютні надходження та покращує міжнародні взаємовідносини. Вважається, що для ефективної роботи сфери туризму, обсяг іноземного туризму повинен бути в три рази більший за обсяг виїзного [11].

Іноземний туризм – це одна з найперспективніших галузей світового господарства. Через нестабільну економічну ситуацію нашої держави розвиток туризму є особливо актуальним, враховуючи прибутки які приносить ця сфера та можливість розв'язання з її допомогою багатьох соціальних та економічних проблем.

Україна має великі можливості для розвитку іноземного туризму. Це обумовлюється великою кількістю туристичних ресурсів, увагою з боку іноземців, ціною доступністю українського турпродукту та його конкурентоспроможністю.

З іншої сторони, відомо, що іноземний туризм здатен мати поганий вплив на умови проживання місцевих жителів, формувати залежну економіку, поширювати хвороби і т. д. [16].

Важливою є економічна функція туризму. Для того щоб задовольнити потреби туристів було сформовано галузь сфери обслуговування. Подальше збільшення попиту прискорило розвиток галузі, а за допомогою мультиплікаційного ефекту та комплексного характеру її вдалось перетворити в індустрію туризму – міжгалузевий комплекс, що має за мету задоволення туристичних потреб населення. З зростанням туризму зростає і потреба в кадрах, а різноманіття праці надає широкі можливості використовувати як кваліфіковану, так і некваліфіковану працю. Завдяки зазначеним характерним ознакам, туризм починає відігравати все більшу роль як в національній економіці так і в міжнародній торгівлі послугами.

Економічна складова туризму характеризується не тільки комерційною спрямованістю, але й також посиленням ролі туризму в соціальному та екологічному відношеннях, що пояснюється гуманістичною спрямованістю туристичної індустрії.

Сучасний етап розвитку індустрії туризму характеризується переосмисленням ролі туризму в житті людини. Комплексний характер мотивації, котра спонукає людину до подорожей пояснюється поліфункціональністю туризму [19].

З досвіду інших країн відомо, що розвиток туристичної індустрії залежить від підтримки держави. Для отримання доходу від туризму, від країни потребується вкладання коштів для вивчення та дослідження своїх територій, для того щоб оцінити туристичний потенціал, підготувати програм туристичного бізнесу, інфраструктурних проєктів та центрів туризму.

Галузь туризму вважається одним з найпріоритетніших напрямів розвитку країни. Такі висновки можна зробити виходячи з динамічності, високої

прибутковості, значного позитивного соціально-економічного та культурного впливу туризму на розвиток держав.

Туристична галузь є одним із найпріоритетніших напрямів розвитку держави. Це доводять динамічність, висока прибутковість, значний соціально-економічний та культурний вплив туризму на розвиток держав. Для дослідження рекреаційно-туристичного потенціалу національної економіки необхідно створити чітку державну політику у сфері туризму та впровадити розумні механізми її реалізації.

Досвід іноземних країн доводить що іноземний туризм є досить прибутковим, саме тому кожна країна проводить багато заходів для покращення своєї туристичної політики. Беручи до уваги нестабільну політичну та економічну ситуацію України важливим є питання дослідження розвитку іноземного туризму та методів його стимулювання. Іноземний туризм пов'язаний з іноземними інвестиціями в державу. Фінансування туризму допомагає розвивати інфраструктуру, наприклад транспортну, що дає великі можливості для розвитку інших галузей.

На сьогодні туризм розглядається як найперспективніша та провідна галузь в країні. Туризм в Україні поступово наближається до світового рівня. В країні швидкими темпами зростає кількість підприємств галузі туризму. Створена велика мережа туристичної індустрії, яка складається з численних закладів туристичного та побутового призначення. Туризм можна трактувати як форму організації відпочинку. Під туризмом часто мають на увазі рекреацію, відпочинок, оздоровлення, спорт розваги та ін.

Сучасна індустрія туризму є однією з найбільш прибуткових та перспективних за темпами росту у порівнянні з іншими галузями світового господарства. Головна мета розвитку галузі туризму полягає у задоволенні потреб туристів у відпочинку та отриманні вражень від подорожі. Варто

зазначити, що існує велика кількість класифікацій туризму які поділяють його на класи, форми та види [7].

Забезпечення туристичної діяльності потребує таких обов'язкових елементів, як туристична послуга та ринок туристичних послуг. Розмаїття туристичних послуг і сфер їх застосування викликає необхідність класифікації цих послуг за певними ознаками. Автор пропонує виділяти туристичні послуги за такими класифікаційними ознаками: за формою (матеріальні, нематеріальні); за характером (духовні, комерційні); за способом оплати (платні, соціальні); за територією (локальні, регіональні, міжнародні); за спеціалізацією (освітні, юридичні, фінансові, туристичні, транспортні, страхування, культурні, розміщення, харчування, рекреації та ін.); за формою організації (державні, приватні); за тривалістю (безстрокові, строкові); за частотою (разові, періодичні); за сегментом (стандартні, елітні); за способом надання (мобільні, стаціонарні).

Характерною ознакою туристичних послуг є комплексність. На думку автора, найбільш науковий та узагальнений характер дефініції ринку туристичних послуг запропоновано О. Любіцевою: «Ринок туристичних послуг – система багатоаспектна, поліструктурна, поліформна і багаторівнева, що функціонує за законом врівноваження попиту та пропозиції, який відтворює об'єктивно обумовлену необхідність відповідності у часі й просторі вартісних та натурально-речових форм платоспроможного попиту і товарної пропозиції та діє на основі коливань виробництва і споживання турпродукту».

Градація дослідження ринку туристичних послуг є стандартною та включає три основні рівні: внутрішній ринок, національний ринок, міжнародний ринок. Автор пропонує розглядати сутність поняття «ринок туристичних послуг» як сукупність соціально-економічних взаємовідносин з метою задоволення потреб туристичного потоку і реалізації потенціалу ланцюга туристичної пропозиції у процесі трансформації туристичного продукту в грошовий еквівалент та інтеграції у світовий простір.

Вивчення сукупності туристичних послуг підводить до необхідності дослідження причинно-наслідкових зв'язків, що охоплюються поняттям «індустрія». Воно все частіше використовується науковцями для опису сучасних економічних процесів відокремлено від промисловості, на відміну від того, як це було прийнято в епоху індустріалізації. Туризм – це складна система взаємовідносин, що історично склалися в результаті організації та здійснення туристичної діяльності.

Різновекторність видів туризму дає змогу констатувати, що у процесі цієї діяльності відбувається активний і тісний взаємозв'язок усіх сфер соціально-економічного життя, консолідація зусиль та ресурсів усіх учасників процесу, що перетворює туризм в індустрію туризму.

У наукових колах триває дискусія щодо компонентів індустрії туризму. Науковці ряду європейських країн діяльність у сфері туризму поділяють на індустрію туризму та індустрію гостинності. Згідно з таким поділом, індустрія туризму складається із підприємств з організації і збуту туристичних продуктів, екскурсійних бюро, індустрії розваг. До індустрії гостинності відносяться послуги з розміщення, харчування тощо. Іншими словами, до індустрії гостинності належать ті галузі, діяльність яких спрямована на надання послуг, супутніх з організацією подорожі [46].

Головна мета державного регулювання полягає у створенні умов за яких не тільки будуть задовольнятися потреби споживача туристичних послуг, але й буде поліпшуватись соціально-економічна ситуація в державі.

Серед пріоритетних напрямів розвитку туризму в нашій країні можна виділити такі:

- покращення державного регулювання туризму;
- проведення рекламних кампаній;
- підвищення доходу населення з метою їх участі у туристичних потоках;

- покращення рівня якості послуг та розширення асортименту;
- розвиток інфраструктури населених пунктів, будівництво готелів, ремонт доріг, поліпшення транспортної інфраструктури та медичного супроводу;
- розбудова матеріально-технічної бази рекреаційних зон;
- реставрація об'єктів історичної та культурної спадщини.

До заходів регулювання туризму можна віднести наступні:

- спрощення віз та митного контролю;
- збереження процедури ліцензування бізнес-структур, які займаються наданням послуг в сфері туризму;
- зменшення оподаткування та надання пільг особам, котрі беруть участь у відродженні об'єктів історико-культурної спадщини та розвивають соціальний та сільський туризм.
- підвищити правову та соціальну відповідальність всіх дієдатних осіб за їх дії чи бездіяльність[22].

Отже, можна дійти висновків що розвиток іноземного туризму є потенційно вигідним та потребує значної уваги з боку уряду.

1.2. Розвиток іноземного туризму у міжнародній практиці

Туризм – великий і зростаючий сектор світової економіки. Чим більше зростають світові доходи тим більше людей можуть дозволити собі відносну розкіш – поїхати на відпочинок. Очікується, що попит на туристичні послуги буде продовжувати зростати.

Туризм характеризується постійним розвитком іноземного туризму. Головними чинниками що впливають на розвиток іноземного туризму є наступні:

1. Зростання добробуту населення у країнах, що є головними постачальниками туристів. Аналізуючи туристичні потоки можна зробити висновки, що лідерами по постачанню туристів є високорозвинуті країни. У 2017 р. найбільша кількість туристів виїхала за кордон за таких країн, як Китай, США, Німеччина, Великобританія та Франція. Розвинені країни є також лідерами в отриманні прибутку від туризму.

2. Фінансові та світові кризи які мають циклічний характер. Під час економічної кризи можна спостерігати значний спад туристичних потоків. Наприклад, у 2009 р. відбулось значне падіння туристичних прибуттів, майже на 4% це найвищий показник за останні десять років. Економічна рецесія викликала суттєвий спад темпів росту туристичних прибуттів аж до 2016 р. Через високу прибутковість та інвестиційну привабливість. Держави-лідери у туристичній галузі займаються диверсифікацією своєї діяльності у різних країнах світу, інвестують у розвиток туризму, та отримують фінансові надходження виходячи на міжнародні фондові ринки.

3. Транснаціоналізація іноземного туризму. Через високу прибутковість та інвестиційну привабливість лідери світового туристичного бізнесу займаються диверсифікацією своєї діяльності у значній кількості держав, займаються інвестуванням коштів у сферу туризму, залучаючи додаткові фінанси завдяки виходу на міжнародні фондові ринки.

4. Швидкий технологічний розвиток у сфері іноземного туризму, а саме значне поширення туристичних сервісів у мережі Інтернет та мобільні додатки. Для прикладу, сервіс booking.com дає можливість бронювати більш ніж 2 млн готелів по всьому світі, Airbnb.com – сервіс який надає можливість для пошуку орендованого житла у більш ніж 190 країнах світу. Сучасні технології

дозволяють туристу спростити та заощадити на подорожах, але також вони створюють конкуренцію зі звичайними туроператорами та турагентами.

5. Проблеми викликані міжнародним тероризмом, масовою неконтрольованою міграцією та її соціальними та економічними наслідками, переважно в Європі. Серед найбільших терористичних актів у Європі варто виділити теракт у Мадриді в 2004 р., Парижі 2015 р., Брюсселі, Ніці та Берліні у 2016 р. Як наслідок – скорочення туристичних потоків. Зазначені вище чинники погано впливають на рейтинг безпеки для туриста в окремій країні або місті, а отже, на прибутки у сфері туризму.

6. Демографія, останнім часом, має значний вплив на чисельність туристів, особливо значне збільшення частки людей похилого віку. Нині люди похилого віку мають значно вищі доходи, ніж декілька десятиліть назад, і для них туризм стає чудовою можливістю провести вільний час. Очікується суттєвий ріст частини мандрівників похилого віку з Європи. Прогнозується що до 2030 р. частка людей віком за 65 років збільшиться до 30%, що вдвічі переважає показники 2010 р [17].

Турпродукт – попередньо розроблений комплекс туристських послуг, який поєднує не менше двох таких послуг, що пропонуються для реалізації або реалізуються за певною ціною, до складу якого входять послуги з перевезення, послуги розміщення та інші туристські послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідування об'єктів культури, відпочинку, розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

Можливий перелік видів послуг, що можуть входити до турпродукту: транспортні послуги (перевезення різними видами транспорту); розміщення в різних за рівнем, типом та місцем розташування готелях; харчування: повний або напівпансіон, або зовсім без харчування; екскурсії; дозвільно-розважальні послуги; спортивні послуги; курортні послуги; візові послуги; послуги

страхування, послуги гідів-перекладачів, послуги побутового обслуговування тощо.

Туристичний продукт – комплексне поняття, що охоплює три основні види можливої пропозиції туристського підприємства на ринку: тур, туристсько-екскурсійні послуги і туристські товари.

Тур – комплекс різних видів туристських послуг, об'єднаних на базі головної мети подорожі, що надаються по ходу проходження маршруту в певні терміни для задоволення потреб туриста. Тур оформляється у вигляді путівки або ваучера. Туристсько-екскурсійні послуги різних видів, що надаються туристськими підприємствами, також складають різновид і складову частину туристського продукту.

Туристичні товари – включають товари специфічного туристського попиту (карти, листівки, буклети, сувеніри, туристське спорядження та ін.), тобто характерні туристські товари, і неспецифічні, тобто супутні туристські товари, до яких відносяться товари загального призначення (рушники, парасольки, купальники та ін.). Характерні туристські послуги й товари – послуги й товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких значно скоротиться без їх реалізації туристам. Супутні туристські послуги й товари – послуги й товари, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротиться без їх реалізації туристам. Туристський продукт є специфічним товаром, який має ряд особливостей.

Перша особливість туристського продукту полягає у великій глибині взаємозв'язків між його складовими елементами. У сфері туризму працює багато туристських підприємств і організацій, які для своєї стабільної діяльності повинні постійно контактувати між собою.

Друга особливість турпродукту полягає у комплексності туристських послуг. Туристська послуга – це все те, що турист бере до уваги або користується під час подорожі (при зміні місця свого перебування і при перебуванні в

кінцевому пункті своєї поїздки). Звідси випливає, що туристська послуга складається для туриста з цілого комплексу послуг (як матеріальних, так і нематеріальних), що є специфічним туристським продуктом.

Третя особливість полягає в сильному впливі із сторони зацікавленої клієнтури. Кожне туристське підприємство виконує свою діяльність в оточенні різних зацікавлених осіб і клієнтів. Туристські організації працюють з великою кількістю зацікавлених осіб, які мають сильний вплив на організацію. Крім того, усередині окремих зацікавлених груп є свої інтереси.

Туристські організації не можуть чекати від своїх учасників того, що всі вони будуть поводитися однаково, оскільки існують певного роду суперечності між власниками готелів, місцевими жителями і туристами. Члени організації можуть розділитися на три-чотири зацікавлені групи, представники готелів, можливо, вимагатимуть скорочення одноденного туризму, власники підйомних ліфтів будуть виступати за розширення потоку туристів, оскільки вони зацікавлені в цьому. Навіть усередині однієї групи (наприклад, серед представників готельних комплексів) простежуються різні інтереси.

Крупні готелі менше зацікавлені в пропозиції курортного сервісу, оскільки вони мають у своєму розпорядженні всі необхідні споруди для розміщення і організації відпочинку гостей у себе. Невеликі готелі, що живуть за рахунок туристів, зацікавлені в тому, щоб туристська організація покращувала курортну пропозицію і проводила відповідні заходи.

До четвертої особливості відноситься невіддільність туристського продукту від джерела формування. Товар в матеріальному вигляді (одяг, побутова техніка) існує незалежно від його виробника, туристський продукт (а це теж товар) не відділяється від джерела його створіння. Тобто для того, щоб ним скористатися, споживача спочатку треба доставити в місце виробництва.

П'ята особливість визначається неможливістю складування туристського продукту. Шоста особливість полягає у невідчутності й неможливості зберігати

туристський продукт. Туристську послугу неможливо побачити при укладенні договору, спробувати на смак. Складність у роботі менеджера туристської фірми полягає в тому, щоб переконати покупця у вигідності саме його послуги, адже якість туристського продукту коливається у широких межах і залежить не тільки від постачальників, але і від часу та місця пропозиції. Зберігати туристський продукт неможливо, тому що, коли клієнт відмовився від подорожі в останню мить, замінити його кимось вже практично неможливо.

До сьомої особливості турпродукту слід віднести сезонність, тобто залежність обсягу туристських послуг від природнокліматичних умов. У туристській практиці діють поняття основних і додаткових послуг. З погляду споживацьких якостей і властивостей яких-небудь відмінностей між ними немає. Так, екскурсії, якщо вони включені в комплексне обслуговування і в ціну туру, вважаються основними послугами, але якщо турист за своїм бажанням придбає ще яку-небудь екскурсію до сплаченого туру, ця послуга стає вже додатковою.

Таким чином, різниця між основними й додатковими послугами полягає в їх відношенні до спочатку придбаному туристом пакету або комплексу послуг (туру). Основний комплекс послуг – це набір послуг, що складають програму обслуговування у рамках туру (транспортування, проживання, харчування, програмні послуги). Програмні послуги являють собою комплекс екскурсійних, розважальних, пізнавальних та інших послуг, що формуються у відповідності із цільовим призначенням туру.

Основний комплекс послуг є обов'язковим елементом кожного туру, незалежно від того, на кого цей тур орієнтований. Набір послуг включається до туру і не підлягає заміні або відмові споживача від них. Основний комплекс послуг формує основу вартості туру. Додаткові послуги – важливий компонент туру, що включає будьякі послуги, що можуть бути надані споживачеві за його бажанням і відповідно до його інтересів за додаткову плату. Додаткові послуги надаються у доповнення до основних. Додаткові послуги можуть бути запропоновані споживачу в момент придбання туру і будуть враховані у вартості

туру, а можуть пропонуватися в ході туру і оплачуватися туристом самостійно. Слід враховувати, що додаткові, послуги не можуть підміняти або замінювати собою основний комплекс послуг туру.

Разом з тим широка пропозиція додаткових послуг в рамках одного туру дозволяє туристському підприємству зробити стандартний тур більш індивідуальним і таким чином більш повно задовольнити особисті потреби кожного із споживачів. Основним туристським продуктом у практичній діяльності є комплексне обслуговування, тобто стандартний набір послуг, що продається туристам в одному пакеті. Розглянемо цю категорію більш детально. Пакет послуг (турпакет) – це вироблений туроператором туристський продукт, що складається з певного набору послуг: перевезення, розміщення, харчування, екскурсії і т. ін. Пакет послуг на турі формується залежно від мети подорожі і потреб туристів за обраному ними виду туристського відпочинку. При формуванні туру і його пакету можливі два варіанти роботи з туристами: реалізація замовлених турів; реалізація інклюзив-турів.

Слово «франчайзінг» відбулося від французького «franchise», що означає «пільга, привілей, звільнення від податку, внеску». Згодом це слово закріпилося в англійських державах. У залежності від фонетичних особливостей мов похідні слова від «franchise» мають різне звучання, що в ряді випадків вводить в оману вітчизняних підприємців і викликає недовіру як до самого терміна, так і до системи в цілому. Поява франчайзінга відносять до початку 1800-х років, до так названої системи «зв'язаних будинків», використовуваної британськими броварниками. У 1860 р. за схемою, дуже близької до франчайзінгу, працювала фабрика «Singer», що спеціалізується на виробництві швейних машинок.

Для прориву на ринку з 1898 р. у своїй практиці стала активно використовувати систему франчайзінга компанія «General Motors», що нараховує в даний час порядку 11 тис. членів. Розроблена в 1886 р. формула «Coca-Cola» і її продаж у 1900 р. привела до могутнього поштовху в розвитку франчайзінга; система стала стрімко поширюватися під відомої усім дотепер

маркою «Coca-Cola». Найбільший успіх у розвитку системи удалося досягти в 50-х роках нашого сторіччя братам Макдональдам. В даний час франчайзингова система «McDonalds» нараховує більш 14 тис. підприємств у різних країнах світу.

Сьогодні франчайзинг одержав розвиток більш ніж у 70 галузях господарства. Франчайзинг визнаний у світі як найбільш прогресивна форма ведення бізнесу і широко розповсюджений у закордонній практиці. Договір франчайзинга є самостійним об'єктом правового регулювання більш ніж у 80 країнах світу. В Україні франчайзинг одержав свій розвиток із приходом на ринок таких великих компаній, як «Pizza Hut», «Kodak», «McDonalds», «Coca-Cola» і ін. По своїй сутності франчайзинг являє собою систему взаємин, що полягає у передачі однією стороною (фірмою, що має, як правило, яскраво виражений імідж і висока репутація на ринку товарів і послуг) іншій стороні (фірмі чи індивідуальному приватному підприємцю) своїх засобів індивідуалізації вироблених товарів, виконуваних чи робіт послуг, що робляться, (товарного знаку чи знака обслуговування, фірмового стилю), технології ведення бізнесу й іншої комерційної інформації, використання якої іншою стороною буде сприяти росту і надійному закріпленню на ринку товарів і послуг. При цьому передавальна сторона зобов'язується сприяти в становленні бізнесу, забезпечувати технічну і консультаційну допомогу. Франчайзингу властиві наступні основні риси й особливості:

- франчайзинг припускає собою наявність двох сторін угоди (договору) – «франчайзера» і «франчайзі»;

- франчайзер є власником виключних прав: товарного знаку, фірмового стилю, патенту, ідеї, авторського права й аналогічних прав. Застосовуючи «просту» термінологію, франчайзер є правовласником;

- франчайзер, будучи правовласником, передає свої права франчайзі на визначених умовах. Франчайзі здійснює свою діяльність під товарним знаком

франчайзера, використовує його репутацію на ринку товарів (послуг, робіт) і по своєму фірмовому стилі ідентифікується з франчайзером;

- франчайзер виступає в однині; франчайзі, що працюють за договором із правовласником, може бути трохи, тобто це свого роду мережа, що працює по єдиній методології. Відносини за договором франчайзингу припускають собою високу етику ділових відносин, що виключають спроби перетворення в пірамідні форми, тобто розширення і продаж дистриб'юторських мереж.

Суть франчайзингу – ведення свого бізнесу, суть мереж – продаж частин мережі і залучення якнайбільше учасників; Для успішного ведення бізнесу франчайзер забезпечує франчайзі різними формами підтримки і користується правом регулювання діяльності франчайзі з метою збереження репутації на ринку, не порушуючи при цьому його юридичній і економічній самостійності: • за користування правами франчайзера і підтримку, що робиться, франчайзі робить визначені платежі; • договір франчайзингу має індивідуальний характер і знаходиться в залежності від умов діяльності, політики, що проводиться франчайзером, і не може бути тиражований на інші системи. Франчайзинг у залежності від напрямку буває чотирьох видів:

- франчайзинг товару;
- виробничий франчайзинг;
- сервісний франчайзинг;
- франчайзинг бізнес формату.

У сфері туризму франчайзинг формується за принципом сервісного франчайзингу. Сервісний франчайзинг одержав широке поширення і є перспективною технологією ведення бізнесу. Основна спрямованість сервісного франчайзинга — високий рівень обслуговування споживачів.

Завдяки спільній політиці, що проводиться франчайзером і франчайзі, споживачу швидко стає відомо, яке кількість і якість послуг йому може бути

гарантоване у визначений проміжок часу на підприємствах визначеної торгової марки. Поінформованість заощаджує час споживачів на пошук і задоволення своїх потреб, а очікувана якість обслуговування робить крім усього іншого позитивний емоційний вплив, що підвищує імовірність повторних звертань до франчайзі.

Споживач ідентифікує правовласника і користувача товарної марки, що дає додаткові імпульси розвитку франчайзингової системи. Успіх франчайзинга базується на виконанні наступних основних принципів:

- постійне співробітництво і високий ступінь довіри партнерів;
- загальні для системи стратегія збуту і цінова політика;
- спільна присутність на ринку; • надання підтримки й обмін інформацією;
- високий ступінь підприємницької ініціативи;
- планування і прогнозування розвитку системи;
- спільна політика в регіонах діяльності;
- переваги конкуренції;
- налагоджена система постачань [48].

Державне регулювання в'їзного туризму представляє собою цілеспрямований вплив держави на діяльність суб'єктів господарства – учасників цього виду бізнесу і ринкову кон'юнктуру для забезпечення сприятливих умов розвитку туризму та реалізації державних пріоритетів. Воно включає в себе розробку державної політики в цій сфері і вибір механізмів її реалізації. У міжнародній практиці склалися три підходи до державного регулювання в'їзного туризму.

Перший підхід передбачає розв'язання питань розвитку туризму особисто суб'єктами господарювання. Такий підхід ефективний в розвинених державах, де переважно існують приватні компанії різних величин і спеціалізацій. При

цьому важливими є розвинена інфраструктура, система безпеки туристів, надійне страхування банківські послуги та медичне обслуговування. Для такого підходу підходять країни, котрі є привабливими для іноземних туристів і котрі не потребують реклами туристичного продукту. В цьому випадку можна обійтися без спеціальних органів державного регулювання туризму. Така модель регулювання в'їзного туризму сформувалась в США.

Для того, щоб зекономити бюджетні кошти в 1997 р. було скасовано державну адміністрацію, що займалась розвитком індустрії туризму. Даний крок був обумовлений тим, що США утримують гарні позиції на міжнародному туристично ринку, а приватні туристичні компанії можуть самі займатись рекламними акціями, котрі представляють інтерес для всього національного ринку.

Другим підходом є створення спеціального державного органу, котрий наділяється значними повноваженнями і фінансовими ресурсами. Даний підхід є ефективним у разі, коли інтереси в'їзного туризму вимагають значних коштів для створення і підтримки на високому рівні національних туристичних продуктів та інфраструктури туризму, залучення прямих іноземних інвестицій, підтримки малого та середнього бізнесу, забезпечення безпеки іноземних туристів. Цей підхід до регулювання в'їзного туризму поширений в ряді держав, які розвиваються, а також в країнах в яких діє перехідна економіка. До таких країн можна віднести Єгипет, Туніс, Туреччину, Болгарію та інші, де функціонують міністерства туризму.

Існує третій підхід, коли функції державного регулювання туризму покладено на багатофункціональне міністерство (наприклад, Міністерство економічної політики у Франції, Міністерство виробничої діяльності в Італії, Міністерство економіки в Німеччині). У міністерстві створюється спеціалізований підрозділ, який займається розробкою і вдосконаленням нормативно-правової бази, здійснює координацію міністерств, відомств і регіональних влад з питань розвитку міжнародного туризму, налагоджує зв'язки

з іншими країнами і міжнародними організаціями з питань розвитку туризму, займається просуванням національного туристичного продукту за кордоном, здійснює інформаційне обслуговування туристського бізнесу.

Незважаючи на те що в світі сформувалися зазначені вище підходи в регулюванні в'їзного туризму, кожна країна має свої специфічні особливості. З збільшенням міжнародних туристичних прибуттів виникла потреба в міжнародно-правовому регламентуванні і створенні відповідальних міжнародних організацій. Оскільки туризм передбачає перетинання кордонів країн він повинен регулюватись міжнародним правом.

Існує безліч міжнародних конвенцій і декларацій що формують міжнародно-правове регулювання туризму та подорожей. Статтею 24 Загальної декларації прав людини проголошується, що кожна людина має право на відпочинок і вільний час, що включає розумне обмеження робочого часу та періодичні оплачувані відпустки. Статтею 12 "Міжнародного пакту про громадянські і політичні права" закріплюється право кожної людини вільно покидати будь-яку країну, враховуючи власну.

Слід також брати до уваги взаємозв'язки міжнародних організацій в окремих циклах туристичної діяльності. Для прикладу, Міжнародна організація цивільної авіації (International Civil Aviation Organization – ІКАО) – це основний міжнародний орган, задача якого здійснювати регулювання повітряного транспорту на міждержавному рівні. В свою чергу, регіональними міжурядовими організаціями цивільної авіації вирішуються проблеми, пов'язані з повітряним транспортом у відповідальних регіонах та координується діяльність відповідних держав, авіакомпаній та аеропортів у цих регіонах. ІКАО координує діяльність цих організацій [40].

Всесвітня туристична організація (UNWTO) є спеціалізованою міжурядовою установою системи ООН, котра відповідає за просування туризму доступного для всіх. Оскільки вона є провідною міжнародною організацією

туристичної сфери, ЮНВТО повинна просувати туризм як рушійну силу росту економіки, включаючи інклюзивний туризм та екологічну стійкість та пропонувати керування та підтримання сектору у просуванні знань та політики туризму по всій планеті.

UNWTO бажає запровадити Глобальний етичний кодекс туризму, щоб максимізувати соціально-економічний внесок туризму та мінімізувати при цьому ймовірні небажані наслідки, та просуває індустрію туризму як інструмент, за допомогою якого можна досягти цілей сталого розвитку, котрі спрямовані на зниження рівня бідності на сприяє сталому розвитку в усіх країнах.

Ця організація генерує знання ринку, просуває конкурентну та стійку політику в галузі туризму, сприяє розширенню знань в області туризму і намагається зробити туризм надійним інструментом розвитку за допомогою проектів технічної допомоги у понад 100 країнах світу.

ЮНВТО включає 159 держав-членів та 6 асоційованих членів що представляють приватний сектор, освітні установи, туристичні асоціації та місцеві органи влади з питань туризму.

ЮНВТО є єдиною міжурядовою організацією, відкритою для оперативного туристичного сектору (приватних турфірм). У її документах зазначено, що "ЮНВТО діє як важливий форум для зустрічей представників урядів і туристичної індустрії з метою обговорення і вирішення питань, що представляють взаємний інтерес".

Діяльність ЮНВТО передбачає:

- розвиток співробітництва для покращення індустрії туризму, надання рекомендацій та допомоги урядам з великого різноманіття питань, котрі мають стосуватись галузі туризму;
- розвиток людських ресурсів – організація системи освіти і підготовки фахівців в туристичній сфері;

- догляд за станом довкілля, сприяння забезпеченню сталого розвитку туристичної індустрії та розв'язанню проблем з екологією;

- усунення перешкод які заважають розвитку галузі туризму та стимуляція лібералізації обігу туристичних послуг, вживання заходів по охороні здоров'я туристів.

- збір статистичних даних, аналізування економічної ситуації та стану туристичного ринку;

- забезпечення комунікацій і ведення документації.

ЮНВТО займається спрощенням обмінів та формальностей й визначенням та узгодженням законодавчих порядків та регулювання туризму. Всесвітня туристична організація, хоч і не є установою Організації Об'єднаних Націй має чинні угоди з нею в рамках яких було прийнято численну кількість документів, які відносяться до стимулювання міжнародної індустрії туризму. На першій сесії Генеральної асамблеї ЮНВТО було схвалено Хартію туризму у 1985 р.

Хартія туризму – являє собою програмний документ, що виражається політичними і соціальними вимогами туристів. Хартія туризму – це вираження політичних та соціальних вимог туристів. До Хартії туризму входять Кодекс туриста, що є сукупністю правил та норм поведження подорожуючих під час подорожі. Для гарантування цього права, державами повинна бути розроблена і проведена політика, призначена забезпечити гармонійний розвиток внутрішнього і іноземного туризму, а також організувати відпочинок на благо усіх, хто його потребує [11].

Під час здійснення подорожі, включаючи транзитну, турист має право:

- на отримання необхідної і достовірної інформації про вимоги в'їзду до країни в котрій турист буде тимчасово перебувати, інформацію про місцеве населення, релігію, святі місця, пам'ятники, історію, культуру, екологію та інше.

- на свободу пересування, доступ до туристичних ресурсів з урахуванням обмежень країни тимчасового перебування;

- на забезпечення своєї безпеки, безпеки своїх речей та прав споживання та одержання медичної допомоги;

- на моральну компенсацію ті відшкодування у раз якщо були порушені умови договору;

- на сприяння органів влади країни тимчасового перебування для одержання правової чи іншої допомоги;

- на доступ до телефонного, інтернетного та інших видів зв'язку.

Турист має наступні зобов'язання під час подорожі:

- дотримуватись законів країни, устроїв, соціальних звичаїв, традицій та релігійних вірувань;

- не шкодити навколишньому природному середовищу, ставитись обережно до об'єктів природи, історико-культурних об'єктів тощо.

- дотримуватись правил в'їзду, виїзду та перебування в країні тимчасового перебування;

- під час подорожі необхідно дотримуватись правил особистої безпеки [5].

Можна підсумувати, що нині іноземний туризм є досить популярним та приносить значні доходи до скарбниці держав у всьому світі.

1.3. Історія розвитку та сучасний стан іноземного туризму в Україні

Іноземний туризм в Україні подолав великий шлях до свого розвитку. Через те що різні регіони України історично були частиною інших країн розвиток туристичної сфери серйозно різнився. В основному, він розроблявся

політикою цих країн. Лише за радянських часів туристична індустрія в нашій країні почала мати схожості в усій країні.

Перші згадки про гостинні традиції на теренах нашої країни з'явилися у часи Київської Русі, а саме хрещення Русі. За цих часів на території нашої держави знаходилися великі торгові центри, в таких містах як Київ, Чернігів та ін. В них була розвинута інфраструктура обслуговування торговців та вантажу. Відомим торговим шляхом був річковий шлях «із варяг у греки», який зв'язував народи півночі та півдня.

Відомими були постоялі, або гостинні двори, де гостям надавали місце для ночівлі та харчували. В ті часи у великих містах знаходилися численні культурні об'єкти, котрі приваблювали велику кількість паломників. В монастирях та лаврах прочанам надавали місця для відпочинку та харчування.

Період козацької доби був важливим для розвитку відносин з іншими державами, що в свою чергу призводило до розвитку туристичної сфери. Розвиток сфери гостинності прискорився коли почали з'являтися та розвиватися залізничні шляхи. Поєднання між собою економічних зон держави збільшило чисельність іноземних приїжджих.

У XIX столітті почався швидкий розвиток міст та чисельності міського населення. Сформувалися розважальна інфраструктура та інфраструктура дозвілля. Почалось створення зон рекреації. Туризм почав розвиватися у причорноморських регіонах. Царська сім'я обрала Ялту як улюблене місце відпочинку для себе та придворних. Почалися будівництва палаців, парків, садів, театрів, атракціонів.

Також почала розвиватися бальнеологія у м. Трускавець, Карпати почали пропонувати активні види туризму. Після розроблення внутрішньої туристичної сфери почали приділяти увагу розвитку іноземної. З розвитком економіки, почала зростати кількість ділових подорожей мешканців інших країн у міста з промисловістю та науковими центрами. Завдяки науковому та виробничому

розвитку науковими центрами стають такі міста, як Київ, Харків, Львів, Одеса та ін. Найбільш активно будувались готелі в Одесі, тому що вона була великим морським портом, а тому й вигідним місцем для розвитку туристичної сфери. На той час в місті налічувалось 34 готелі та 6 заїжджих дворів.

У першій частині дев'ятнадцятого сторіччя українська інтелігенція почала проявляти зацікавленість в історико-культурній та природній спадщині своєї країни. Наприклад, члени «Руської трійці» – М. Шашкевич, І. Вагилевич та Я. Головацький цікавились народознавчими мандрівками.

Друга половина XIX сторіччя характеризувалась дослідженням лікувального потенціалу Криму, Прикарпаття та Закарпаття. На кінець 19 сторіччя припадає час коли почали створюватись перші туристичні бюро, котрі організували туристичні подорожі до регіонів. Першим було Ялтинське екскурсійне бюро. Подібні заклади почали виникати у кінці XIX – на початку XX сторіччя на територіях Львову, Перемишлі та інших міст. В цей час починається освоєння туристичних ресурсів міста Яремчі та села Ворохти. Лижний туризм почав розвиватись в Карпатах.

Двадцять років XX століття характеризуються відкриттям перших будинків відпочинку. Одним з перших регіонів став Донбас, потім будинки почали відкриватись і в інших місцях котрі були придатні для цього. Одночасно почалась розвиватись курортологія. У 1928 р. відкрився Одеський науково-дослідний інститут курортології для подолання проблем зв'язаних з грязелікуванням та бальнеотерапією.

У часи СРСР туризм в Україні розвивали на профспілкових там відомчих основах. Подорожі до баз та будинків відпочинку надавались у вигляді пільг. Профспілковий туризм на теренах України очолювався «Укрпрофтуризмом». Іноземний туризм монополізували «Інтурист» та «Супутник» – організація, котра займалась упорядкуванням іноземного молодіжного туризму в СРСР.

До розпаду Радянського Союзу рекреаційно-туристичні підприємства нашої держави функціонували як єдиний рекреаційно-туристичний комплекс СРСР. Держава контролювала курорти, туристична діяльність керувалась централізовано.

У період з 1990 по 1993 рр. в дуже складному становищі опинилась сфера туризму в нашій країні. Зменшення обсягу туристичної діяльності на внутрішньому ринку в чотири рази, та кількості зарубіжних подорожуючих на 80 відсотків. У 1992 Україну відвідало лише 120 тисяч іноземців. У 1995 році Верховною Радою України було прийнято «Закон про туризм», що ознаменувало новий етап еволюції української туристичної галузі.

На сьогодні туристична галузь вважається однією з перспективних сфер економіки нашої держави. Нині туристична галузь нашої держави може похвалитись понад 3 тисячами оздоровчих закладів та закладів сфери гостинності, майже 1,4 тис. готелів, мотелів та кемпінгів. Туристичну діяльність в Україні здійснюють близько 2,5 тисяч підприємств, в галузі туризму зайнято понад 100 тисяч людей.

Тим часом, влада України розуміла що за таким туристично-рекреаційним потенціалом, геополітичним положенням, держава повинна розвивати сферу в'їзного туризму, на що були спрямовані дії нормативно-правових актів, котрі були прийняті за роки незалежності. Такі дії викликали значні покращення в сфері іноземного туризму. Туристичні прибуття почали рости після 2001 р [32].

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується певними властивостями і функціями:

- має власну індустрію виробництва і надання послуг туристам;
- створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і здійснює їх реалізацію;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;

- є сферою, в якій дешево створюються робочі місця і забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;

- виступає мультиплікатором росту національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури та підвищення рівня життя населення;

- має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі.

Головною ознакою туризму є його здатність впливати на розвиток економіку регіону, країни і світу. Україна має всі передумови для інтенсивного розвитку в'їзного та виїзного туризму.

Маючи вигідне геополітичне положення, Україна має безліч переваг у сфері туризму, а саме: володіння туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, культурно-історичними пам'ятками та туристичною індустрією, яка розвивається досить швидкими темпами.

Розвиток туризму в Україні безпосередньо залежить від таких секторів економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку і туристичного призначення. Туризм розглядають як одну з провідних галузей в сфері структурної перебудови економіки.

Результатом виконання програми розвитку туризму на території України стало перевищення темпів зростання кількості в'їзних туристів над виїзними. Протягом періоду 2014-2017 рр. виїзний туристичний потік збільшився з 23,76 млн. осіб у 2014 р. до 24,66 млн. осіб у 2017 р., тоді як за цей же період в'їзний потік туристів зменшився із 24,67 млн. осіб у 2014 р. до 13,33 млн. осіб у 2017 р.

Протягом 2014-2017 рр. в Україні спостерігається зростання та спади в динаміці розвитку туристичної галузі. Протягом 2014–2017 рр. мали місце негативні тенденції щодо розвитку туризму, а саме, спостерігався спад в'їзного

туристичного потоку, який призвів до створення негативного сальдо туристичних потоків протягом 2015–2017 рр.

За даними Адміністрації Державної прикордонної служби, за I півріччя 2018 року до України в'їхало 6 360 тис. туристів, що на 0,5% більше, ніж в аналогічному періоді 2017 року, хоча у I півріччі 2017 року зростання становило 8,7%.

Головною мотивацією у I півріччі 2018 року є приватні подорожі, на які припадає 93,7% усіх подорожей. З метою «туризм» кількість в'їзних іноземців збільшилась на 24,3% у порівнянні з аналогічним періодом 2017 року. Найбільше іноземних громадян, які прибули до України у I півріччі 2018 року були з Молдови, Білорусі, Росії, Польщі, Угорщини, Румунії, Туреччини, Словаччини, Ізраїлю, Німеччини.

У I півріччі 2018 року з метою «туризм» найбільше іноземних громадян прибули до України з Білорусі (1,35 млн осіб, що на 29% більше ніж у I півріччі 2017 року), Туреччини (136 тис. осіб, що на 18% більше аналогічного періоду 2017 року), Польщі (на 17% – 647 тис. осіб). Протягом I півріччя 2017 року подорожувало по світу 12,5 млн. українських туристів, а у I півріччі 2018 року на 4,5% більше – 13,04 млн. осіб.

Найбільша кількість громадян України виїхала до Польщі (4,55 млн. осіб), Росії (2,78 млн. осіб), Угорщини (1,48 млн. осіб), Молдови (774 тис. осіб), Білорусії (591 тис. осіб), Туреччини 526 тис. осіб), Румунії (479 тис. осіб), Словаччини, Єгипту, Німеччини.

В Україні велика кількість туристичних фірм акцентують увагу саме на виїзному туризмі, тобто відправляють українців відпочивати на закордонні курорти. Через це кількість людей, що від'їжджають з країни значно перевищує кількість тих, що відвідують нашу країну, це один із факторів, що має негативний вплив на формування бюджету нашої країни.

Сьогодні в Україні налічується понад 4,5 тис. закладів розміщення туристів та відпочиваючих на 620 тис. місць, але вони потребують кардинальних змін, які будуть відповідати міжнародним стандартам. Крім того, забезпечення належного стану також потребують рекреаційні зони, пам'ятки культури та архітектури України. За даними Всесвітньої туристичної організації, щорічно подорожує більше 800 млн. осіб.

Примітним є той факт, що більш ніж в 40 країнах світу туризм є основним джерелом надходжень національного бюджету. Наприклад, в Іспанії частка прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів та послуг складає 35%, на Кіпрі та в Панамі – понад 50%, на Гаїті – більш як 70%.

Туризм через мультиплікаційний ефект здійснює стимулюючий вплив на розвиток транспорту, готелів та ресторанів, роздрібною торгівлі, харчової промисловості, будівництва, зв'язку, страхування, діяльності у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту тощо.

А також розвиток туризму стимулює пожвавлення місцевої економіки та створення додаткових постійних та сезонних робочих місць. На розвиток ринку туристичних послуг також впливає низка факторів, а саме: демографічні зміни, матеріальний і соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість тощо. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком та особистими доходами громадян.

Туристичний ринок дуже відчутний до змін в економіці. За стабільних цін зростання особистого споживання на 2,5% збільшує витрати на туризм на 4%, а зростання особистого споживання на 5% збільшує ці витрати на 10%. Проаналізувавши демографічну структуру населення України за віковою групою, можна спостерігати, що в країні найбільш активна частина населення, яка подорожує, це особи віком від 30 до 40 років.

Перспективи розвитку та створення туристичної сфери України є надзвичайно великими, адже практично кожна область має свої особливості, які зможуть стати візитною карткою країни в завоюванні іноземних туристів. Але багато проблем та негативних факторів стоять на заваді розвитку туристичної галузі в Україні.

Отже, на шляху реалізації туристичного потенціалу України також стоять певні економічні, соціальні, екологічні та інші чинники. Негативним є локальний інформаційний вакуум щодо діяльності міжнародних організацій і запроваджених проектів у туристичній сфері. Стратегічною метою розвитку туристичної індустрії України є створення конкурентоспроможного туристичного продукту, який максимально зміг би задовольнити потреби споживачів, та на основі якого можна б забезпечити комплексний розвиток територій та їхніх соціально – економічних інтересів. Також надзвичайно б сприяло виведенню туризму на якісно кращий рівень PR компанії наших туристичних об'єктів, адже багато туристів можливо навіть не знають, що в комплексі може запропонувати їм Україна. Тобто недостатня інформованість про туристичні заклади відпочинку, тури по країні, туристичні послуги також є негативним фактором у розвитку туризму. Не менш важливим залишається якість наданих туристичних послуг, за цим показником Україна поступається багатьом країнам [47].

Сьогоднішня ситуація, що виникла на ринку іноземного туризму України, має хоч і не значний але стійкий характер росту, але без значних капіталовкладень буде розвиватись дуже повільними темпами в умовах сильної конкуренції.

Туризм в Україні одна з найприбутковіших галузей господарювання. Сучасні глобалізаційні умови дають можливості для безперервного та динамічного розвитку сфери туризму. Завдяки розвитку туристичної сфери вирішуються велика кількість соціальних та інших проблем. Велика кількість країн світу генерує робочі місця та підтримує високий рівень достатку населення

лише завдяки туризму. Отже, можна зробити висновки, що нині туризм займає провідну позицію у сучасному господарюванні та виступає головною частиною розвитку світової економіки [33].

Розвиток туристичної галузі нашої держави, у сучасному стані передбачає наявність розбіжностей в організації, направленості розвитку, стану показників якості та кількості. Стан туризму в Україні може розцінюватись як кризовий, пов'язаний з значним падінням показників туристичних послуг, наданих подорожуючим, скороченнями матеріальних баз та незадоволеністю населення туристичними послугами.

З іншої сторони, на сьогодні фіксуються значні темпи в будівництві об'єктів туристичного призначення, які можуть відповідати високим світовим стандартам. Останнім часом фіксується збільшення чисельності українських громадян, що виїжджають закордон, зростає кількість туристичних підприємств по всій території нашої країни [3].

Актуальним для України залишається питання вивчення сучасної ситуації на туристичному ринку держави та перспектив майбутнього розвитку. Туризм є важливим для соціального та економічного розвитку держави. Дослідження доводять, що вплив туризму на економічну ситуацію поступово зростає [3].

Україна займає одну з лідируючих позицій серед країн Європи по курортним та рекреаційним ресурсам. Серед туристичних ресурсів слід виділити унікальний клімат морського узбережжя та Карпатських гір, мінеральні води і лікувальні грязі майже всіх бальнеологічних типів що відомі. Українські курорти та зони рекреації становлять майже 9,1 мільйонів гектарів, а це 15% території країни.

Оцінка рекреаційних ресурсів показує, перспективи для розвитку туризму в нашій країні залишаються значними [10]. Зручне розташування, м'який клімат, різноманітність рельєфу, унікальні природно-рекреаційні та історико-культурні

ресурси обумовлюють конкурентоспроможність нашої держави на міжнародному туристичному ринку.

На сьогодні потенціал туризму в нашій державі не є розкритим в повній мірі. Про це свідчить те, що частка туристичної сфери в структурі ВВП України залишається не значною – менше 3%. Існуючі нестабільні чинники, – військово-політичні, управлінські, економічні, екологічні та культурні перешкоджають нормальному розвитку індустрії туризму [10].

Низький рівень надходжень від туристичної сфери в ВВП країни показує незадовільне використання туристичних ресурсів нашої держави. Головною причиною поганого розвитку індустрії туризму можна вважати слабку туристичну інфраструктуру держави. Про це також свідчать статистичні дані. Чисельність туристів, що обслуговуються туристичними підприємствами України є занадто низькою. Це можна пояснити нестачею готельного фонду, що в свою чергу призводить до високих цін на розміщення, яке при тому може не задовольнити потреби іноземних туристів [42].

Можна зазначити, що, попри гарний ресурсний потенціал України, розвитку туризму не приділяється достатньо уваги в нашій країні. Для подальшого розвитку цієї галузі потрібні значні валютні вливання та покращення міжнародного іміджу країни.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Основні етапи розвитку іноземного туризму

Туризм в Україні все більше розвивається з кожним роком. Минулого року нашу державу відвідало 13,6 млн. іноземців. Туристична галузь є важливою для економіки країни, а розвиток сфери туризму повинен отримати пріоритетне значення.

Ця галузь давно розглядається однією з найприбутковіших та найшвидших за темпами росту сфер світового господарства. Туризм має важливу роль для вирішення низки соціальних проблем. Велика кількість країн світу за допомогою сфери туризму створює нові робочі місця, підтримує гарний рівень життя місцевих жителів, поліпшує свій фінансовий стан. Розвиток туристичної індустрії також пов'язаний з підвищенням освіченості населення, удосконаленням медичної сфери, впровадженням нових інформаційних засобів тощо.

Розвиток туризму також сприяє збереженню культури, поліпшує відносини країн та народів, викликає інтерес у уряду, громадських організацій та комерційних структур у участі в збереженні й оздоровленні навколишнього середовища.

Сучасний етап розвитку індустрії туризму в нашій державі можна охарактеризувати як етап з глибокими протиріччями в організаційній структурі, у напрямках розвитку та його характеристиках. Стан галузі туризму в нашій державі характеризується різким зниженням обсягів туристичних послуг та скороченням матеріальних баз. Проте, відзначаються високі темпи будівництва атракцій та ріст числа туристичних організацій по всій країні [45].

Туризм, з його проблемами та питаннями, є завжди актуальним для наукових досліджень. У відношенні нашої держави головною метою є розроблення та обґрунтування ефективного використання туристичного

потенціалу держави, розвиток галузі туристичних послуг, аналіз перспектив подальшої інтеграції вітчизняної туристичної галузі до міжнародного ринку туристичних послуг.

Отже, стратегічною метою розвитку туризму в Україні є створення продукту, який має бути конкурентоспроможний на міжнародному ринку та котрий задовольнить туристичні потреби громадян, забезпечення комплексного розвитку територій та їх соціальних та економічних зацікавленостей.

Для кращого розуміння, розкриття та знаходження рішення даної проблематики, визначемо, що означає слово «туризм». Туризм може характеризуватись с різних точок зору, наприклад економічної або як активний відпочинок подорожуючих та як засіб налагодження міжнародних відносин.

«Туризм» походить від французького слова «tour» – подорож (поїздка, поход) у час коли людина не зайнята роботою, вид активного відпочинку [38]. Закон України про туризм трактує це слово як: «тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без заняття оплачуваною діяльністю».

У науковій літературі можна знайти й інші визначення, наприклад туризм визначають за цільовою направленістю як: «переміщення людей в цілях отримання задоволення та відпочинку, оздоровчих і лікувальних, гостьових, пізнавальних, релігійних або в професійно-ділових цілях» [39], або як сферу діяльності людей, пов'язану з подорожами та мандрівками, яка виконує політичні економічні та культурні функції [14]. Ще одна версія виокремлює туризм як вид рекреації під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровлювальними, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями [13].

Узагальнюючий класифікаційний орган, Міжнародна асоціація наукових експертів в сфері туризму, яка займається дослідженням проблем даного сектору, пояснює термін соціально-економічної системи «туризм», як сукупність

взаємовідносин, зв'язків та явищ, що виникають у процесі переміщення і перебування певної особи в місцях, які не є її постійним місцем проживання та не пов'язані з їх трудовою діяльністю.

В історії туризму залежно від зміни таких чинників, як мотивації подорожей, способу подорожей і розвитку транспортних засобів, кількості подорожуючих і охоплення туризмом різних верств населення виділяють чотири етапи розвитку: 1) зародження туризму; 2) становлення організованого туризму; 3) формування індустрії туризму; 4) етап масового туризму та глобалізації туристичної індустрії. Дана періодизація є усталеною, кожен з етапів в науковій літературі розглядається як даність.

Отже, історично, з часом туризм отримав риси господарської галузі, у сучасності, туризм як сектор економіки сприяє активному подоланню диспропорцій економічно-соціального розвитку окремих регіонів, господарської й соціодемографічної депресивності, поживляє традиційні господарські промисли місцевого населення, інтегрує місцеве господарство у світову економічну систему тощо. Для багатьох держав, що продовжують розвиватись туризм є основним способом експортувати послуги та є основною статтею доходів, сприяє формуванню бюджету та сприяє взаємодії з іншими країнами.

Індустрія туризму є одним із найбільших та найбільш швидкозростаючих секторів у світі, оскільки економічне зростання в 2017 році (4,6%) випереджало темпи світової економіки (3%) сім років поспіль, як і всі інші основні галузі промисловості. Це означає, що зростання ВВП галузі подорожей та туризму було на 50% вищим, ніж у світовій економіці. У тому ж році в ньому працювало 313 мільйонів людей у всьому світі, що еквівалентно 1 з 10 робочих місць, і створило 10,4% світового ВВП. У 2017 році було зафіксовано 1,332 мільярда міжнародних туристів – збільшення на 7% порівняно з попереднім роком та найвищий темп зростання за сім років. Прогнозується, що до 2030 року, кількість подорожуючих зросте до 1,8 мільярдів – це означає, що в середньому 5 мільйонів людей будуть перетинати міжнародні кордони щодня.

Галузь туризму є не тільки потужною та ефективною з точки зору охоплення та економічного впливу, вона є унікальною за різноманітністю свого складу. Зацікавлені сторони в індустрії туризму варіюються від глобальних готельних мереж, круїзних компаній та морських портів, а також аеропортів та авіакомпаній, які щороку мають мільярдні прибутки, до осіб, які здають невеликі житлові приміщення, екскурсіводів тощо. Якщо думати про індустрію в такому напрямку, це дозволить нам уявити не лише величезний економічний вплив, який вона виділяє на світовому рівні, але також розглянути наслідки, що можуть вплинути на життя звичайних людей по всьому світу. Що стосується наступного десятиліття, до 2028 року в секторі подорожей та туризму може бути створено 100 мільйонів нових робочих місць – 64,5 мільйона з них будуть в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, 35 мільйонів у Китаї та 10 мільйонів в Індії.

На сектор туризму припадало 10,4% світового ВВП і 313 млн робочих місць, або 1 з 10 робочих місць у 2017 році в світі. З ростом 4,6% ВВП у 2017 році – найвищим показником з 2011 року – туристична індустрія перевершила усі інші великі світові галузі економіки, де виробництво виходить на друге місце з 4,2%, а фінансові послуги відстають із зростанням промислового сектору на 2,5%. За умови правильного регулятивного та політичного середовища, включаючи підтримку з боку урядів, індустрія туризму може створити десятки мільйонів нових робочих місць до 2028 року. Туристична індустрія перегнала за ростом всі інші великі економічні галузі, включаючи фінансові послуги.

Туризм складається з суб'єктів (туристів) та об'єктів (туристичних регіонів, туристичної індустрії) туризму. Це галузь на функціонування якої впливає як політична ситуація так і економіка, погода, тарифні зміни та цінова політика. Мотивація – це одна з основних причин існування туризму. Як сфера послуг, туризм не є найголовнішою потребою для людей. Але, коли особа сита, оденена та може задовольнити всі першочергові потреби у неї прокидається жага до туризму. Як наслідок, виникають туристичні пропозиції.

Існує багато класифікацій мети туристичної поїздки а тому і видів туризму, наприклад, О. П. Дурович пропонує наступну 1) відпочинок і рекреація; 2) відвідування близьких друзів та родичів; 3) ділові або професіональні бізнес-поїздки; 4) лікування і відновлення; 5) релігія та паломництво; 6) транзит [6]. Найвищий в Європі коефіцієнт транзитності якраз припадає на Україну.

Головними формами туризму є міжнародний (іноземний і виїзний) і внутрішній. Кожен з них незамінний у соціально-економічному розвитку держави, але головним показником рівня розвитку цієї галузі виступає іноземний туризм. Українці надають перевагу подорожам до інших країн, тобто виїзному туризму. У 2018 році за кордоном відпочили близько 3,4 млн українців. Поширеними є дві організаційні форми туризму – туроператори та турагенти. Вони різняться тим, що перші створюють турпродукт – розробляють маршрути, викупувають чартери і номери в готелях, організують трансфери, зустрічі і супровід туристів, екскурсії. Другі – продають програми і одержують комісійну винагороду від операторів.

Кращим вибором для новачків в сфері туризму є відкриття туристичної агенції. Як правило, туроператор на початковому етапі готовий платити комісію з кожної путівки. Відміна ліцензування діяльності турагентів набагато спростила зону входження на цей ринок. Хоч відкриття туроператора й принесе більший прибуток для цього доведеться вкласти в бізнес велику кількість грошей. Для успішності оператора потрібно зайняти унікальну нішу – зайняти малоосвоєний напрямок, та укласти унікальний контракт з партнером. Для успішного старту потрібно нового оператора також потрібно знайти команду професіоналів, агентську базу, створити сайт, провести рекламну кампанію.

Українські туроператори поділили між собою напрямлення встановили конкурентоспроможні ціни, розділили приймаючі сторони, блокові програми на переліт. Всі домінуючі компанії працюють в туристичному бізнесі від 15 років і довше.

На Українському туристичному ринку існують пріоритетні види туризму, такі, як:

1. Термін, котрий з'явився не так давно але вже набрав популярність та є достатньо перспективним для нашої країни – «сільський туризм» тобто агротуризм, туризм, при якому подорожуючі відпочивають в сільських місцевостях.

2. Спортивний туризм. Основна ідея полягає у участі спортсменів у різних заходах, змаганнях, експедиціях і екскурсіях.

3. Вид, котрий з'явився не так давно – науковий. Варто зазначити, що урядом України у 2015 р. була підписана Угода про наукове співробітництво України в рамках Європейського проєкту Horizon – 2020. Такі угоди можуть прискорити розвиток науки та допомогти розвитку туризму.

4. Програмний, або хоббі туризм. Є популярним трендом у галузі туризму, він передбачає створення та здійснення подорожі, котра буде враховувати побажання та інтереси клієнтів. Для прикладу, у гастрономічному туризмі можна здійснити такі тури, як дегустаційний, дієтичний, шопінг-тур, тур-детокс.

Окрім вищезазначених видів з'являється все більша кількість нових, а саме інтернет сфера туристичної галузі, популярними стають екстремальні тури: подорож на повітряних кулях, виживання в джунглях, експедиції до Арктики чи Камчатки, або навіть польоти в космос [4].

Потребує згадки світова фінансова криза 2008-2009 рр., що призвела до змін у туризмі як України так і всього світу. «Посткризовий» туризм означає більш вимогливі ставлення у відношенні як матеріальних цінностей так у відношенні вражень та потреб. Турист бажає витратити мінімум та отримати максимум, тобто розташування готелю поблизу моря та all-inclusive тепер не задовольняють клієнта.

Нині відбувається перерозподіл туристичних напрямків по всьому світу. В Україні це пов'язано з сильними Турецькими операторами, в зв'язку з чим іншим операторам доводиться шукати нові конкурентні напрямки – Іспанія, Греція, Хорватія і т. д.

Істотний вплив також було зроблено форс-мажорними обставинами, які відлякували подорожуючих від деяких DESTИНАЦІЙ, наприклад, напад акул в Єгипті, ряд революцій в арабських державах, терористичні акти та політична нестабільність Туреччини, страйки і загроза дефолту в Греції. Цінова політика може мати велику вагу в різних випадках – незважаючи на форс-мажор, деякі популярні країни серед туристів не знижували ціни на відпочинок (Туреччина, Марокко, Туніс).

У цей час, Болгарія, Іспанія, Греція і Кіпр нещодавно відносились до досить дорогих країн, але вирішили поступитись ціною, що призвело до росту їх популярності серед людей середнього достатку, які віддають перевагу європейському сервісу та знижкам.

Варто зауважити, що, туристичні поїздки стали коротшими і частішими. Посткризова свідомість вплинула на формування «легких на підйом» туристів, котрі бажають проводити вихідні в Європі або довгі вікенди в Азії (тривалістю 4-5 днів). З'явилися мандрівники які зацікавлені не в викладенні фото в соцмережі, або в самому факті відвідування DESTИНАЦІЇ, а в отриманні корисного досвіду, переживань та приємних вражень від подорожей. Для них не важливо скільки зірок у готелю, але є важливою автентичність та можливість доторкнутись до традицій інших країн. Вони готові проживати хоч в хостелах, не шкодуючи при цьому грошей на специфічні екскурсії та музеї.

З приходом соціальних мереж та мобільних технологій в туризмі почав спостерігатись значний розвиток цих тенденцій. В Україні почали з'являтися турагенства, для яких пріоритетним є просування в соц мережах. Це може пояснюватись тим, що ті, хто полюбляють проводити час в соцмережах

подорожують частіше тих, хто не зацікавлений в інтернет активності. З'явився також такий сегмент як «здорові і багаті». Для позначення цього сегменту використовують аббревіатуру LOHAS (Lifestyles Of Health And Sustainability). Вони люблять займатись екологічним туризмом, піклуватись про навколишнє середовище та готові переплачувати за послуги. Вони зацікавлені в екологічних способах подорожей, котрі сприяють зниженню викидів CO₂, тому, що за оцінкою експертів туризм спричиняє викид 5% сукупних викидів вуглекислого газу (40% від авіаперевезень, 32% від автоперевезень).

LOHAS бажають відпочивати без шкідливої засмаги, люблять усе свіже та натуральне, прагнуть уникати хімії та інших добавок. Експерти дають оцінку, що вони є преміальним класом найближчого майбутнього туристичної галузі.

Україна має об'єктивно великий потенціал для розвитку туризму, але, на жаль, він використовується не ефективно. У 90-х роках туристичний ринок країни був представлений лише двома державними структурами БММТ «Супутник» та «Інтурист», в яких працювали досвідчені фахівці віком від 40 років. Зараз же в Україні діють тисячі туристичних компаній. На превеликий жаль, наша держава за роки незалежності не змінила радянську модель розвитку туризму, хоча ми й володіємо гарно вираженим потенціалом до розвитку туризму.

Туристична сфера в Україні є однією із стратегічних галузей економіки, за допомогою якої відбувається подальший розвиток держави. Проте, для формування ринку туристичних послуг необхідно мати ряд складових галузі туризму і тільки туристичний потенціал не є гарантом успіху для національної туристичної сфери. Проаналізувавши наукові праці за цією тематикою можна визначити чиники, котрі визначають рівень попиту і пропозиції сфери туризму в державі [23]:

- соціально-економічні. До них відносяться: рівень доходу населення, структура потенційного контингенту клієнтів, ціни на рекреаційні послуги та їх доступність;

- демографічні чинники: структура населення за віком та статтю, зайнятість та місце роботи;

- соціально-психологічні чинники: емоційний стан потенційних туристів, напруга суспільства, ментальність тих або інших груп населення відносно зацікавлень, традицій та звичок, у тому числі використання вільного часу;

- ресурсно-екологічні чинники: забезпеченість території туристичними ресурсами, конфліктні ситуації з приводу використання ресурсів в регіонах туристичного розвитку, стан районів постійного мешкання, екологічна ситуація як в районах постійного мешкання туристів так і в регіонах надання рекреаційних послуг;

- політичні чинники: чи є регіони безпечними, наявність конфліктів у регіонах, дотримання міжнародних норм та правил охорони громадського порядку, зберігання прав і свобод мешканців.

На жаль, частка туризму у ВВП країни є меншою за 2 %. У розвинених країнах цей показник коливається від 5 до 8 %, деякі держави досягають показника в 50 %. Частка доходів від туристичної галузі, наприклад, у Швеції, вже перевищує частку у ВВП автомобільної промисловості.

Проблеми, що спостерігаються у цей час в нашій сфері туризму, є «спадком, який залишився нашій країні після розпаду СРСР. Тому ці явища є досить глибокими, а їх розв'язання потребує комплексного та продуманого підходу. Виробнича база туризму, в основному, формувалась у ряданські часи, це пояснює те, що об'єктами інфраструктури, переважно, виступають великі комплекси із великою кількістю місць але низьким рівнем комфорту. Відсутність скоординованої висококваліфікованої та грамотної системи дій по виведенню туристичного продукту нашої держави на світовий ринок, котра могла б дати

значні результати. До зазначеного ще можна додати низький рівень обслуговування клієнтів, котрий зумовила загальна кваліфікація працівників галузі.

Нині в Україні в індустрії туризму майже відсутня система підготовки та перепідготовки кадрів, а також чіткі та відповідаючі стандартам світового значення кваліфікаційні вимоги. Навчальні заклади не мають свого широкого досвіду, тому мають спиратись на використання європейського досвіду.

Питання покращення стану екологічної ситуації все ще є відкритим. Незважаючи на те, що наша держава зробила значні кроки для зменшення забруднення атмосфери, збільшення турпотoku викликало проблему визначення оптимальних екологічних навантажень для регіонів і необхідність визначення максимальної пропускної здатності без загроз шкоди екологічній ситуації.

Разом з цим складнощі митного контролю, проблема несприятливого візового режиму для іноземців, тіньова економіка, економічна та політична дестабілізація, недосконалість правової забезпеченості галузі все ще залишаються головними факторами у стриманні розвитку туристичної індустрії в Україні. Саме ці чинники можуть стати базою, на основі котрої будуть формуватися пропозиції щодо виходу індустрії з кризового стану, допоможуть визначити наступні напрямки її розвитку.

В українській туристичній сфері є лише два шляхи до подальшого перебігу подій. Саме зараз відбувається вирішальний момент у вирішенні майбутнього української сфери туризму: або туризм стане вагомим джерелом надходжень до державної скарбниці чи не зрушить з місця та залишиться там де була до сьогодні. Все це будуть визначать ті орієнтири, що покладуться в основу туристичної політики. Тому, виникає вибір: робити акцент на іноземних туристів чи на внутрішніх споживачів.

Коли оцінюють конкурентоспроможність країн на ринку міжнародного туризму, як правило, досліджують та ураховують наступні чинники: стан

політико-правової бази регулювання сфери міжнародного туризму в країні; тенденції бізнессередовища та розвиток туристичної інфраструктури; ресурсний потенціал [21].

У сукупності наявність і забезпечення окреслених умов є необхідними для розвитку та функціонування міжнародного туризму в країні. Аналіз поточного стану туристичної сфери в Україні дозволяє не тільки оцінити в реальному часі її конкурентоспроможність на міжнародному рівні, але й виявити ключові проблеми, що заважають реалізації наявного туристичного потенціалу у повній мірі. У даному контексті варто використовувати досвід європейських країн, де туристична сфера являється значним джерелом державних надходжень.

У результаті аналізу відповідно до проблем і перешкод, маючи нормативно – правову базу, державне регулювання, та внутрішні соціально-економічні тенденції, що до розвитку туристичної галузі, потрібно сформулювати стратегічні напрями розвитку туризму (ключові стратегічні лінії змін, комплекс конкретних заходів), за допомогою яких забезпечується досягнення індикативних показників, критеріїв ефективності реалізації стратегії. Стратегічними напрямками, що передбачають формування високоефективної та конкурентоспроможної туристичної галузі, в Україні мають бути такі: 1) законодавчий; 2) адміністративний; 3) економічний; 4) організаційний; 5) соціальний.

Таким чином, для прискорення розвитку туристичної галузі, необхідно впровадити такі заходи:

1. Фінансування туристичного ринку. Гострою залишається проблема нестачі інвестування: державного, приватного (внутрішніх) або іноземного (зовнішнього). Можна зазначити, що в нашій країні зосереджена 1/3 санаторних курортів часів СРСР що при розумному і новаторському підходах могло б стати основною розвитку нині актуального медичного туризму.

2. Створити актуальний туристичний бренд держави та покращити імідж України на міжнародній арені. На сьогодні ми маємо досить погане публісіті. Туристичний імідж нашої держави не керується а більшість іноземних змі в свої публікаціях не розглядають Україну як гарну туристичну дестинацію.

3. Проводити в Україні культурні та спортивні заходи світового масштабу. Проведення «Євро 2012», дало нам продуктивний досвід тому необхідно ефективно працювати в цьому напрямку.

4. Сегментування туристичного ринку, поширення інформації за кордон для суб'єктів попиту з різними рівнями доходів. Нажаль, у нас працюють лише 3 % світових мереж готелів, до того ж, представники усіх готельних мереж заявляють про дискомфорт при входженні на український ринок.

5. Туризм в Україні повинен перейти до світових стандартів. Важливим інструментом реалізації цієї стратегії є впровадження кластерних моделей розвитку та розробка і реалізація спільних з ЄС програм підвищення кваліфікації керівного персоналу туристичного бізнесу, а також розробка статутної документації та підтримка у створенні регіональних туристичних рад [26].

Підводячи підсумки, можна зазначити, що для розвитку сфери туризму в Україні доцільно покращити систему навчання фахівців сфери туризму та переймати досвід іноземних колег.

2.2. Характеристика ресурсного та інфраструктурного потенціалу іноземного туризму на території України

Нині в Україні проводиться кардинальна перебудова господарського комплексу, основною метою якої є формування ефективною національною економіки та її регіональних сегментів. Водночас необхідність забезпечення прискорених темпів економічного зростання регіональних господарських систем

потребує пошуку і задіяння ресурсних можливостей для нарощування потенціалу. У контексті побудови соціально-орієнтованої моделі економіки до національних пріоритетів належить розвиток туристичної галузі, оскільки вона характеризується високою прибутковістю, швидкою окупністю інвестицій та виключно соціальною спрямованістю. Однак, сучасний стан економіки країни, постійні адміністративні реформи у сфері туризму несприятливо позначаються на цій галузі.

Використання наявного туристичного потенціалу регіонів України не є ефективним, що зумовлює втрату можливостей для розвитку туризму, на відміну від багатьох країн з транзитивною економікою в Європі, Азії та Африці. У зв'язку з цим необхідне оцінювання наявних туристично-рекреаційних ресурсів держави, її окремих адміністративно-територіальних одиниць та розробки напрямів щодо його нарощування та активізації використання.

Туризм відіграє важливу роль в економіці країни, забезпечуючи раціональне використання і збереження природно-екологічних, культурно-історичних та інформаційно-пізнавальних ресурсів території. У зв'язку з інтенсивним розвитком туристичної діяльності відбувається формування, уточнення та вдосконалення понятійного апарату, який стосується туристично-рекреаційної сфери. Так, спочатку в наукових колах було вирішено використовувати визначення «рекреаційний» (рекреаційна діяльність, рекреаційні ресурси тощо).

Зараз все частіше вживають комплексне поняття, поєднуючи різні сторони діяльності в межах одного туристично-господарського комплексу. Так, наприклад, можна зустріти словосполучення «туристично-рекреаційний ресурс», «туристично-рекреаційна діяльність», «туристично-рекреаційний комплекс», «туристично-рекреаційний потенціал», тим самим підкреслюючи новий підхід до сучасних потреб господарського комплексу, не змінюючи сутнісне наповнення понять, які були запропоновані попередніми дослідниками [27].

Важливе значення для розвитку міжнародного туризму мають туристичні ресурси, які є основною метою подорожей. Внаслідок цих обставин вони зумовлюють і визначають найважливіші економічні показники туризму, такі як кількість туристів, ціна на послуги, географія подорожей, їх сезонний розподіл, тривалість перебування та ін. Тому комерційна робота в галузі туризму повинна будуватись на всеохоплюючому обліку туристичних ресурсів як в цілому по країні, так і по окремих регіонах [34].

Туристичні ресурси розподілять на три види:

Рекреаційні (природні) ресурси – сукупність природно-технічних, природних, соціально-економічних комплексів та їх елементів, що сприяють відновленню та розвитку духовних та фізичних сил людини, її працездатності. До них відносять явища та об'єкти природного і антропогенного походження, що використовуються для туризму, відпочинку і лікування впливають на територіальну організацію рекреаційної діяльності, формування рекреаційних районів (центрів), їх спеціалізацію та економічну ефективність [9].

Історико-культурні туристичні ресурси – представляють собою сукупність створених у процесі історії поточного регіону пам'яток матеріальної і духовної культури, які є об'єктами туристичного інтересу. До групи історико-культурних рекреаційних ресурсів належать пам'ятки історії, історико-архітектурні пам'ятки, пам'ятки сучасної архітектури, унікальні споруди культури, спорту тощо.

Соціально-економічні ресурси, до яких належать: географічне положення, транспортна доступність, рівень економічного розвитку та добробуту суспільства, стандарти обслуговування, організація туристичного господарства, кількість зайнятих у галузі тощо.

Під туристичними ресурсами розуміють сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для

створення туристичного продукту. Як правило, наявність туристичних ресурсів визначає формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні.

В Україні налічуються численні природно-кліматичні, історико-культурні та національно-етнографічні ресурси,

які створюють передумови для розвитку багатьох видів туризму. Більшість регіонів України має туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дає можливість виходу на туристичний ринок з привабливими туристичними пропозиціями.

Рекреаційні ресурси – природні й антропогенні геосистеми, тіла та явища природи, які мають комфортні властивості і споживчу вартість для рекреаційної діяльності і можуть бути використані з метою відпочинку та оздоровлення людей у певний час та за допомогою існуючих технологій і матеріальних можливостей.

Рекреація – розширене відтворення сил людини (фізичних, інтелектуальних та емоційних) або діяльність, спрямована на відновлення продуктивних сил людини.

В Україні значну частину природного потенціалу складають: рекреаційні ландшафти (лісові, приморські, гірські), оздоровчі ресурси (мінеральні води та лікувальні грязі), природно-заповідні об'єкти (національні природні та регіональні ландшафтні парки, біосферні заповідники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо), території історико-культурного призначення (пам'ятки архітектури та містобудування, історико-архітектурні заповідники та ін.). Це унікальні ресурси для перспективного розвитку туризму, зон рекреації і курортів та найбільш збережена частина природного довкілля.

Площа освоєних та потенційних рекреаційних територій в Україні (без радіаційне забруднених) становить 12,8% території країни і розподіляється відповідно до природних особливостей семи рекреаційних регіонів: Карпатський, Придністровський, Дніпровський, Донецько-Приазовський, Поліський, Причорноморський, Кримський.

При визначенні цих регіонів враховувались наступні фактори:

- геополітичне положення (розташування території, наявність трудових ресурсів, транспортних комунікацій, джерел сировини, енергії, історія розвитку території, традиції та ін.);
- наявність рекреаційних ресурсів;
- стан туристичної інфраструктури;
- попит на рекреацію та туризм;
- туристично-рекреаційна політика регіону.

Згідно з оцінкою ландшафтних ресурсів (НДШ містобудування), потенційний фонд природоохоронних, оздоровчих та рекреаційних територій становить 12,1 млн. га, тобто 20% площі території України, що відповідає міжнародним показникам раціонального збереження природно-рекреаційних ресурсів. Одноразова місткість ландшафтів України, враховуючи допустимі природоохоронні норми, становить понад 40 млн. чоловік.

Найбільшу питому вагу територій і об'єктів природно-заповідного фонду мають:

- від 8 до 13% – Тернопільська, Херсонська, Закарпатська, Івано-Франківська, Хмельницька області;
- 5-7% – Сумська, Рівненська, Чернівецька області;
- 3-5% – Чернігівська, Львівська області, Республіка Крим;
- до 3% – Донецька, Миколаївська, Полтавська області;
- до 2% – Волинська, Житомирська, Запорізька, Одеська, Черкаська області;
- до 1% – Вінницька, Дніпропетровська, Київська, Кіровоградська, Луганська, Харківська області.

Практично всі області України володіють мінеральними лікувальними водами різного складу. Найбільша кількість джерел знаходиться в Карпатах, зокрема в Закарпатській та Львівській областях. Багато джерел у Луганській, Дніпропетровській, Полтавській, Хмельницькій, Черкаській, Київській, Донецькій та інших областях.

Не менш важливе місце у розвитку туризму в Україні займає друга група туристичних ресурсів – культурні об'єкти, пам'ятки історії, архітектури, археології, етнографічні особливості території, що є важливим засобом задоволення потреб пізнавально-культурної рекреації. Загальна кількість архітектурно-історичних пам'яток в Україні становить 48690 об'єктів. Їхня цінність та чисельність (насичення, щільність) у межах областей істотно різняться. Найбільше архітектурно-історичних пам'яток, що охороняються державою і церквою, у Львівській (3934), Київській (2886) та Чернігівській (2859) областях. Найцінніші культурно-історичні ресурси – у Київській, Львівській, Тернопільській, Полтавській, Чернігівській областях, Республіці Крим.

Специфічною складовою частиною рекреаційних ресурсів є однорідні (гомогенні) рекреаційні ресурси – соціальні і природні об'єкти, явища, події, походження яких тісно пов'язане як з територією України (де вони розташовані або відбувалися), так і з територією тієї зарубіжної країни, в межах якої даний об'єкт, явище, подія первісно виникли. В Україні виявлена значна кількість таких об'єктів, деякі з них мають світове та європейське значення та унікальний історико-інформаційний, духовно-естетичний, інтернаціональний потенціал.

І нарешті, третя група туристичних ресурсів, яка представлена сучасними здобутками світового рівня в промисловості, сільському господарстві, будівництві, медицині, спорті, науці та культурі.

Багатовекторність економічної політики України, європейський вибір, співпраця із Світовим банком та Міжнародним валютним фондом сприяють

розвитку конгресового туризму, проведенню в Україні економічних форумів, наукових конференцій, симпозіумів тощо.

Поступово туристичні можливості використовуються політиками, бізнесменами, вченими, спортсменами, артистами, просто рядовими громадянами з усіх країн світу, які приїждять в Україну з метою вивчення та обміну передовим досвідом в авіабудуванні, металургії, медицині, участі в спортивних змаганнях, проведенні концертних заходів та ін. В Україні вже стало регулярним проведення міжнародних і національних туристичних виставок, салонів, бірж, ярмарків, фестивалів, конкурсів, які з кожним роком залучають все більше і більше іноземних гостей.

Отже, маючи такий ресурсний потенціал, туризм України повинен сприяти зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історико-культурної спадщини, піднесенню духовного потенціалу суспільства.

Найголовнішим в ефективному використанні рекреаційних ресурсів є наявність туристичної інфраструктури. Це готелі, мотелі, будинки відпочинку, пансіонати, санаторії, заклади харчування, транспортні засоби, заклади для розваг, атракції та ін. Коротко характеризуючи матеріальну базу туризму, можна відзначити, що на початок 2002 року в Україні налічувалось 1258 підприємств готельного господарства загальною кількістю 100,67 тис. місць.

За формою власності вони розподіляються так:

- 40% перебувають у державній та комунальній власності,
- 57% – у колективній,
- 3% – у приватній.

Найбільше готелів налічується в таких регіонах України:

- м. Київ (7,3% від загальної кількості по Україні),

- Одеська область (7,3%),
- Дніпропетровська обл. (6,4%),
- Харківська обл. (5,8%).

Рекреаційні можливості України характеризуються також наявністю 3304 санаторно-курортних та оздоровчих закладів різної відомчої підпорядкованості та форм власності, в тому числі: санаторії 487, санаторії-профілакторії-357, бази та інші заклади відпочинку – 2015, пансіонати відпочинку – 235, будинки відпочинку – 38, пансіонати з лікуванням – 68, інші заклади – 104. За формою власності ці заклади розподіляються: державна – 37%, колективна – 58%, приватна – 0,9%, власність міжнародних організацій – 3,9%.

Більшість готелів, мотелів, кемпінгів, санаторіїв, баз відпочинку та туристичних баз будувались за проектами, що сьогодні не відповідають міжнародним стандартам. Мережа їх активно формувалась у період масового туризму, з інтенсивною експлуатацією та несвоєчасним капітальним і поточним ремонтом, що призвело до значного зносу цих будівель та оснащення. Багатопрофільність засобів розміщення потребує їх класифікації та стандартизації. Типологічна уніфікація засобів розміщення дозволить створити стандарт, центральною частиною якого має стати класифікація засобів розміщення, розроблена ВТО.

Але тільки наявності інфраструктури, призначеної для туризму, недостатньо. Її необхідно розглядати в широкому значенні: основні елементи інфраструктури повинні виконувати не тільки виключно рекреаційну функцію, а й служити провідним фактором поліпшення всього соціально-економічного життя країни. Це має бути інфраструктура загального користування, що відповідає світовим стандартам і зорієнтована на всіх мешканців України та її гостей.

З погляду організації інфраструктурного забезпечення рекреаційного процесу, одне з ключових місць належить транспортній системі. Питання

охоплює проблему транзитних перевезень, організацію залізничного сполучення, розвиток автомагістралей, повітряного, морського, річкового транспорту.

Україна має розвинуту мережу автомобільних доріг і залізниць, аеропортів, річкових і морських портів. Авіаційний, автомобільний, залізничний, річковий і морський транспорт здатні забезпечити перевезення туристів з резервом транспортних потужностей на деяких видах транспорту.

Транспортні шляхи України повинні відповідати міжнародним вимогам та надавати можливість здійснювати перевезення швидко, безпечно, надійно, комфортно. Саме вони є першою ланкою туристичного потоку іноземних громадян в Україну. Взаємодія двох галузей - транспорту і туризму - допоможе кожній з них у короткі терміни вирішити більшість питань, зокрема розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі транспортних коридорів із залученням приватного капіталу (національного і закордонного).

В Україні прийнята Програма функціонування національної мережі міжнародних транспортних коридорів. Її реалізація дозволить розв'язати проблему облаштування доріг, створити сприятливі умови для розвитку туристичної індустрії.

Не менш важливою складовою інфраструктури є існуюча мережа прикордонних переходів із країнами-сусідами, її розширення та сервісне облаштування.

Неможливий розвиток туризму без системи зв'язку і комунікацій, функціонування різноманітних служб сервісу, розвитку громадського харчування і побутового обслуговування, організації культурно-розважального обслуговування.

Актуальною для України залишається проблема водопостачання та каналізації населених пунктів і, в першу чергу, рекреаційних центрів.

Проблема інфраструктурного облаштування території України може бути вирішена лише завдяки інвестуванню в її розбудову великих коштів, в тому числі з боку центральної та місцевих влад, її розв'язання можливе лише в контексті практичних дій по економічному піднесенню країни [18].

Отже, можна зробити висновки, що незважаючи на те що Україна має досить великий ресурсний потенціал, все ще залишається проблема поганого інфраструктурного облаштування та незадовільної маркетингової політики.

2.3. Розвиток іноземного туризму

Розвиток туризму означає зростання і підтримку індустрії туризму в даній місцевості. І, звичайно ж, дуже важливою частиною цього є планування туризму. На базовому рівні розвиток туризму можна визначити як створення стратегій і планів по збільшенню / розвитку / заохоченню туризму в місці призначення. Основна причина планування і реалізації стратегій розвитку туристичного сектора полягає в першу чергу в тому, щоб заробляти гроші і згодом збільшувати ВВП країни / регіону.

Розвиток туризму складається з багатьох елементів, включаючи, крім іншого: розвиток і управління приватно-державними партнерствами, оцінку конкурентів для отримання конкурентних переваг, забезпечення відповідального і сталого розвитку, розгляд туризму як взаємопов'язаної системи і сектора, орієнтованого на попит, оцінку приватного сектору, інвестиції і міжнародне співробітництво, кластеризація туризму і участь уряду.

Планування розвитку туризму – непросте завдання, і необхідно враховувати безліч факторів. Існують також різні рівні планування і політики туризму. На щастя, дестинації можуть винести уроки з інших областей, які були успішними чи ні. На базовому рівні основні етапи планування розвитку туризму

включають: аналіз попереднього розвитку туризму; оцінка стану туризму в районі, включаючи конкуренцію; розробка урядом відповідної туристичної політики; визначення стратегії розвитку та формування програми дій.

Планування розвитку туризму дає ряд переваг всім зацікавленим сторонам, наприклад:

- збільшення доходу і створення нових робочих місць за рахунок туристичних витрат;
- це допомагає зберегти культурну та природну спадщину для туристів;
- це збільшує розуміння інших культур
- будівництво нових об'єктів.

Також необхідно враховувати і планувати деякі витрати та негативні фактори, в тому числі: витрати на створення туристичних об'єктів, навколишнє середовище може бути зруйновано, щоб звільнити місце для будівництва готелів і т. д., соціальні стандарти можуть бути підірвані природне середовище може бути забруднено

Існують деякі правила, які слід застосовувати при формулюванні підходу до планування і політики в галузі туризму:

1. Чітко визначати роль туризму в досягненні широких національних і суспільних цілей.
2. Включення туристичної політики та планування економіки, збереження навколишнього середовища.
3. Планувати розвиток туризму, який буде успішним на конкурентному світовому ринку.
4. Розвивати туризм опираючись на сильні сторони дестинації.
5. Врахування потреб і побажань спільноти, щоб визначити, що прийнятно для населення.

Планування туризму може покращити або зруйнувати напрямок. Якщо все зроблено правильно, це може забезпечити довговічність туристичної індустрії в цьому районі, мати гарний вплив на навколишнє середовище, мати позитивні економічні результати і позитивну користь для суспільства.

Якщо все буде зроблено погано, розвиток туризму може зруйнувати саму середу або культуру, від яких він залежить. Це може підірвати місцеву економіку, викликати інфляцію і негативні наслідки для місцевого населення і підприємств. На жаль, країни, що розвиваються, як правило, найбільше страждають від подібних негативних дій, в основному через низький рівень освіти та нестачі досвіду на відміну від західних країн.

Розвиток міжнародного туризму сприяє розвитку інфраструктури країни і мирних процесів. Таким чином, міжнародний туризм необхідно розглядати в контексті з економічними відносинами окремих країн.

Іноземний туризм у світі розвивається досить нерівномірно, що пояснюється в першу чергу різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів. Найбільшого розвитку міжнародний туризм набув у європейських країнах. Частка цього регіону складає 51% світового туристичного ринку і близько 39% валютних надходжень, за ним йде Азія та Тихий океан з часткою в 25% та 30% прибутків, наступним є Американський регіон з 15% прибуттів та 23% валютних надходжень, за ним йде Африка – 5% прибуттів та 3% надходжень, останнім йде Середній Схід з близько 4% прибуттів та 6% валютних надходжень (дод. 1) [43].

При значущості всіх факторів впливу на розвиток міжнародного туризму визначальними є економічні – зростання доходів і вільного часу в країнах-постачальниках, політика фірм і організацій туристичної індустрії та держави в цілому. Тобто стан туризму в країнах, які приймають туристів, залежить від зростання доходів і вільного часу або економічної та соціальної ситуації у державах-партнерах. Заїзд туристів також повністю залежить від стану

політичних і дипломатичних відносин між країнами-постачальниками туристів і державами, які їх приймають. Так, наприклад, політичні хвилі в Португалії у 1974-1975 рр. Призвели до різкого скорочення туризму. В 1989р. Після студентських заворушень в Пекіні, в результаті заходів, прийнятих західними країнами-постачальниками туристів, майже повністю припинився іноземний туризм у Китай. Внаслідок терористичних актів в Каїрі та Луксорі (Єгипет) у 1997 р., які так широко рекламувалися вітчизняними туристичними агентствами, загинуло 72 людини, 68 з яких були туристами, в основному німці.

Туристична діяльність в Україні швидко розвивається, оскільки ми маємо всі передумови інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму:

- особливості географічного положення та рельєфу;
- сприятливий клімат;
- багатство природного, історико-культурного і туристично-рекреаційного потенціалів.

Ефективний розвиток туризму в Україні дасть змогу скоротити невиправдані бюджетні витрати, створити нові робочі місця, розвивати мале і середнє підприємництво у сфері туризму. Існує два можливих варіанти розвитку туризму:

- 1) розвиток туризму здійснюється стихійно, на принципах саморегуляції;
- 2) активізація та впровадження ефективних механізмів функціонування міжнародного туризму.

Активізація та впровадження ефективних механізмів функціонування міжнародного туризму в Україні передбачає:

- збереження природних історико-культурних ресурсів.
- прискорення темпів розвитку, збільшення частки очікуваних доходів від сфери туризму у бюджетах усіх рівнів.

- посилення “прозорості” туристичної діяльності.

Серед пріоритетних напрямів розвитку ринку міжнародних туристичних послуг нашої країни потрібно виділити діловий, рекреаційний, активний, сільський зелений та екологічний туризм. Це обумовлено привабливістю цих видів діяльності для іноземних відвідувачів, наявністю ресурсів та можливостей для розвитку цих сегментів туристичного ринку, їх здатністю забезпечити конкурентоспроможність галузі на міжнародному ринку. Особливості міжнародного туризму: немобільність туристичних послуг як товару; вигідність вкладання капіталу, що дає прямий і швидкий економічний ефект; необхідність участі значної кількості робочої сили; мінливість туристичної галузі під впливом комплексу чинників.

У розвитку туристичної галузі в Україні існує багато проблем: недостатнє інформаційне забезпечення потенційних споживачів, низький рівень обслуговування, вплив політичної ситуації в країні тощо. Подолати ці проблеми можна так:

- забезпечення державного фінансування проведення регулярних кампаній в ЗМІ в Україні та за кордоном;
- запровадження стандартів якості надання рекреаційних послуг;
- перегляд законодавства в Україні у сфері туризму і адаптація його до відповідних директив і стандартів ЄС;
- розроблення проєктів, законів тощо нормативно-правових актів щодо визначення правового режиму туристичних ресурсів.

Впровадивши ефективний механізм державного регулювання туристичної галузі, отримаємо такі результати:

- відродження національної культури і народних ремесел;
- залучення інвестицій у розвиток інженерно-транспортної та комунальної інфраструктури;

- підвищення рівня життя населення, подолання бідності та безробіття, формування середнього класу;
- створення рівних можливостей для суб'єктів туристичної діяльності, формування передумов для розвитку ефективного та прозоро-організованого туристичного ринку;
- безпека туристів і подорожуючих, захист їхніх прав, законних інтересів і збереження їхнього майна;
- вдосконалення існуючих та впровадження нових ефективних механізмів взаємодії центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, наукових і освітніх установ сфери туризму;
- розвиток міжнародного співробітництва та євроінтеграційних процесів у сфері туризму;
- покращання туристичного іміджу держави [28].

Отже, можна зазначити, що, для того, щоб все більше туристів відвідувало країну, необхідно покращення інфраструктури, будівництво нових доріг, парків, громадських площ та нових аеропортів. Безпечна та інноваційна інфраструктура забезпечить безперебійний потік товарів та послуг.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Проблемні аспекти розвитку іноземного туризму на території України

Європейська інтеграція України є найважливішою сучасною тенденцією, що має потужний вплив на процеси реформування туристичної галузі. Не менш важливим є процес глобалізації. Сучасний етап розвитку туристичної сфери позначається прагненням політичних сил відповідати образу провідників євроінтеграції, що позначається і на діяльності органів державної влади. Проте нерідко показує позитивне ставлення до євроінтеграційних тенденцій супроводжується відсутністю реальних реформ, зокрема спостерігається збереження перешкод і ускладнень ведення бізнесу, практична відсутність позитивних змін у залученні інвестицій і бюджетному фінансуванні соціальних програм, пов'язаних із розвитком туризму.

З метою прискорення темпів розвитку та зростання ефективності підприємств туристичної сфери, надання цій сфері пріоритетності, необхідно вирішити проблеми, які потребують невідкладної державної підтримки та регулювання.

Основними факторами, що стримують розвиток туристичної сфери в Україні є:

- нестабільність політичної ситуації в країні та наявність військового конфлікту на Сході;
- недоліки регіонального регулювання галузі туризму;
- недостатність рекламної інформації щодо України за кордоном;
- велике податкове навантаження, що є перешкодою для потенційних інвесторів у сферу туризму;

- недостатній рівень кваліфікації персоналу туристичної сфери;
- невелика кількість готелів, які відповідають світовим стандартам.

Однією з головних перешкод ефективного розвитку туристичної галузі в Україні протягом останніх років залишається слабка туристична інфраструктура. Створення нових залізничних та авіарейсів стане стимулом для розвитку важливих туристичних локацій.

Також важливою проблемою є технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинених країнах стали повсякденними: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів з переліком і зазначенням вартості послуг, які ними надаються. Однак останнім часом в сфері інформаційних технологій України спостерігається значне поживлення, тому слід активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий урівень обслуговування клієнтів [29].

У сучасному світі високими темпами відбувається розвиток туристичної галузі. В багатьох країнах з розвинутою економікою «внесок» туризму складає до 1/3 валового внутрішнього продукту. В умовах глобалізації туризм виступає як один із факторів гармонізації співіснування різних економічних систем, соціальних спільнот, забезпечує зниження негативних впливів технічної та економічної конкуренції, є пом'якшувальним, а в багатьох випадках попереджувальним фактором соціальних конфліктів.

Україна за своїм географічним положенням, природними та рекреаційними ресурсами має значні потенційні можливості для розвитку туристичної галузі. В умовах командно-адміністративної системи туристична галузь розвивалася сама в собі, що не давало їй можливості використати досягнення розвинутих країн у формуванні туризму як самостійної галузі. Практично є підстави стверджувати, що туризм як важлива і перспективна галузь

у ринковій економіці в Україні розвивається з «чистого аркуша», особливо в частині міжнародного туризму.

В той же час забезпечення конкурентоздатності туризму можливе лише за умов, що галузь буде розвиватись за міжнародними якісними стандартами. Певний інтерес для науки та практики являє дослідження загальних тенденцій розвитку туризму, співвідношення внутрішнього, зовнішнього і міжнародного туризму. Практичний інтерес матиме дослідження тенденцій розвитку туризму в умовах глобальної економічної кризи [36].

Україна посідає одне з провідних місць у Європі за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами, здатними стимулювати значний інтерес у вітчизняних та іноземних туристів.

Важливими факторами розвитку туристичної галузі є природний та історико-культурний потенціал нашої держави. Ця галузь підтримує національні традиції, стимулює розвиток народних промислів, відродження рецептів приготування цікавих і смачних страв, вимагає збереження природи і створення сприятливих соціальних умов для свого функціонування.

За даними Світового економічного форуму, у сфері подорожей і туризму Україна серед 124 країн світу посідає лише 78-е місце. Тому саме ця сфера залишає великі можливості для пошуків та активної діяльності. Туристична галузь завдяки багатим природним, історико-культурним, трудовим ресурсам цілком може претендувати на чільні позиції в економіці держави.

Курортні та рекреаційні території нашої держави становлять близько 9,1 млн га, тобто 15% території. Експлуатаційні запаси мінеральних вод дають змогу використовувати їх в об'ємі понад 64 тисячі кубометрів на добу. На державному обліку в Україні перебуває понад 130 тисяч пам'яток, з них 57206 – пам'ятки археології (418 з яких національного значення), 51364 – пам'ятки історії (142), 5926 – пам'ятки монументального мистецтва (44), 16293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3541).

В Україні налічується 1230 закладів готельного господарства, які щороку обслуговують близько 4 млн людей (17,5% із них – іноземці), 3,3 тисячі санаторно-курортних і оздоровчих закладів загальною місткістю близько 481 тисяча ліжок щороку приймають майже 3,2 млн. відпочивальників (14% – іноземці). Розвиток туризму в Україні істотно впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку, і є одним з найбільш перспективних напрямів структурної перебудови економіки.

Саме туризм часто є каталізатором, що спричиняє як активний розвиток окремих галузей економіки, так і соціально-економічний розвиток цілих країн. Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні, стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію. Пріоритетний напрям розвитку іноземного та внутрішнього туризму є важливим чинником підвищення якості життя в Україні, створення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені.

Щорічно у світі здійснюється понад 800 млн туристичних подорожей (стійкою є тенденція до збільшення їхньої кількості), понад 52% з яких – у межах Європи. Частка туризму у світовому експорті товарів і послуг становить близько 13%, а країнах ЄС – 14%. Туризм формує 8% сукупного ВВП країн ЄС і забезпечує близько 11% їхнього економічного зростання [12].

Незважаючи на те, що в Україні є всі об'єктивні умови для розвитку туризму, цей вид діяльності не набув ще тих масштабів розвитку, які закладені в природному та історико-культурному потенціалі держави.

Прогнозні показники розвитку туризму можуть бути окреслені лише на основі всестороннього дослідження тенденцій та закономірностей його розвитку, що може послужити підставою для екстраполяційних передбачень та врахувань деструктивних факторів у розвитку галузі.

Туризм є одним із секторів світової економіки, що розвивається найбільш динамічно. За даними СОТ, в останні 20 років середньорічні темпи приросту валютних надходжень від міжнародного туризму становлять 14%.

В Україні туристична індустрія перебуває в стадії свого становлення як самостійний сектор економіки. На розвиток туризму в останні роки значний вплив мали глобалізаційні процеси.

Оцінюючи соціальну та економічну ефективність туризму, Д.Прейгер та І. Малярчук пишуть: «Туризм є найбільш демократичною та інтернаціональною сферою суспільної діяльності, що бурхливо розвивається. Водночас він є однією з найприбутковіших галузей світової економіки. Сьогодні туризм займає у світовій системі господарства провідні позиції: на нього припадає близько 10% виробленого у світі валового продукту та близько 30% світової торгівлі послугами, а також ним закумульовано близько 7% світових капіталовкладень».

В Україні є необхідні передумови для успішного розвитку туристичної галузі. Сприятливим фактором розвитку туризму в Україні є насамперед її географічне положення. Територія України практично знаходиться на стику не тільки природно-кліматичних умов, але й культурних та історичних реалій, що значною мірою впливає на потенційні можливості формування диверсифікованих туристичних послуг.

Акцентуючи на наявності вагомих ресурсів для розвитку туризму в Україні, Д. Прейгер та І. Малярчук зазначають: «Україна має всі об'єктивні передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристичного-рекреаційного потенціалів».

Природні ресурси які можуть бути джерелом туристичних послуг в Україні, складають: гори Криму та Карпат; узбережжя чорного та Азовського морів; 70 тис. річок, понад 3 тис. природних озер і 22 тис. штучних водоймищ;

лісові, рослинні та тваринні ресурси; родовища лікувальних грязей, мінеральних та радонових вод; природні печери в Одеській, Тернопільській областях та в Криму. Створені ресурси як джерела туристичних послуг складають: розкопки античних міст Північного Причорномор'я; пам'ятки Київської Русі IX-XII ст. у Києві, Чернігові, Каневі, Овручі, Володимир-Волинському; пам'ятки оборонної архітектури – фортеці в Луцьку, Межибіжжі, Кам'янці-Подільському, Хотині, Білгороді-Дністровському, Ужгороді та Мукачєво; палацові комплекси в Криму, на Львівщині та Чернігівщині; пам'ятки культурної архітектури в Києві, у Львові і Львівській області, на Івано-Франківщині, у Почаєві, Зарванці, Бережанах, Збаражжі, Мукачєві і Чернівцях, а також дерев'яної культурної та цивільної архітектури в Карпатах.

Сприятливою для розвитку туризму в Україні є і транспортна інфраструктура – високий рівень насиченості території залізничними та автомобільними магістралями, порти Азовського та Чорного морів, відносно високорозвинута авіамережа. Стан та тенденції розвитку туризму в Україні за останні роки характеризуються такими даними.

За останні роки спостерігається певне пожвавлення відвідин України іноземними громадянами та поїздок жителів України за кордон, що можна вважати позитивним фактором.

Що ж до оцінки ефективності загальних туристичних потоків за досліджуваний період, то слід відмітити в цих процесах позитивні тенденції з точки зору вигідності вітчизняної економіки. Мається на увазі той факт, що у співвідношенні потоків «в'їзд – виїзд» намітилась позитивна тенденція, яку пропонуємо оцінювати за допомогою такого показника як сальдо туристичного потоку, котре визначається як різниця між чисельністю іноземних громадян, що в'їхали до України, та чисельністю громадян України, які виїхали в календарному році за межі держави. Позитивне сальдо туристичного потоку, тобто перевага чисельності тих, що в'їхали до України над чисельністю тих, що виїхали, свідчить, що певна сума коштів, ввезених до України, логічно повинна

переважати суму вивезених. Саме в цьому показнику ми вбачаємо ефективність або збитковість міждержавного туристичного обміну [36].

За результатами 2018 року в країнах призначення по всьому світу було зареєстровано близько 1401 млн міжнародних туристів, що на 5,4 % більше ніж в 2017 році, що значно перевищує зростання світової економіки (3,7 % в 2018 році). Міжнародні доходи від туристичного сектору зросли в реальному вираженні на 4,4 % (скореговані на коливання валютних курсів та інфляції), склавши 1451 млрд. дол. США. Крім безпосередніх надходжень від туризму, отриманих в пунктах призначення, міжнародний туризм забезпечив нерезидентам отримання ще 256 млрд. дол. США надходжень від міжнародних послуг пасажирського транспорту.

Відповідно, загальний об'єм експорту з міжнародного туризму досяг 1,7 трлн. долл. США, або 4,6 млрд. долл. США в день в середньому. Як міжнародна експортна категорія, туризм займає третє місце після хімічної та паливної промисловості, випереджаючи виробництво автомобілів. В багатьох країнах, що розвиваються, туризм є пріоритетною експортною категорією. Таке зростання міжнародного туристичного сектору обумовлено глобальним економічним підйомом, що призвело до зростання попиту практично за усіма туристичними ринками як розвиненими, так і такими, що розвиваються [1].

Україна за своїм географічним та політичним розташуванням має ряд переваг, які суттєво сприяють становленню її туристичного сектору. Серед основних туристичних потужностей України можна виділити зручне географічне розташування, сприятливий клімат, різноманітний рельєф, унікальне поєднання природнорекреаційних ресурсів, культурно-історичної спадщини, розгалуження санаторно-курортної бази, чимало унікальних архітектурних пам'яток [8].

Проте, навіть такі переваги не використовуються у повному обсязі, галузь туризму є недофінансованою, багато питань та ресурсів залишаються поза

увагою, фінансово-економічна криза, складні політичні події не дають вивести країну на конкурентоспроможний рівень за туристичною галуззю.

Через кризові події 2014 року Україна втратила популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів країна асоціюється із небезпекою на тлі постійного негативного інформаційного фону навколо неї. Порушився баланс між в'їзним та виїзним туризмом, що безпосередньо відобразилась і на позиції України в структурі європейського туристичного ринку [18].

Аналіз попиту туристичних послуг за метою поїздки за період 2012-2018 років дав змогу встановити наступне: кількість туристів, що відвідали Україну зі службовою, діловою метою або для навчання має позитивну тенденцію, це є свідченням того, що, не зважаючи на складні політичні моменти, Україна не втратила зовнішніх та внутрішніх бізнес-зв'язків та має досить потужний потенціал для їх розвитку; разом із тим, досить негативна динаміка спортивного туризму – у 2013 році спад даного показника сягнув 12,2% у порівнянні із попереднім роком, у 2014 – майже у 16 разів, у 2015 – на 14,3%, проте є позитивні зрушення у 2018 році – зростання на 15% у порівнянні із 2017 роком (дод. 4) [37].

Спортивний туризм є досить специфічним видом туризму, оскільки він найбільшою мірою здатен вплинути на соціальну та економічну ситуацію країни. Варто зазначити, що Україна має досить потужний потенціал для розвитку спортивного туризму, який полягає у розвитку гірського комплексу Карпат, який передбачено середньостроковим планом розвитку, прийнятим урядом на період 2017–2020 років. Що стосується спеціалізованого туризму та туризму з метою лікування, то показники за вказаними напрямками також мають негативну динаміку. Разом із тим, можна відзначити позитивні тенденції туризму із метою дозвілля та відпочинку – критичним за даним показником виявився 2015 рік, у якому значення показника за аналізований період було найменшим і становило 1702940 осіб, та вже у 2016 році показник зріс на 21%, а також у 2017 році показник зріс на 19% і сягнув рівня 2012 року.

За даними Адміністрації Держприкордонслужби України [37] аналіз структури іноземних громадян, які відвідали Україну в 2018 році саме з метою організованого туризму, показує, що майже 37 % іноземних туристів прибули в Україну з Білорусі.

Така статистика пояснюється спрощеною процедурою перетину кордону згідно договору між Республікою Білорусь і Україною про дружбу, добросусідство і співробітництво; відсутністю мовних бар'єрів, спільною культурно-історичною спадщиною країн тощо. Варто зауважити, що відсутність мовних бар'єрів значно зменшує офіційну статистику туристичних потоків з Білорусі, оскільки значна частина туристів не звертаються до туристичних агентств, самостійно бронюючи житло та здійснюючи екскурсії, тим самим не потрапляючи в статистику туристичних прибуттів.

Значна частина туристів в 2018 році прибула з Туреччини (19,03 %), Росії (12,4 %), Німеччини (3,64 %), Австрії (1,84 %) та США (1,84 %), що свідчить про зростання цікавості іноземних туристів до унікальних куточків України [37].

Лідером з виїзного туризму в Україні залишається Туреччина, яку за результатами 2018 року відвідало майже 40 % українських туристів. Єгипет та Туреччина є постійними конкурентами у змаганні за лідерство у сфері туризму – найбільш затребувані напрямки для українських громадян. Досить популярними напрямками для українських туристів стали Білорусь, Болгарія, Об'єднані Арабські Емірати та Ізраїль.

Відповідно до показників попиту туристичних послуг [37] і варіювалась кількість туро-днів за реалізованими путівками. Досить позитивна динаміка у 2013 році (в порівнянні із 2012 роком показник зріс на 10,2%) змінилась спадом у 2014 році на 37,8% в порівнянні із 2013 роком та на 25% у 2015 році в порівнянні із 2014. 2016, 2017 та 2018 роки характеризувались позитивними тенденціями - зростання обсягів туро-днів за реалізованими путівками на 57,4%,

15,3% та 26% відповідно. Важливо зазначити, що позитивна динаміка даного показника сформована навіть без врахування статистичних даних по АР Крим.

Особливо важливим показником, який визначає конкурентоспроможність туристичної галузі країни та забезпечує її реалізацію і обслуговування є кількість наявних суб'єктів туристичної діяльності та обсяги працівників, які задіяні в галузі туризму. За період 2012-2015 років кількість суб'єктів туристичної діяльності постійно знижувалась у порівнянні із кожним попереднім роком – на 5,4%, 30,5%, 22,1%, відповідно.

Така ситуація насамперед була обумовлена низьким рівнем фінансування туристичної галузі, великою вартістю обслуговування туристичної діяльності, не зацікавленістю розвитку та підтримки вітчизняного суб'єкта туристичної діяльності.

Туристична галузь України має досить великий потенціал для розвитку, проте основним завданням в сфері туризму на державному рівні має бути створення сприятливих умов для розвитку культурного рівня та поліпшення інфраструктури країни. У зв'язку із цим особлива увага повинна приділятися розвитку та збільшенню туристичних ресурсів, які зможуть привабити потенційного туриста. Скорочення кількості театрів у 2014 році на 17,7%, музеїв на 4,6% в порівнянні із 2013 роком не могло залишитись непоміченим для туристичної галузі України. Поряд із цим дещо позитивним є збільшення обсягів природних об'єктів України, що відкриває широкі можливості для розвитку спортивного та зеленого туризму. За період з 2012 по 2017 рр. кількість природних об'єктів України зросла на 2,3% (з 1565215,4 га в 2012 році до 1600435 га в 2017 році) [37].

Проведений аналіз показав, що туристична галузь України має ряд проблем, які безпосередньо відображаються на показниках туристопотоків та доходів від надання туристичних послуг в країні. Разом з тим, Україна має всі об'єктивні передумови та значний потенціал для розвитку туристичної індустрії,

використання та розвиток якого дозволить посісти країні гідне місце серед провідних туристичних центрів Європи та світу в цілому [24].

За сучасних умов туризм є одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури провідних держав світу, сприяючи прискоренню їх всебічного розвитку. У багатьох країнах він займає вагомую частину національного ВВП, і Україна цілком може досягти таких показників, оскільки має значний невикористаний потенціал. Важливим завданням для українського уряду має стати формування позитивного іміджу України на світовому ринку як привабливої туристичної дестинації, що є стратегічно важливим на шляху до забезпечення подальшої стабілізації та соціально-економічного зростання країни в перспективі.

Враховуючи європейський вибір «розумного, стійкого і всеосяжного зростання», розвиток туризму повинен ґрунтуватись на інноваційних технологіях та відповідних інфраструктурних зрушеннях.

3.2. Шляхи подолання проблем та перспективні можливості для розвитку іноземного туризму в Україні

Вигідне географічне положення України і наявність сприятливих факторів дозволяють стверджувати про значні перспективи розвитку туризму. Однак, маючи великий потенціал, Україна не розвиває ринок туристичних послуг в повному обсязі, хоча є однією з провідних країн Європи за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами.

Індустрія туризму в Україні має всі передумови для потужного розвитку та входження в цивілізований світовий ринок послуг за умови врахування тенденцій та принципів інноваційного розвитку. Значним потенціалом України є її історія і багата культура. Україна має унікальне поєднання природних умов,

різноманітних ландшафтів і мінеральних лікувальних ресурсів. У країні налічується понад 30 природних заповідних територій – національних парків, біосферних і природних заповідників. Все це – умови для розвитку курортно-рекреаційної сфери. В цілому для неї придатні 15 відсотків території країни.

Причинами нестабільності є ряд проблем, які сповільнюють розвиток туризму в Україні та гальмують розвиток туристичної індустрії:

- відсутність гнучкої державної політики регулювання туризму, а саме відсутнє пільгове оподаткування, недостатня кредитна підтримка туристичного підприємництва під пільгові відсотки (2-5%);
- фінансування вітчизняної туристичної галузі не відповідає сучасним вимогам, замість збільшення - бюджетні кошти скорочуються;
- стан транспортної інфраструктури більшості рекреаційних територій характеризується низьким рівнем розвитку єдиної транспортної мережі, придорожного сервісу та інформаційного облаштування, незадовільним станом дорожнього покриття і безпеки дорожнього руху;
- недосконалий технічний стан інженерної та комунальної інфраструктур в ряді регіонів;
- у курортних регіонах недостатньо використовуються енергозберігаючі технології, нерозвинені сучасні технології утилізації та переробки побутових відходів;
- незадовільний рівень сервісу і низька якість обслуговування. Гостро стоїть питання підвищення якості підготовки кадрів та вивчення іноземних мов;
- в даний час близько 70 відсотків об'єктів культурної спадщини України знаходиться в незадовільному стані і вимагають реставрації або реконструкції;
- відсутня реклама внутрішнього туризму [30].

Варто також згадати цьогорічну ситуацію викликану пандемією COVID-19, котра сильно вдарила по світовому туризму. За першу половину 2020 року кількість міжнародних прибуттів знизилась на 70%. Згідно з найновішим барометром світового туризму ЮНВТО, кількість міжнародних прибутків скоротилася на 81% у липні та на 79% у серпні, традиційно в два найжвавіші місяці року та пік літнього сезону Північної півкулі. Кількість туристичних прибуттів знизилась на 700 мільйонів порівняно з аналогічним періодом 2019 року та обернулася втратою 730 мільярдів доларів США (дод. 3). Це більш ніж у вісім разів перевищує втрати, спричинені світовою економічною та фінансовою кризою 2009 року.

Усі регіони світу за перші вісім місяців року зафіксували значне зниження прибулих. В Азії та Тихоокеанському регіоні, першому регіоні, який постраждав від впливу COVID-19, кількість прибулих зменшилася на 79%, потім постраждали Африка та Близький Схід (обидва -69%), Європа (-68%), північна та південна Америка (-65%).

Після поступового відкриття міжнародних кордонів Європа зафіксувала порівняно менші падіння у липні та серпні (-72% та -69% відповідно). Однак відновлення було нетривалим, оскільки обмеження на поїздки та рекомендації були відновлені на тлі збільшення кількості заражень. З іншого боку, Азія та Тихий океан зафіксували найбільші падіння – -96% за обидва місяці, що було спричинено закриттям кордонів у Китаї та інших основних напрямках у регіоні.

Попит на подорожі залишається в основному зниженим через триваючу невизначеність щодо пандемії. Виходячи з останніх тенденцій, UNWTO очікує загального падіння до 70% протягом усього 2020 року (дод. 2) [44].

Рішення всіх зазначених проблем вимагає значного бюджетного фінансування, але бездіяльність загрожує Україні не бути привабливою для туристів, а значить не отримувати від туризму можливий дохід.

За даними Державної статистичної служби (Держстату) України, кількість туристів, обслугованих туристичними операторами (туроператорами) та туристичними агентами (турагентами) в Україні у 2018 р. сягнуло 4557,4 тис. чол., з яких на в'їзних (іноземних) туристів припадало 1,67 % від загальної кількості туристів, обслугованих туроператорами і турагентами, на внутрішніх вітчизняних туристів припадало 10,02 %, а на вітчизняних виїзних туристів – аж 88,31 % від загального числа туристів, що обслуговувались туроператорами і турагентами у цей період в Україні. Причому останніми роками, після подолання початкового економічного і соціального шоку, викликаного російською збройною агресією та окупацією частини території України, кількість туристів, що обслуговувались зазначеними вітчизняними суб'єктами підприємництва в нашій державі зростала. Так, у 2018 р. вона стала рекордною, перевищивши на 31,9 % рівень 2013 р., який до того був найвищим в Україні з початку нинішнього століття.

До того ж, протягом 2000-х років у підприємницькій політиці вітчизняного туристичного бізнесу відбувались вельми значні структурні зрушення. Зокрема, як свідчать дані Держстату України, на початку нинішнього століття український туристичний бізнес був зорієнтований насамперед на обслуговування потреб населення нашої держави у внутрішньому туризмі. Так, у 2000 р. на внутрішніх вітчизняних туристів припадало 67,1 % від загального числа туристів, що обслуговувались туроператорами і турагентами в Україні, тоді як на іноземних туристів і на вітчизняних виїзних туристів, відповідно – 18,8 % і 14,2 %.

Утім, під впливом різних факторів ці пропорції, як і чисельність туристів в Україні по зазначених категоріях, змінювались. Зокрема, скоротились абсолютна чисельність іноземних (в'їзних) туристів, що обслуговувались, зазначеними категоріями суб'єктів підприємництва в Україні, як і їх частка у загальній чисельності туристів. У 2018 р. їх чисельність становила 75,9 тис. осіб і була у 7,8 рази меншою, ніж у 2003 р., коли число іноземних туристів, що в'їхали в Україну, було найбільшим в цьому столітті.

Протягом 2000-х років скорочення чисельності іноземних туристів, що відвідували Україну обумовлювалось впливом переважно політичних чинників. У 2004-2005 рр. це було пов'язано з громадсько-політичним напруженням і протестами, що виникло через фальсифікацію результатів президентських виборів. У 2013 р. скорочення чисельності іноземних туристів, що відвідували Україну, відбулось у зв'язку з громадсько-політичною напругою під час Революції Гідності, а у 2014-2015 рр. – через військову агресію Росії проти України з анексією такого великого українського туристично-рекреаційного регіону як Крим. Відповідно змінилась і структура іноземних туристів в Україні за країнами їх походження. Зокрема, в Україні, за виключенням окупованих Росією територій, різко зменшилась абсолютна й відносна чисельність туристів з Росії. Натомість питома вага туристів з інших країн світу збільшилась.

Поряд з цим, протягом 2000-х років відбулись радикальні зміни в туристичних уподобаннях населення України. Так, якщо у 2000 р. на 10 виїзних українських туристів, що обслуговувалися туроператорами і турагентами в Україні припадало 47 вітчизняних внутрішніх туристів, у 2001 р. відповідно – 55 внутрішніх туристів, то нині ситуація змінилась на протилежну. У 2017 р. кількість виїзних українських туристів, що обслуговувалися українськими туроператорами і турагентами у 4,8 перевищувала кількість обслуговуваних цими суб'єктами підприємництва вітчизняних внутрішніх туристів в Україні, а у 2018 р. цей показник зріс до 8,8 рази відповідно.

Загалом, як зазначалось вище, число українських туристів, що протягом 2000-2018 рр. подорожували за кордон завдяки послугам суб'єктів підприємництва туристичного профілю поступово зростала, а число аналогічних внутрішніх туристів скорочувалось. Хоча процес цей в часі протікав вельми нерівномірно. А остаточні кардинальні зміни в пропорціях числа означених категорій туристів відбулись у 2010 р., коли кількість українських туристів, що подорожували за кордон, користуючись послугами вітчизняних туроператорів і

турагентів удвічі перевищила кількість аналогічних внутрішніх туристів у межах України.

У 2018 р. у виїзному туризмі українців відбулись суттєві якісні зміни. А саме: за кордон значно більше, ніж раніше, почало подорожувати населення регіонів, а не лише столиці та великих міст України. До таких припущень підштовхує аналіз відповідних даних вітчизняної державної статистики. Зокрема, у 2018 р. чисельність виїзних українських туристів, що обслуговувалися туроператорами і турагентами в Україні зросла порівняно з 2017 р. на 75,8 %! Такого стрімкого зростання чисельності виїзних туристів, що обслуговувалися туроператорами і турагентами в Україні, не було протягом всіх 2000-х років, хоча в суто економічному плані 2018 р. був для українців далеко не найкращим за останні 18 років.

Не можна не згадати й про розвиток протягом 2000-х років в Україні іноземного туризму, тобто приїзду до нашої держави іноземних туристів. Дані державної статистики свідчать, що протягом 2000-х років кількість в'їзних (іноземних) туристів, обслугованих туристичними операторами і туристичними агентами в Україні загалом скорочувалась. Так, у 2018 р. вона була у 7,8 раз меншою, ніж у 2003 р., коли кількість в'їзних (іноземних) туристів, обслугованих туроператорами і турагентами в Україні була найбільшою за весь період 2000-х років.

Загалом, після 2003 р. кількість в'їзних (іноземних) туристів, обслугованих туроператорами і турагентами в Україні скорочувалась. Хоча цей процес і не мав усталеного характеру. Тобто протягом наступного десятирічного періоду роки, коли чисельність в'їзних туристів в Україну зменшувалась, змінювались роками, коли чисельність таких туристів зростала. Причому зазначені роки, як правило, корелювали відповідно з роками економічного спаду і соціально-політичних потрясінь та відповідно з роками економічного підйому.

Однак надзвичайно важкого удару по вітчизняному туристичному бізнесу завдала анексія Криму Росією. Ця українська територія була фактично вилучена зі сфери його ділової активності, що вже само по собі призвело до значного скорочення іноземних туристів (насамперед з Росії та ряду інших пострадянських держав), обслугованих туристичними операторами і туристичними агентами в Україні. Зокрема, чисельність іноземних громадян, що прибули в Україну з Росії у 2017 р. (останні опубліковані дані Держстату України) була в 6,5 рази меншою, ніж у 2012 р., тобто останньому році, що передував початку періоду нинішнього радикального загострення російсько-українських відносин.

У результаті втрата вітчизняним туристичним бізнесом багатотисячного контингенту клієнтів з пострадянських держав, насамперед з Росії, до нині не була компенсована залученням відповідного контингенту іноземних туристів із країн далекого зарубіжжя. Корінна причина цього полягає в тому, що масштаби і особливо рівень розвитку туристично-рекреаційної галузі України не відповідає стандартам розвинених держав, що й проявляється у обсягах, а головне – якості туристичних послуг, які іноземці можуть отримати в Україні. Звичайно, є іноземні туристи, яких нестача зазначених стандартів не надто відлякує від поїздки в Україну. Особливо це стосується шанувальників екстремального туризму та якихось інших видів неординарного туризму. Але все-таки вельми значний контингент іноземних туристів, особливо із далекого зарубіжжя, прагне отримувати туристичні послуги належного рівня якості. І нездатність вітчизняного туристичного бізнесу забезпечити надання таких послуг у необхідному обсязі є вагомим обмеженням на шляху розвитку іноземного (іноземного) туризму в Україні.

Останнім часом в Україні почали розвиватись деякі неординарні форми туризму, які в ряді держав вже набули доволі помітного поширення. Зокрема, це стосується, так званого, медичного туризму, коли метою мандрівки для туриста стає цілеспрямоване радикальне лікування певних розладів його здоров'я,

нерідко із хірургічним втручанням, у відповідних лікувальних закладах. Саме цим функціонування власне медичного туризму, як відносно нового напрямку туристичної діяльності, відрізняється від функціонування традиційних бальнеологічних курортів (наприклад, Трускавець, Моршин, Хмільник в Україні, Карлови Вари – у Чехії тощо), де туристи у відповідних закладах відпочинку одержують певні процедури для лікування й підтримання свого здоров'я.

Фахівці наголошують, що на сьогодні в Україні сформувався ряд напрямів медичного туризму, що є доволі конкурентоздатним на аналогічному світовому ринку. Найчастіше громадяни інших держав їдуть в українські клініки лікувати зуби. Згідно з даними УАМТ, з цією метою в Україну минулого року приїжджало 27 % від усіх прибулих сюди пацієнтів. Також багато іноземців приїжджає до України боротись із безпліддям, оскільки українська репродуктивна медицина останнім часом досягла значних успіхів у технологіях штучного запліднення, а донорство яйцеклітин і сурогатне материнство, на відміну від багатьох європейських держав, в Україні поки не регулюється законом. Також 14 % іноземних медичних туристів їде до України робити пластичні операції. Крім того, багато іноземців їде до реабілітаційних клінік доктора Козьявкіна у Львові та Трускавці, де за допомогою унікального методу лікування щорічно допомогу отримують 300–400 пацієнтів, хворих на дитячий церебральний параліч (ДЦП) і аутизм. Тут лікуються вихідці з 70 країн світу (Там само).

Також в Україні останнім часом розвивається такий неординарний напрям туризму як так званий чорнобильський туризм. Існує й Асоціація чорнобильського туризму України, що, як повідомляється на її сторінці у Facebook, «створена з метою економічного, соціального та культурного відродження територій, вражених наслідками Чорнобильської аварії як у самій Чорнобильській зоні, так і поза її межами. Асоціація об'єднує представників туристичного бізнесу, влади та місцевих громад, пов'язаних територіально чи інформаційно з Чорнобильською зоною відчуження. Туризм у зону епіцентру найбільшої радіаційної аварії нашої цивілізації є невід'ємною частиною

розвитку іноземного та внутрішнього туризму України та важливим елементом системи подолання негативних наслідків радіаційної аварії на ЧАЕС». Згідно з повідомленням цієї організації, у 2018 р., кількість відвідувачів Чорнобильської зони України досягла нової рекордної відмітки у більше, ніж 63 тис. осіб за рік. Зазначається також, що зросла і якість туристичного обслуговування клієнтів – різноманітність турів та послуг, які надаються відвідувачам.

А за даними Державного підприємства «Центр організаційно-технічного і інформаційного забезпечення управління зоною відчуження», до Чорнобильської зони відчуження за перше півріччя 2019 р. приїздили туристи зі 121 країни. Найбільше відвідувачів з України – 10 171 осіб. Також багато з Великобританії – 6998 осіб, Польщі – 4343, Німеччини – 3747, США – 2455 осіб.

Утім, як свідчить міжнародний досвід, для розвитку національної економіки, як правило, більше значення має розвиток традиційного туризму (саме завдяки його масовому характеру), а не неординарних, в тому числі й екстремальних, форм туризму. У цьому контексті вельми цікавими і корисними будуть дані Держстату України та Національного банку України (НБУ) стосовно фінансово-економічних результатів міжнародних аспектів функціонування туризму в Україні. Йдеться про дані Держстату України про експорт та імпорт послуг, пов'язаних з подорожами та дані статті «Подорожі» у платіжному балансі України, який представляється НБУ.

Причому, виходячи з відповідних методологічних пояснень зазначених установ, можна зробити висновок, що статистичні дані представлені НБУ більшою мірою, ніж статистичні дані Держстату України відображають весь обсяг витрат споживачів, пов'язаних із подорожами, тобто більш адекватно відображають макроекономічні аспекти розвитку туристично-рекреаційної галузі в Україні.

Адже, згідно з методологічними поясненнями Держстату України, «вартість експорту послуг – вартість окремого виду послуги, наданої

українським суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності іноземному суб'єкту господарської діяльності як на території України, так і за її межами згідно з договорами (контрактами) або в усній формі договору». А «вартість імпорту послуг – вартість окремого виду послуги, наданої українському суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктом господарської діяльності як на території України, так і за її межами згідно з договорами (контрактами) або в усній формі договору».

Тобто, суб'єкти підприємництва, що надають туристичні послуги звітують Держстату України лише про фінансові результати власної підприємницької діяльності на території України (та й то, можливо, іноді не повністю). А, наприклад, надання послуг з організації, так званих, факультативних екскурсій за межами України до такої звітності не входить. Це також стосується й ряду інших витрат, здійснюваних туристами за її межами.

Тоді, як у даних НБУ за статтею «Подорожі» відображається вартість товарів і послуг, придбаних резидентами за кордоном або нерезидентами у вітчизняній економіці під час ділових і особистих поїздок (у тому числі в поїздках, пов'язаних з оздоровленням або навчанням), якщо тривалість їхнього перебування в країні не перевищує одного року. Критерій одного року не поширюється на студентів та пацієнтів медичних закладів, які залишаються резидентами країни їх походження. У статтю «Подорожі» не включаються товари, що були придбані для перепродажу, а також споживчі товари тривалого користування (такі як легкові автомобілі, електротовари), вартість яких перевищує митні пороги.

Причому порівняння даних, опублікованих згаданими державними установами, свідчить, що реальні обсяги обороту коштів туристично-рекреаційної галузі у сфері зовнішньоекономічної діяльності України, представлені НБУ, значно більші за ті, що фіксуються Держстатом України на підставі даних суб'єктів підприємницької діяльності. Зокрема, якщо у 2018 р., за даними Держстату України, вартість українського експорту послуг, пов'язаних з

подорожами складала 299 млн дол. США, то у платіжному балансі України за 2018 р., представленому Національним банком, експорт послуг за статтею «Подорожі» становив 1146 млн дол. Тобто, в абсолютному обчисленні різниця між згаданими показниками у 2018 р. становила 1146 млн дол. США.

Ще більшою була різниця між даними Держстату України і НБУ при оцінці імпорту Україною послуг у сфері туристично-рекреаційної діяльності. За 2018 р. Держстат України наводить дані щодо імпорту послуг пов'язаних з подорожами у обсязі 990 млн дол., а НБУ – 7899 млн дол. У результаті різниця між цими показниками складала 6909 млн дол. Відповідно дуже сильно різнилося й сальдо експортно-імпортних операцій у сфері туризму. Хоча в обох випадках воно було від'ємним. У 2018 р., за даними НБУ, це від'ємне сальдо в платіжному балансі України сягнуло майже 6,5 млрд дол. США.

Враховуючи наведені вище відмінності у методичних підходах до оцінки туристичної діяльності двома згаданими установами, слід зазначити наступне. Дані Держстату України відображають, по суті, результати лише експортно-імпортних операцій вітчизняних туристичних операторів і туристичних агентів та й то, мабуть, не повністю, оскільки не враховують, наприклад, частину операцій, які здійснюються за кордоном України з оплатою їх готівкою. Тобто, це, фактично, економічна оцінка українського туристичного бізнесу (його напрямів, вигідності тощо) з позицій суб'єктів цього бізнесу. Тоді, як фінансово-економічна оцінка подорожей, представлена Національним банком у платіжному балансі України, має більш різноплановий характер і дає уявлення про розвиток туристично-рекреаційної галузі в Україні у більш широкому плані.

Таким чином, аналіз даних, опублікованих згаданими вище установами, свідчить, що протягом 2000-х років у туристично-рекреаційній галузі України відбулись радикальні зміни та постали нові, часто доволі гострі проблеми, що потребують свого комплексного розв'язання [15].

Наразі, головною проблемою для розвитку туризму в світі є пандемія коронавірусу. Пандемія коронавірусу COVID-19 – це найбільше випробування, з яким зіткнувся світ після Другої світової війни. Після появи в Азії наприкінці минулого року вірус поширився практично на кожному континенті окрім Антарктики. Щодня кількість захворювань зростає в Африці, Сполучених Штатах і Європі. Країни намагаються сповільнити поширення вірусної інфекції шляхом проведення тестувань і лікування пацієнтів, відстеження контактів, обмеження переміщень (закриття кордонів і аеропортів), введення карантину для громадян і заборони на проведення подій, що передбачають великі скупчення людей, зокрема спортивні заходи, концерти і навчання в освітніх закладах.

Ряд міжнародних організацій, зокрема МВФ, Всесвітній банк, ОЕСР, опублікували свої економічні прогнози щодо наслідків кризи COVID-19 для світової економіки, серед яких найактуальнішим і найповнішим є звіт МВФ, опублікований у квітні 2020 року.

Згідно з цим звітом, у 2020 році прогнозується падіння ВВП в Україні до рівня 7,7 %, при цьому рівень безробіття сягне 10 %. Очікується зниження рівня інфляції у 2020 році як в Україні, так і в усьому світі. За оцінками звіту, як Україна, так і решта світу, зможуть відновити свій економічний стан уже у 2021 році, проте повністю компенсувати негативні наслідки, завдані у 2020 році, неможливо. Прогнозується, що міжнародна економіка зможе досягти стану 2020 року тільки у 2022 році.

Темпи та модель економічного відновлення залишаються предметом інтенсивних обговорень. Ряд експертів очікує, що відновлення відбуватиметься за V-образним сценарієм, який передбачає продовження ситуації у стані «як є». Це стосується як всесвітньої економічної моделі, так і економічних відносин між країнами. Саме такий сценарій для України прогнозує регіональний провідний економіст ЄБРР Дімітар Богов, який робить ці висновки, зважаючи на фінансові реформи, нещодавно введені Україною, а також на відносно невелику частку туризму в економіці країни.

Інші ж, однак, прогнозують більш тривалий період кризи та навіть рецесію зі значними соціальними наслідками, які, у свою чергу, можуть призвести до вагомих змін у соціально-економічній моделі світу.

Згідно з отриманими даними, у першому кварталі 2020 року вже спостерігалось скорочення подорожей у 22%, а прибуття в березні впали до рівня 57% на всіх ринках. Це означає втрату 67 мільйонів міжнародних туристів і близько 80 мільярдів доларів США надходжень.

Після спалаху коронавірусної інфекції прогнозовані показники на 2020 рік знижувалися кілька разів, що було спричинено високим рівнем невизначеності (графік вище зображає ситуацію станом на кінець першого кварталу). Поточні сценарії вказують на падіння обсягу прибуттів міжнародних туристів до 58-78% за рік, що залежить від швидкості поширення коронавірусної інфекції та тривалості дії обмежень і закриття кордонів.

Станом на сьогодні Україна значно відстає у впровадженні заходів підтримки туристичного сектора, що ставить під серйозну загрозу конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку протягом прогнозованого відновлення у 2021 році.

Наразі існує два загальних підходи до подолання кризи: перший підхід направлений на забезпечення доступних кредитних ліній для представників бізнесу, а другий передбачає відтермінування сплати боргових і податкових зобов'язань.

Попри те, що всі країни орієнтуються на обидва підходи, держави з більш розвиненою економікою та вищим кредитним рейтингом покладаються здебільшого на доступні лінії кредитування, усвідомлюючи, що саме це дозволить відновити конкурентоспроможність національної економіки у максимально стислий термін. За логікою речей, сукупна вартість економічних заходів як % ВВП позитивно корелює з рівнем ВВП на душу населення.

Решта країн, не маючи іншого виходу, покладаються більшою мірою на відтермінування сплати податкових і боргових зобов'язань, що може призвести в довгостроковій перспективі до негативної ланцюгової реакції в економіці (тривалий дефіцит бюджету, проблеми із загальною платоспроможністю).

Особливу увагу на галузь туризму спрямовують ті країни, що гарантують повернення вартості бронювання туристичних поїздок, скасованих через пандемію COVID-19, і вважають туризм пріоритетною галуззю, що найбільше постраждала від кризи.

Авіап перевезення, як галузь з відносно низькою маржою (до 10 %) і високим оборотом, знаходиться в особливо тяжкому стані. Європейський підхід, який наразі демонструють Франція та Німеччина, направлений на поступову націоналізацію основних авіаліній (Air France і Lufthansa).

Ситуація з глобальною пандемією відбувається по-різному в різних частинах світу. У той час, коли пік пандемії в Європі вже минув, Америка лише наближається до критичного періоду, а Азія (особливо Китай) уже повернулася до «нового нормального життя» і відновлюють роботу бізнесу. Сектор гостинності в Азії відкривається через впровадження ряду наведених нижче регуляторних норм щодо здоров'я та безпеки нації. Такі норми спрямовані на забезпечення здоров'я гостей і персоналу.

До кризи COVID-19 туризм в Україні перебував у стані покращення після значного занепаду, пов'язаного з подіями 2014 року. Київ, Одеса та Львів є найрозвинутішими туристичними дестинаціями з точки зору ланцюжка формування вартості туристичних послуг, управління дестинацією та популярності для переважної більшості міжнародних туристів.

Ключові міжнародні ринки українського туризму:

- сусідні країни — Молдова, Білорусь, Польща, Туреччина;
- Європа — Німеччина, Велика Британія, Франція, Італія;

- Америка – США, Канада;

- Азія та Тихоокеанський регіон – Китай, Японія, Республіка Корея та Індія;

- Близькій Схід – Ізраїль, ОАЕ, Саудівська Аравія.

З огляду на перелічені вище країни можна зробити висновок, що міжнародна доля українського туризму лише частково залежить від сусідніх країн.

Туризм України має високий потенціал розвитку в таких продуктах, як тури вихідного дня та діловий туризм (MICE), а також в області природних і культурних ресурсів (наприклад, гастротуризм, сільський туризм, медичні заклади/центри оздоровлення), однак через відсутність ефективного управління галуззю, неправильне статистичне охоплення та неконкурентність на міжнародному ринку її розвиток суттєво гальмувався.

Наразі тривають активні дискусії щодо частки внесків туризму в економіку України; за різними оцінками вона дорівнює близько 7-10%. Пов'язана з туризмом економіка в Україні залежить здебільшого від внутрішнього туризму, а також внутрішньої складової виїзного туризму. При цьому в'їзний потік із-за кордону формує трохи більше третьої частини усієї економіки національного туризму. Для порівняння: у середньому частка в'їзного туризму в загальній сумі туристичних витрат у країнах ЄС складає 90 %. Більш того, деякі статистичні показники свідчать, що темпи зростання українського зовнішнього туризму за останні кілька років виражаються двозначними цифрами;

Спираючись на оцінки Державної служби статистики України, працевлаштування у сфері туризму складає щонайменше 700-900 тис. робочих місць, що є результатом взаємодії сектора розміщення та кейтерингу з такими галузями, як мистецтво, розваги та рекреаційні заходи, де працює близько півмільйона людей. І це без урахування сильного транспортного сектора й інших складових економіки туризму.

Структура допоміжних туристичних рахунків відповідає структурі тих країн, що мають подібні туристичні продукти, але зі значною нижчою часткою кейтерингу в загальній структурі (за міжнародними критеріями, у більшості країн частка кейтерингу в економіці туризму складає 10-15 %).

З іншого боку, відносно вищий рівень внесків в економіку забезпечує сектор транспорту та культури, якщо порівнювати з аналогічними показниками інших країн світу [41].

ВИСНОВКИ

На сьогодні туризм є однією з найбільших галузей економіки, в котрій зайняті мільйони людей по всьому світу. Туризм приносить гарні прибутки країнам котрі вдало розвинули цю сферу та є гарним засобом для налагодження соціально-культурних міжнародних відносин.

Аналізуючи нинішню ситуацію, що склалася в Україні можна зробити висновки, що хоча туристична сфера поступово розвивається, не можна сказати що вона стабільно зростає. Наша країна має гарний потенціал для розвитку: наявність історико-культурних, природних та економічних ресурсів, об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО та вдале географічне положення.

Проте, існує ряд чинників які негативно впливають на стан туристичної галузі в Україні. Активна реклама виїзного туризму, майже відсутнє просування внутрішнього, відсутність фінансування реконструкцій пам'яток історії та архітектурного мистецтва, відсутність розвиненого сектору туристичної індустрії, висока централізація різноманіття туристичних послуг в містах-мільйонерах, містах загальнонаціональних зон рекреації та туризму – все це гальмує розвиток туристичної індустрії.

Ситуація, пов'язана з пандемією, котра склалася у 2020 році досить сильно вдарила по світовій економіці, але особливо постраждала сфера туризму. Про це свідчать дані ЮНВТО, за якими кількість туристичних прибуттів у червні зменшилася на 93% порівняно з 2019 роком, оскільки країни усього світу закрили свої кордони та запровадили обмеження на подорожі у відповідь на пандемію. Згідно з новим випуском Всесвітнього туристичного барометра від спеціалізованого агентства ООН, кількість міжнародних прибуттів за перше півріччя 2020 р. зменшилась на 65%. Можна стверджувати, що після закінчення пандемії, одним із пріоритетних завдань буде відновлення сфери туризму та подальший її розвиток.

Україна пройшла досить складний шлях до розвитку цієї сфери, але, як показує статистика наша країна залишається привабливою туристичною дестинацією для зарубіжних туристів. Для підвищення туристичної привабливості країни потрібно фінансувати будівництво доріг, робити інвестиції в соціальні проєкти, створювати передумови для підприємницької ініціативи.

Втрати від кризи, яка спіткала Україну і світ, неминучі. Але час скорочення ринків, зміни структури попиту і зниження купівельної спроможності може стати зоряною годиною для сміливих рішень. Завдання держави – мінімізувати довгострокові ризики і підтримати новаторів, які звернулися до внутрішнього потенціалу.

Іноземний туризм є важливим практично для будь-якої країни і тому важливою задачею для уряду є просування країни на міжнародному туристичному ринку та розвиток туристичного потенціалу держави.

В цілому, можна прогнозувати швидкий розвиток в'їзного туризму за умови підтримки з боку уряду та вдалого позиціонуванням країни на міжнародному туристичному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева, Н., Дринь, О. Дослідження туристичних потоків в Україні / Н. Алексеева, О. Дринь // Матеріали конференції «Актуальні наукові досягнення - 2014», 22 - 30 червня - Чехія. - 2014 . [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/alekseeva2.htm (дата звернення: 11.07.2020).
2. Алмашій Я.І. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2012. Випуск 2. Теоретико-методологічні засади ефективної діяльності туризму в сучасній ринковій економіці.
3. Арбузова Ю.В. Перспективні напрями розвитку зеленого туризму в Україні / Ю.В. Арбузова, В.Д. Яковенко // Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві. 2014. Вип.3(4). С.120-128.
4. Бондаренко М.П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи / М.П. Бондаренко // Економіка і прогнозування: [науковоаналітичний журнал]. – К., 2011. – № 1. – С. 104–119.
5. В'їзний туризм Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андреева Г.П., Зеленська О.О., Григор'єва Т.В., Пархоменко О.Г., Дудко В.Б., Михайловський М.О., Бондар С.І. Навчальний посібник: Ніжин, Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.
6. Вуйцик О. Вплив рекреаційно-туристичного комплексу на розвиток економіки держави / О. Вуйцик // Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». – Львів, 2008. – № 24. – С. 35–42.
7. Гугул О. Я, Оливко О. А., Науковий вісник Ужгородського національного університету Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Роль в'їзного туризму в Україні та методи його стимулювання.
8. Грико, Ю. Вплив міжнародного туризму на розвиток країн світу / Ю. Грико // Студентський науковий вісник Луцького національного технічного університету. 2014. – Вол. 4. - С. 67–73.

9. Грунти рекреаційного призначення // Словник – довідник з екології : навч.-метод. посіб. / уклад. О. Г. Лановенко, О. О. Остапішина. — Херсон : ПП Вишемирський В.С., 2013. — С. 56.
10. Гордієнко В. Туризм – рушій соціально-економічного розвитку країни. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gordienko.pdf (дата звернення: 19.10.2020).
11. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму (Методологія формування, механізм реалізації) [Текст] / В.К.Євдокименко. - Чернівці: Прут, 1995. - 288с.
12. Житомирський національний агроекологічний університет Головна бібліотека об'єднання сільськогосподарських бібліотек Житомирської області Інформаційно-бібліографічний відділ Україна туристична: проблеми, перспективи розвитку Укладач: Касянюк О. І.
13. Закон України «Про туризм» від 18.11.2003 № 1282-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 22.08.2020).
14. Інтернет видання «Сьогодні.ua» [Електронний ресурс]. –Режим доступу: www.segodnya.ua/turizm-yak-kozirna-karta-ukrainsko-ekonomki-706563.html
15. Кулицький С. Туристично-рекреаційна галузь в Україні: стан, проблеми, оцінка перспектив(Початок, закінчення у наступному номері) [Електронний ресурс] / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2019. – № 17. – С. 52–62. – Режим доступу: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2019/ukr17.pdf> (дата звернення: 06.09.2020).
16. Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андрєєва Г.П., Зеленська О.О., Григор'єва Т.В., Пархоменко О.Г., Дудко В.Б., Михайловський М.О., Бондар С.І. Навчальний посібник: Ніжин, Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.
17. Куцик П.О. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика» (м. Львів, 31 жовтня - 1 листопада 2018 р.) Львів: ЛТЕУ, 2018. 342 с. С.256-259.

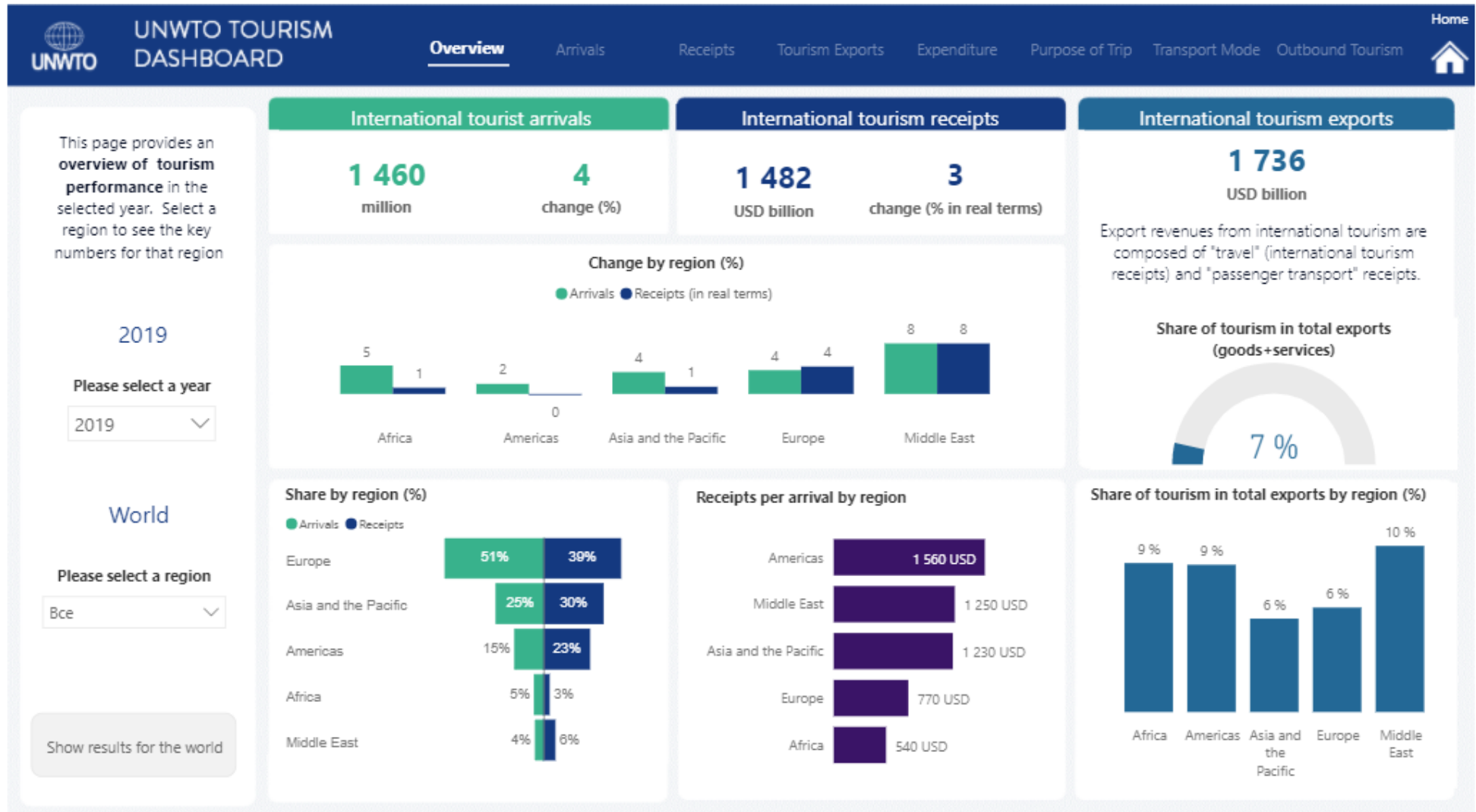
- 18.Кіфяк, В. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Кіфяк // Книги XXI. - Чернівці. - 2003. - 300 с. - ISBN 966-8029-31-3.
- 19.Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): навчальний посібник 2-е вид., доп. – Київ: Альтерпрес, 2003.
- 20.Менеджмент туристичної індустрії Школа І.М. Навчальний посібник / За ред. проф. І.М.Школи. - Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. - 662 с.
- 21.Мельник А.О. Перспективи розвитку вітчизняного туризму в умовах євроатлантичної інтеграції / А.О. Мельник, І.А. Чапліч // Вісник Хмельницького національного університету: [наук. жур.]. – Хмельницький, 2009. – № 1. – С. 76–80.
- 22.Мельниченко О.А. Державне будівництво. 2010. №2. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму.
- 23.Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
- 24.О. Й. Лесько, Л. П. Руда, І. В. Причеп, О. О. Адлер. Проблеми та перспективи розвитку туристичної складової економіки України.
- 25.Опанасюк Н.А., Охріменко А.Г. Організаційно-правові засади розвитку внутрішнього туризму в Україні.
- 26.Орленко Я. Ю., д. держ. упр., НУЦЗУ. Імперативи розвитку туристичної галузі України.
- 27.Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону Монографія За загальною редакцією проф. В. Г. Герасименка.
- 28.О. Фарйон. Розвиток міжнародного туризму в Україні
- 29.Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні.
URL: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/16247> (дата звернення 28.10.2020).
- 30.Смольнікова К.А. Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції "Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами" (м. Луцьк, 8.12.2016 р.) - Луцьк: Луцький НТУ, 2016. Ч.1. 476 с. С.344-346.

31. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. — К. : Знання, 2011. — 334 с.
32. Туризм в Україні [Текст]. - К.: Держкомстат, 2008. - 217 с.
33. Талалай Вадим Вікторович Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інновації та науковий потенціал світу» (м. Київ, 17.03.2016 р.) Вінниця: Видавництво-друкарня «ДІЛО», 2016. 52 с. С.18-20.
34. Туристичні ресурси та інфраструктура – головні складові розвитку туризму в Україні. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/tourism/36431/> (дата звернення 5.11.2020).
35. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні / Л. В. Марценюк // Економічний вісник Національного гірничого університету. - 2015. - № 3. - С. 76-82. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2015_3_11 (дата звернення 28.10.2020).
36. Проблемні аспекти розвитку туризму в Україні / Я. В. Григор'єва // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. серія економічна. - 2011. - Вип. 2. - С. 118-126. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvldu_e_2011_2_15 (дата звернення: 10.07.2020).
37. Урядовий портал. Постанова КМУ про затвердження Стратегії розвитку туризму та розвитку курортів на період до 2026 р. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501> (дата звернення: 10.07.2020).
38. Биржаков М.Б. Введение в туризм: учеб. [для студентов высших учебных заведений] / М.Б. Биржаков. – Москва – Санкт-Петербург: Издательский дом - Герда, 2006. –510 с., С.39.
39. Вишнева Н. Как найти свое место в туристическом бизнесе? [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://statuspress.com.ua/big-theme/kak-najti-svoe-mesto-v-turisticheskom-biznese.html> (дата звернення: 26.07.2020).
40. Уваров В.Д., Борисов К.Г. Международные туристские организации: Справочник [Текст] / В.Д.Уваров, К.Г.Борисов. - М.: Международные отношения, 1990. - 288 с.

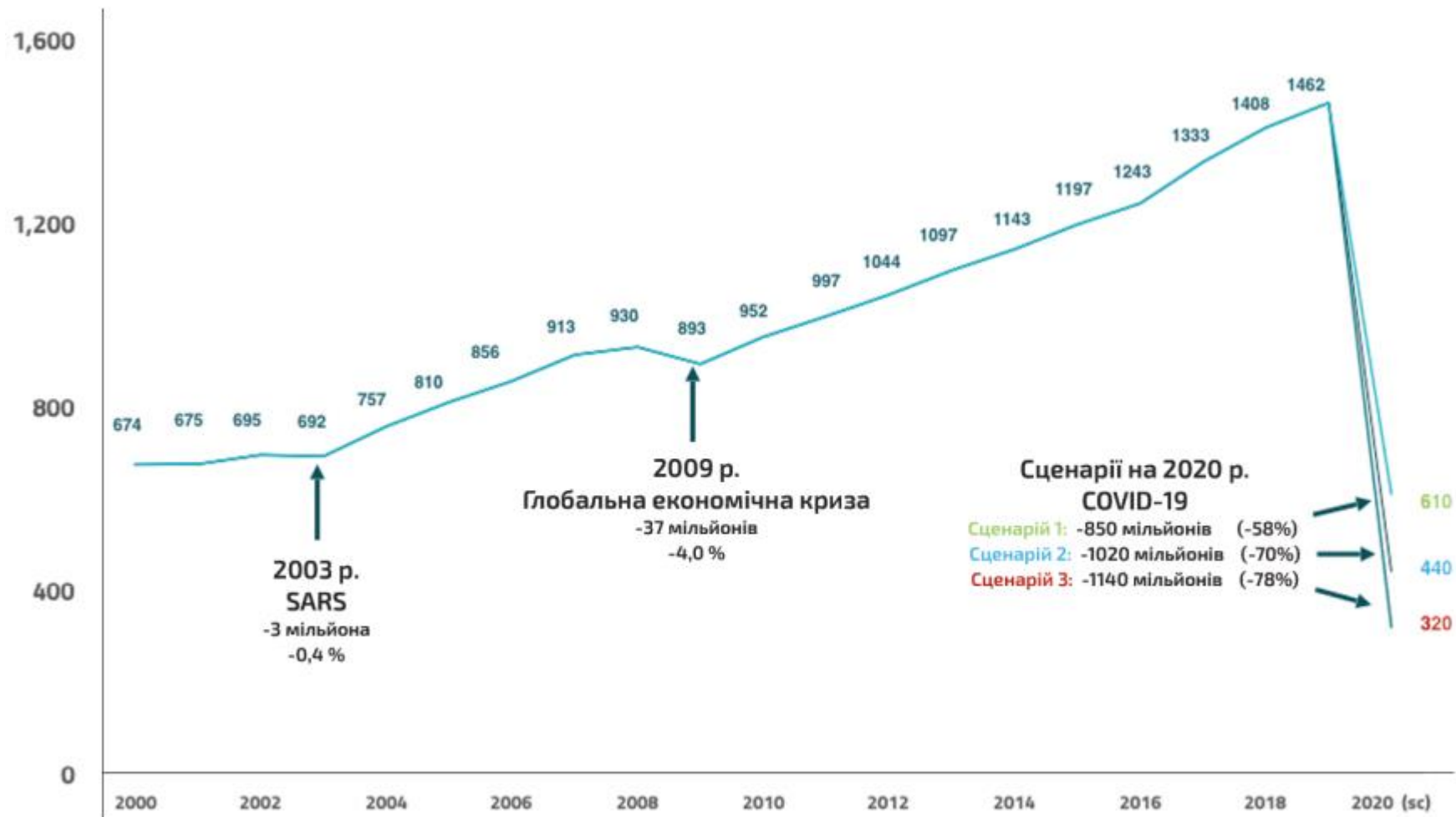
41. Hotel & Destination Consulting Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Оновлення до документу « дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні». URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (дата звернення: 20.11.2020).
42. Travel & Tourism 2015. London: World Travel & Tourism Council, 2015. 44 с.
43. UNWTO. Global and regional tourism performance. URL: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (дата звернення 28.10.2020).
44. UNWTO. Barometer. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (дата звернення: 28.10.2020).
45. В.О.Сафіулліна, Механізми державного регулювання туристичної сфери України. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej5/txts/07svotsu.htm> (дата звернення: 26.11.2020).
46. М. П. Бондаренко. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/48229/06-Bondarenko.pdf?sequence=1> (дата звернення 27.11.2020).
47. Шевченко А.В., Сава Є.В. особливості сучасного стану розвитку ринку туристичних послуг в Україні. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/5_67_2018_ukr/7.pdf (дата звернення 27.11.2020).
48. М. В. Тонкошкур. Міжнародний туризм URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/16423929.pdf> (дата звернення 27.11.2020).

ДОДАТКИ

Додаток №1. Статистичні дані про туристичні прибуття та надходження у світі за 2019 р.



Додаток №2. Графік туристичних прибуттів до 2019 р. та сценарій на кінець 2020 р.



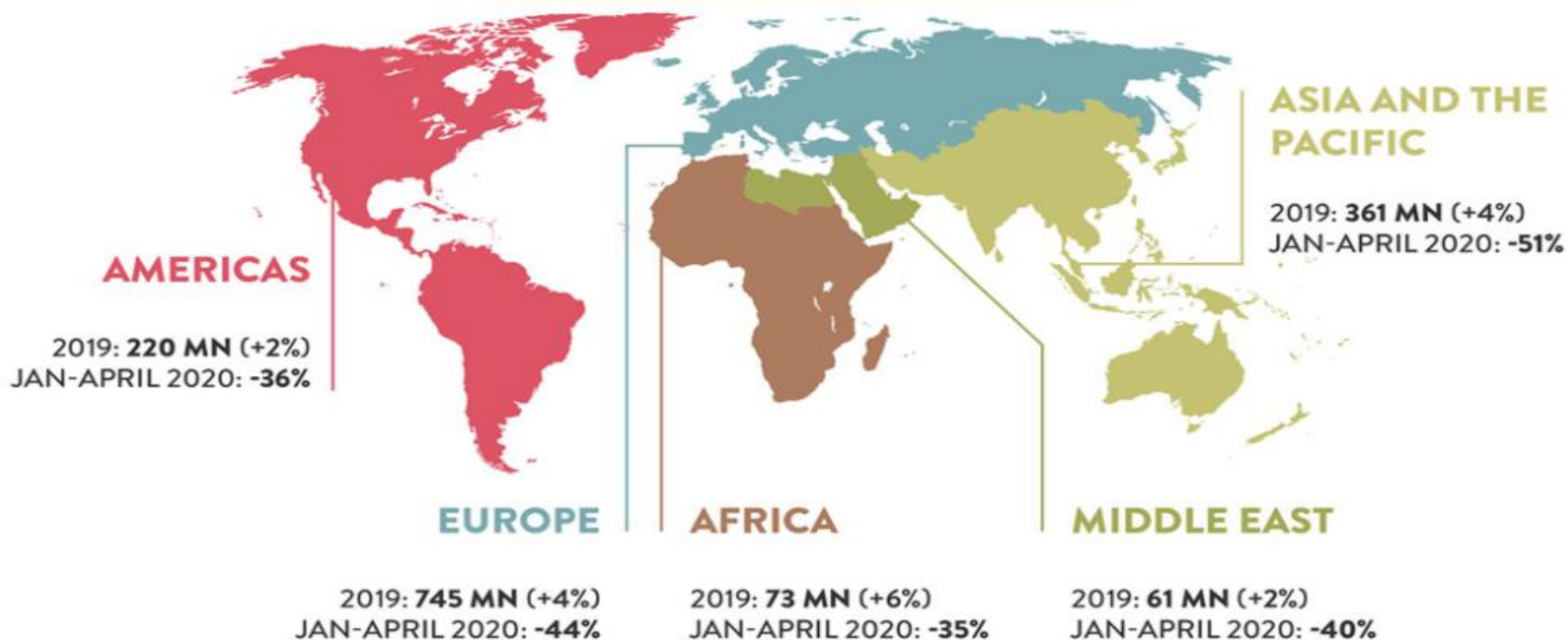
Додаток №3. Вплив COVID-19 на туристичні прибуття у січні-квітні 2020 р.

IMPACT OF COVID-19 ON TOURISM IN JANUARY-APRIL 2020

180 MILLION FEWER INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS
US\$ 195 BILLION LOST IN EXPORT REVENUES FROM INTERNATIONAL TOURISM
100% DESTINATIONS WITH TRAVEL RESTRICTIONS

INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS JANUARY-APRIL 2020

WORLD 2019: 1.5 BILLION (+4%)
JAN-APRIL 2020: -44%



Додаток №4. Графік туристичних прибуттів в Україну до 2018 р.

