

## **РОЗДІЛ II. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ**

**Охріменко А. Г.**

*доктор економічних наук, доцент, доцент  
кафедри готельно-ресторанного бізнесу,  
Київський національний торговельно-  
економічний університет, м. Київ*

**Опанасюк Н. А.**

*кандидат юридичних наук, доцент, доцент  
кафедри туризму,  
Національний університет фізичного  
виховання і спорту України,  
перший віце-президент  
Туристичної асоціації України, м. Київ*

### **ФУНКЦІОНАЛЬНО-ГАЛУЗЕВА СУБ'ЄКТНІСТЬ СТАНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ**

Сучасні реалії постіндустріального цифрового суспільства вимагають переосмислення місця й ролі туризму не лише як каталізатора позитивних економічних змін, але й як потужного стимулу розвитку держави в цілому. Тому розглядаючи туризм як комплексне явище — національну туристичну систему (НТС), актуалізується питання більш детального дослідження її складових. Функціонально-галузева суб'єктність є основною ланкою НТС, що забезпечує її зростання та інноваційне оновлення та чинить релевантний вплив як на саму НТС, так і національну економіку в цілому [1-2].

Аналіз низки публікацій зарубіжних та українських дослідників щодо розвитку туризму свідчить про відсутність вагомих теоретичних положень щодо формування НТС та обґрунтування її функціонально-галузевої складової. Теоретичні й методологічні напрацювання, що стосуються структурних

складових управління НТС, відображено у працях таких українських науковців, як М. Бойко, М. Босовська, І. Калачова, В. Кифяк, О. Любіцева, А. Мазаракі, М. Мальська, С. Мельниченко, Т. Ткаченко та ін. Серед зарубіжних науковців вагомими теоретичними висновками щодо визначення функціонально-галузевої суб'єктності туристичного сектору як складової національної й світової економіки зробили науковці: Г. Батлер, Т. Джамал, Д. Дредж, Е. Коен, С. Корнелісен, Е. Лавс, М. Новеллі, І. Маркова, А. М. Скот, А. Холден та ін. Попри наявність певних наукових напрацювань, у сучасних економічних умовах актуальним є виявлення трендів і процесів розвитку функціонально-галузевої суб'єктності НТС, аналіз фактологічних даних у її функціонуванні для визначення спрямування її стратегічного вектора. Відповідно виникає необхідність розвитку теорії розвитку функціонально-галузевої суб'єктності НТС, що в сукупності й зумовило проблематику даного дослідження [1].

Основною метою дослідження є концептуалізація функціонально-галузевої складової НТС, зумовленої міжгалузевою взаємодією суб'єктів господарювання з виробництва, розподілу, реалізації та організації споживання комплексного туристичного продукту, а також узагальнення інформаційно-аналітичних параметрів забезпечення її дієвості.

Методологічною основою цього дослідження є туризмознавчі та інтеграційні економічні теорії, інструментарій яких спроможний активізувати функціонально-галузеві компоненти НТС та їх взаємозв'язки для досягнення економічного ефекту. У процесі дослідження використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, що дозволило забезпечити всебічність вивчення проблеми та достовірність висновків дослідження. Основними з них є аналіз і синтез - для формування теоретико-методологічної бази дослідження; діалектичний - для визначення ключових проблемних аспектів дослідження та пошуку шляхів їх вирішення; індуктивний

- для оцінювання рівня функціонування НТС в Україні та обґрунтування її функціонально-галузевої суб'єктності.

Національна туристична система (НТС) включає в себе широкий спектр видів економічної діяльності. Виходячи із галузевої точки зору та враховуючи КВЕД України структуру НТС формують:

1) *суб'єкти туристичної діяльності* (виробництво туристичного продукту): туристичні оператори (N79.12 — діяльність туристичних операторів<sup>1</sup>), туристичні агенти (N79.11 — діяльність туристичних агентств), інші суб'єкти, діяльність яких пов'язана із бронюванням послуг (N79.90 — надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність), заклади тимчасового розміщування (I.55.10 — діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування); заклади організації харчування (I.56.10 — діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування); суб'єкти пасажирського транспорту: авіаційного (H.51.10 — пасажирський авіаційний транспорт), морського (H50.10 — пасажирський морський транспорт), річкового (H50.30 — пасажирський річковий транспорт), автомобільного, залізничного (H49.39 — інший пасажирський наземний транспорт), суб'єкти конгресної та виставкової діяльності (N82.30 — організування конгресів і торговельних виставок), суб'єкти діяльності у сфері творчості, мистецтва та розваг (R90.01 — театральна та концертна діяльність), музейні заклади (R91.02 — функціонування музеїв);

2) *супутні види економічної діяльності*: страхова діяльність; інформація та телекомунікації; діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг; функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури; оптова та роздрібна торгівля; надання в оренду транспортних засобів, прокат товарів для

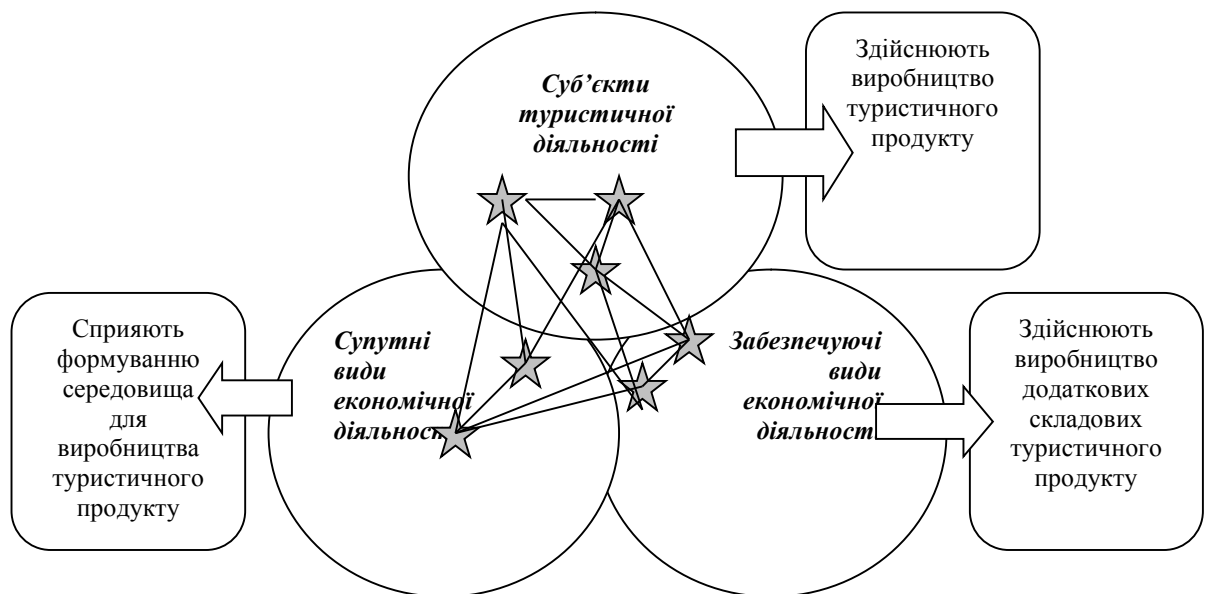
---

<sup>1</sup> Відповідно до КВЕД України: буква відображає секцію, цифри — нумерація групи та назва виду економічної діяльності.

спорту та відпочинку; виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів; організування азартних ігор; діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг; текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів; надання інших індивідуальних послуг; діяльність із забезпечення фізичного комфорту;

3) *забезпечуючі види економічної діяльності*: виробництво меблів, іншої продукції; ремонт і монтаж машин і устаткування; постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря; водопостачання; каналізація, поводження з відходами; будівництво; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; фінансова діяльність; виготовлення виробів з деревини, поліграфічна діяльність; операції з нерухомим майном; професійна, наукова та технічна діяльність; державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування; освіта; охорона здоров'я та надання соціальної допомоги (рис. 1)

[1].



**Рис. 1. Галузеві складові національної туристичної системи**

Джерело: розроблено авторами [1].

З метою забезпечення здійснення всебічного аналізу розвитку НТС в Україні з 2021 р. згідно з Наказом Державної служби статистики від 29.12.2017 р. №359 запроваджується методологія допоміжного (сателітного) рахунку туризму, розроблена із урахуванням положень, викладених у Регламенті (ЄС) №692/2011 Європейського парламенту та ради від 06.07.2011 р., що стосується статистики туризму [3], а також Міжнародних рекомендацій зі статистики туризму, 2008 р., документу «сателітний рахунок туризму: рекомендована методологічна основа», 2008 р. [3]. Згідно зазначених Методологічних положень до галузей туризму в Україні мають бути віднесені: тимчасове розміщення, забезпечення стравами і напоями, залізничний пасажирський транспорт, наземний пасажирський транспорт, водний пасажирський транспорт, повітряний пасажирський транспорт, надання в оренду транспортних засобів, туристичні агентства, туристичні оператори, інші послуги з бронювання, діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг, діяльність у сфері спорту та дозвілля, типові туристичні товари, специфічні для країни, типові туристичні послуги, специфічні країни [4, С. 21-28].

Туристичні послуги є ключовим компонентом торгівлі, що підпадає під переговори щодо послуг у рамках Загальної угоди про торгівлю послугами (General Agreement on Trade in Services – GATS) Світової організації торгівлі (World Trade Organization – WTO). Туристичні послуги найбільше з усіх секторів торгівлі охоплюють усі чотири можливі форми (режими) постачання послуг (supply of a service) GATS:

Режим 1 – Транскордонне постачання: туроператори, туристичні агенти та підприємства ресторанного бізнесу надають свої послуги клієнтам за кордоном.

Режим 2 – Споживання за кордоном: режим постачання найбільш типово пов'язаний з туризмом: туристи виїжджають за кордон, щоб придбати туристичні послуги за межами своєї країни.

Режим 3 – Комерційна присутність: готельні групи та туристичні оператори створюють готелі та дочірні підприємства за кордоном.

Режим 4 – Рух фізичних осіб: мережа готелів або туристичне підприємство тимчасово передає фізичним особам дочірнє підприємство за кордоном (внутрішньокорпоративні трансфери) або як постачальники контрактних послуг для надання туристичних послуг за кордоном [5].

Україна як член СОТ взяла на себе виконання зобов'язань пов'язаних із наданням послуг в галузі туризму у зазначених режимах.

Внутрішнє структурування простору НТС забезпечується інтеграційними відносинами і відбувається у межах створення балансу очікувань між потребами споживачів туристичних послуг та стратегічними можливостями складових (акторів) НТС з урахуванням системи обмежень. Розвиток відносин відбувається як еволюційним, так і революційним шляхом, що визначає його циклічність та спричиняє появу певної спіралі розвитку – вектору.

Розвиток інтеграційної взаємодії видів економічної діяльності в рамках НТС полягає у динамічних переходах між станами окремих учасників один відносно одного та з урахуванням положення щодо зовнішнього середовища. Відповідно актуалізується потреба відображення формалізованої моделі процесу інтеграційної взаємодії складових НТС з урахуванням принципів системного підходу та розвитку економічних об'єктів (відображення динаміки руху у часі).

У такому випадку розвиток пов'язаний зі складом учасників, їх характеристик, функцій і ролей. При зміні складу учасників НТС відбуваються зміни й трансформація всієї структури, а отже, структура розвивається.

Послідовність взаємопов'язаних процесів щодо створення туристичного продукту розглянуто в рамках концепції ланцюга цінності (вартості), започаткованої М. Портером у 80-х рр. ХХ ст. [6]. Для НТС ланцюг створення цінності продукту формується за основними та допоміжними (забезпечуючими

та супутніми) видами економічної діяльності. У цьому дослідженні, виходячи зі специфіки НТС і відображення в національній статистиці результатів діяльності, основна увага зосереджена на діяльність туроператорів та агентів, візову підтримку, транспортне (зокрема, авіаційне) забезпечення та розміщення.

Організація подорожей та бронювання, тобто **діяльність туроператорів і турагентів**, є основною складовою ланцюга створення вартості продукту в національній туристичній системі. В Україні досить значна кількість зареєстрованих суб'єктів туристичної діяльності, останніми роками – більше 3 тис. За даними Державної служби статистики у 2018 р. із 4293 суб'єктів туроператори складають 14,4%, 80,7% та суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність 4,9%. Згідно з Ліцензійним реєстром суб'єктів туроператорської діяльності Міністерства економічного розвитку і торгівлі України станом на 01.01.2018 [7] видано 2661 ліцензію підприємствам, що здійснюють туристичну діяльність. Отже, існує досить значна невідповідність статистичної звітності [1].

*Таблиця 1*

**Динаміка окремих показників діяльності суб'єктів туристичної діяльності в Україні 2010-2018 рр.**

№ пор.	Показники	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1.	Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од., у т.ч.:	4157	5346	5711	3885	3183	3506	3469	4293
1.1.	Юридичні особи	2165	2880	2859	2198	1785	1838	1743	1833
1.2.	Фізичні особи-підприємці	1992	2466	2852	1687	1398	1668	1726	2460
2.	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного	4150,4	6654,9	6496,7	5566,5	5015,3	11935,7	19022,5	21625,9

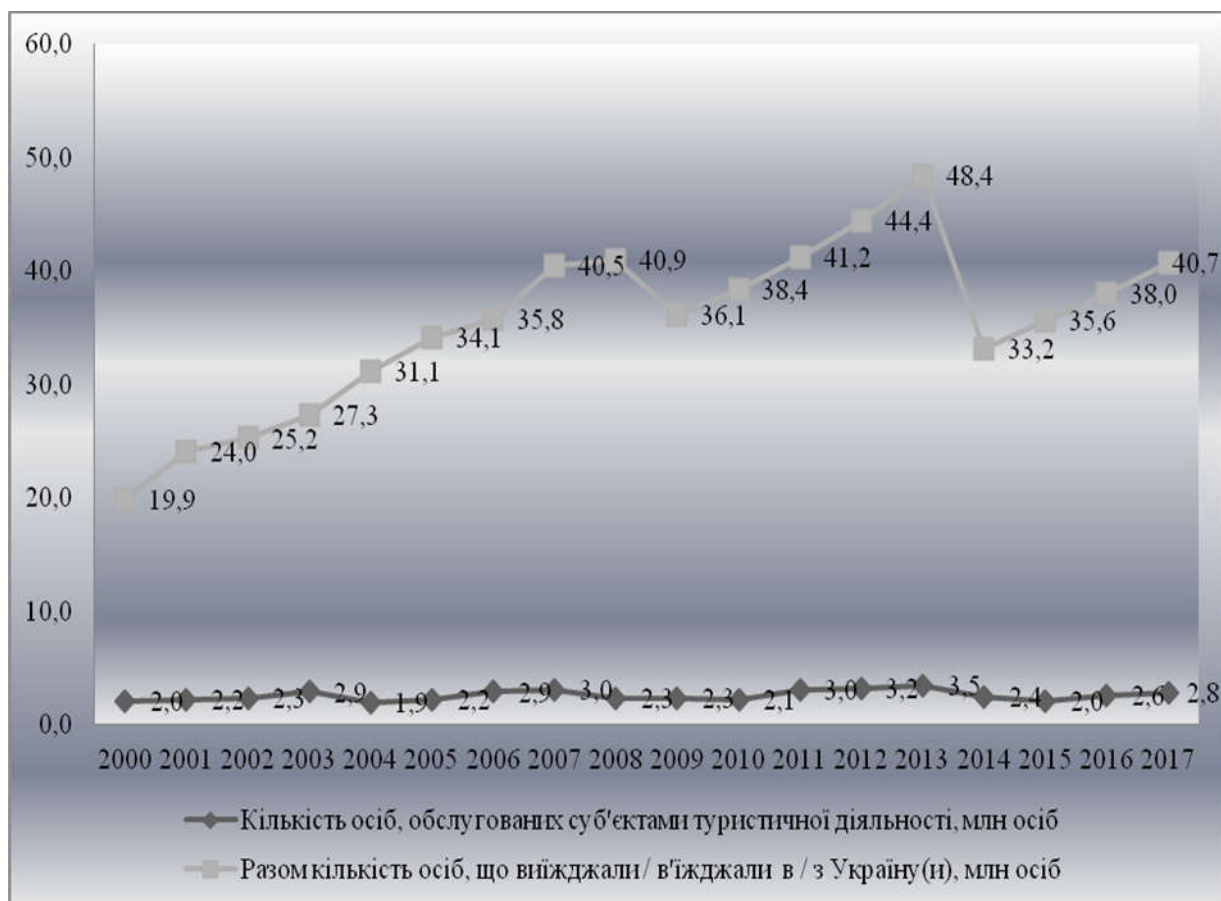
	податку й аналогічних обов'язкових платежів), млн грн, у т.ч.								
2.1.	Юридичні особи	3957,1	6360,1	6199,8	5432,6	4797,7	11522,5	18502,9	21069,3
2.2.	Фізичні особи-підприємці	193,3	294,8	296,9	133,9	217,6	413,2	519,6	556,6
3.	Середній обсяг доходу, що припадає на 1 суб'єкта туристичної діяльності, тис. грн., у т.ч.	998,4	1244,8	1137,6	1432,8	1575,7	3404,4	5483,6	5037,5
3.1.	Юридичні особи	1827,8	2208,4	2168,5	2471,6	2687,8	6269,0	10615,5	11494,4
3.2.	Фізичні особи-підприємці	97,0	119,5	104,1	79,4	155,7	247,7	301,0	226,3

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [8-15].

Особливу увагу необхідно звернути на чисельність туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України (СТД), питома вага яких є досить низькою, в середньому 13,2% для осіб, що виїжджали за кордон та 14,5% для іноземних осіб, що приїздили в Україну. Упродовж 2000–2003 рр. чисельність туристів, яких обслуговували СТД, збільшувалася, особливо активно у 2003 р., зокрема приріст становив майже 30%. У 2004–2005 рр. відбулося зниження туристичної активності, що переважно пов'язано з валютними коливаннями на ринку. Упродовж 2007–2008 рр. спостерігалось інтенсивне зростання чисельності обслуговуваних туристів, що супроводжувалося активізацією розвитку всіх видів туризму за всіма напрямками. У 2009–2011 рр., зважаючи на причини, зумовлені світовою фінансовою кризою, чисельність



туристів зменшилася майже на 25% – до 2,29 млн осіб, незважаючи на зростання в'їзного туристичного потоку; 2012–2013 рр. характеризувалися позитивними тенденціями: обсяг обслуговуваних туристів збільшився до 3,45 млн. осіб, що є найбільшим за період з 2000 р., а у 2011 р. ще на 1,0% – до 2,4 млн. осіб. У 2014–2015 рр. обсяги осіб, обслугованих СТД, та їх зростаючі тенденції різко змінилися, скорочення порівняно із 2013 р. склало більше 50,0%. Проте надалі, особливо вже у 2017 р., спостерігається незначне зростання із 2,05 млн осіб у 2015 р. до 2,81 млн осіб у 2017 р. (рис. 2).



**Рис. 2. Співвідношення сумарного обсягу осіб, що в'їжджали / виїжджали в / з Україну(и), та осіб, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України у 2000-2017 рр., млн осіб**

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [8-15].

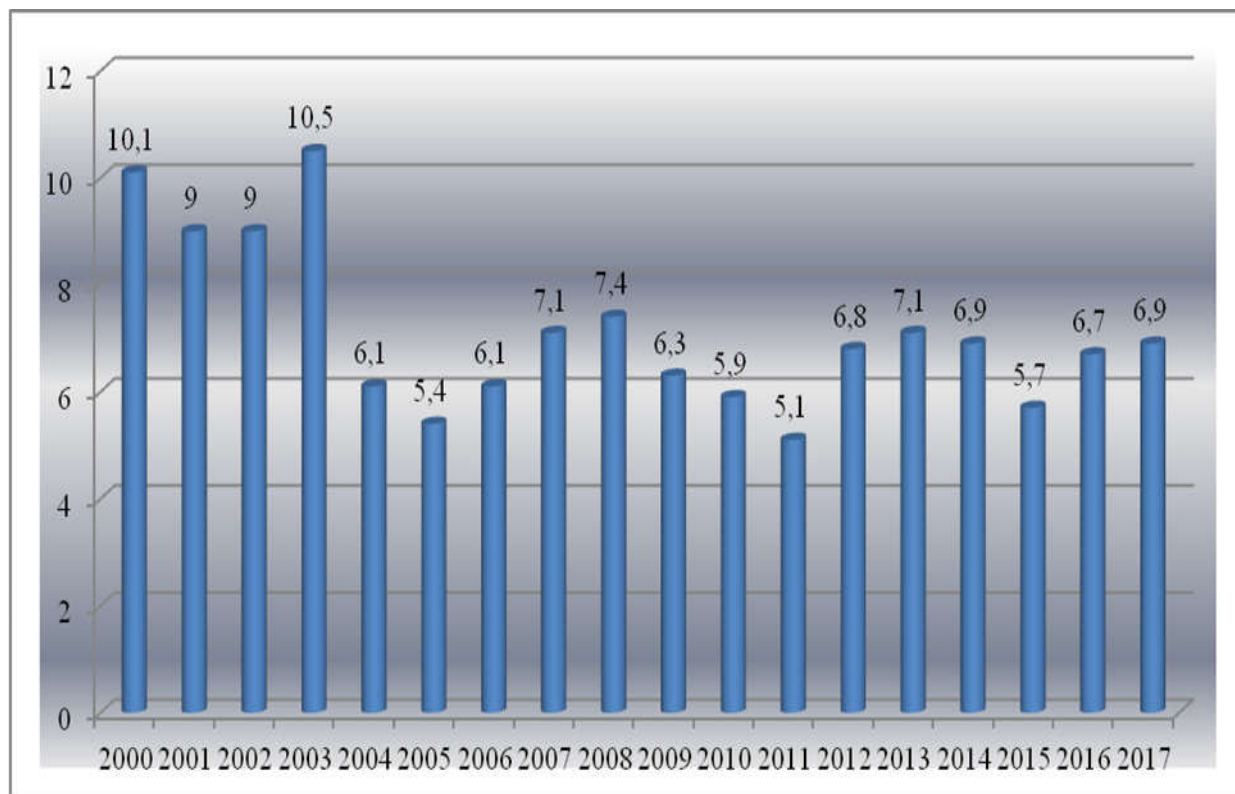
Таблиця 2

**Обсяги доходів від обслуговування, динаміка, структура туристів,  
обслугованих суб'єктами туристичної діяльності в Україні 2010-2018 рр.**

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), млн. грн.	4150,4	6654,9	6496,7	5566,5	5015,3	11935,7	19022,5	21625,9
Кількість осіб обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, тис. осіб, в т.ч.:								
в'їзні (іноземні)	234,3	270,1	232,3	17,1	15,2	35,1	39,6	76,0
у % до загального обсягу	10,7	9,0	6,7	0,7	0,8	1,4	1,4	1,7
в'їзні	1250,1	1956,7	2519,4	2085,3	1647,4	2060,9	2289,9	4024,8
у % до загального обсягу	56,8	65,2	72,9	86,0	81,6	80,8	81,6	88,3
внутрішні	715,6	773,9	702,6	322,7	357,0	453,6	476,9	456,8
у % до загального обсягу	32,5	25,8	20,3	13,3	17,7	17,8	17,0	10,0
Обсяг доходу, отриманого від 1 туриста, тис.грн.	1886,6	2217,8	1880,8	2295,4	2483,3	4681,4	6778,3	4745,1

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [8-15].

За період із 2000 р. і до нині спостерігається тенденція: на фоні зростання абсолютних показників туристичних потоків в Україні— скорочення питомої ваги осіб, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності. У середньому за досліджуваний період 7,1% осіб, що виїжджали/в'їжджали з/в Україну, користувалися послугами суб'єктів туристичної діяльності (рис. 3).



**Рис. 3. Динаміка питомої ваги осіб, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України у 2000-2017 рр., %**

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [8-15].

Згідно з Ліцензійним реєстром суб'єктів туроператорської діяльності Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, станом на 01.01.2018 видано 2661 ліцензію підприємствам, що здійснюють туристичну діяльність. Проте, як впливає із даних табл. 3 всього 26-ма туроператорами (1,0% від

загальної кількості зареєстрованих туроператорів) обслуговано 86,8% загального обсягу осіб, що користувалися послугами туроператорів.

Таблиця 3

**Структура обсягів осіб, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності за видами туризму у 2017 р.**

Показники	В'їзний туризм	Виїзний туризм	Внутрішній туризм
Обслуговано туристів туроператорами, що входять у ТОП-10	51258	2084565	90272
у % до загального обсягу відповідного типу туризму	87,5	88,8	57,2
Обслуговано туристів іншими туроператорами	7321	263157	67654
у % до загального обсягу відповідного типу туризму	12,5	11,2	42,8
Всього обслуговано туристів відповідного типу туризму, осіб	58579	2347722	157926
у % до загального обсягу	2,3	91,6	6,2
<b>Всього обслуговано туристів, осіб</b>	<b>2564227</b>		

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [7].

До ТОП-10 туроператорів за кількістю обслугованих туристів в розрізі в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму у 2017 р. належало 26 туроператорів, причому ТОВ «Джоін Ап!» є лідером у в'їзному та виїзному туризмі та входить до 5 лідерів у внутрішньому туризмі. Такі підприємства, як ПрАТ «Обрій Інк», ТОВ «Новий стандарт ділових заходів» та ПП «Кандагар Тревел» також мають високі обсяги діяльності за кількома видами туризму. Найвищі обсяги діяльності характерні для операторів виїзного туризму: ТОВ «Джоін Ап!» (678,0 тис.), ТОВ «Анекс Тур» (453,8 тис.), ТОВ «Тревел Профешнл Груп» (238,3 тис.), ТОВ «Гез Тур» (233,6 тис.), ТОВ «Корал Тревел» (198,3 тис.), ТОВ «ТТВК» (*TUI*) (136,2 тис.), ТОВ «Пегас Туристик» (83,3 тис.)

(табл. 4). Кожним з них у 2017 р. було обслуговано від 70,0 до майже 700,0 тис. осіб.

Таблиця 4

**ТОП-10 туроператорів за кількістю обслугованих туристів у розрізі  
в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму у 2017 р.**

№ пор.	В'їзний туризм		Виїзний туризм		Внутрішній туризм	
	Назва підприємства	Кількість туристів, осіб	Назва підприємства	Кількість туристів, осіб	Назва підприємства	Кількість туристів, осіб
1	ТОВ «Джоін Ап!»	18623	ТОВ «Джоін Ап!»	678013	ПрАТ «Обрій Інк»	18306
2	ПП «Соло Іст»	9408	ТОВ «Анекс Тур»	453801	ТОВ «Телехаус-Київ Міжнародний туризм»	15476
3	ТОВ «Новий стандарт ділових заходів»	5473	ТОВ «Тревел Профешнл Груп»	238321	ТОВ «Світ мандрів»	13554
4	ТОВ «Профінтур ФПУ»	4058	ТОВ «Тез Тур»	233639	ТОВ «Рейкарц Тревел Україна»	12610
5	ТОВ «Антанта Тревел»	3992	ТОВ «Корал Тревел»	198305	ТОВ «Джоін Ап!»	6752
6	ТОВ «Арктур Туроператор та ДМС»	2687	ТОВ «ТТВК» (TUI)	136191	ПП «Кандагар Тревел»	5915
7	ПП «Кандагар Тревел»	2279	ТОВ «Пегас Туристик»	83286	ТОВ «Телехаус Київ Туризм»	5888
8	ПрАТ «Обрій Інк»	1825	ТОВ «Танго Тревел»	24952	ПП «Країна Ю Ей»	4326
9	ТОВ «Альбатрос-Тревел»	1659	ТОВ «ГТО»	22273	ПП «Вилковестур»	3814
10	ТОВ «Київський»	1254	ПрАТ «Універсальне»	15784	ТОВ «Новий стандарт»	3631

	супутник»		агентство з продажу авіаперевезень»		ділових заходів»	
	<b>Разом ТОП-10</b>	<b>51258</b>	<b>Разом ТОП-10</b>	<b>2084565</b>	<b>Разом ТОП-10</b>	<b>90272</b>

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [7].

Отже, туристичний ринок висококонцентрований, оскільки 86,8% загального обсягу споживачів суб'єктів туристичної діяльності обслуговує всього 1,0% туроператорів.

В Україні, як і в усьому світі, посилюються тенденції самостійного планування та бронювання подорожей, тому хоча й політичні події, пов'язані із проведенням гібридної війни Росії проти України, негативно вплинули, зокрема, на обсяги іноземних громадян, що відвідали Україну, але зважаючи на те, що громадяни розвинутих країн досить часто самостійно бронюють авіаквитки, засоби розміщення та не потребують віз, ситуація не виглядає занадто критичною, хоча й це не виключає кроків щодо популяризації України за кордоном. Глобальні інформаційно-комунікаційні сервіси, що використовуються для самостійного бронювання послуг у туризмі, включають в себе широкий спектр засобів, систем і технологій [1] і характеризують сучасні глобальні тренди туристичного простору.

*Глобальні інформаційно-комунікаційні сервіси*, що використовуються для самостійного бронювання послуг в туризмі, включають в себе широкий спектр засобів, систем, технологій, зокрема:

– системи інтернет-бронювання житла, квитків (букінгові системи): *Booking.com* (заснована 1996 р., входить у групу компаній *Priceline Group*), *Otel.com* (заснований у лютому 2004 р.), *Agoda.com* (заснована в 2005 р., входить у групу компаній *Priceline Group*), *Hotels.com* (входить у групу компаній *Expedia, Inc.*), *Airbnb* (заснована в 2008 р., працює за парадигмою економіки спільної участі), *Trivago*, *Skyscanner*, *Kiwi*, *Onetwotrip*, *Hotelworld*,

*Home Away*, *DB Navigator* та інші, а також сайти популярних в Україні авіакомпаній *Wizzair*, *Ryanair*, *Iberia* і *Vueling*, МАУ та інші;

– сайти безкоштовного обміну житла (мережі гостинності): *CouchSurfing.com* (січень, 2004 р.), *HospitalityClub* (січень, 2000 р.), *Warm Showers* (для велосипедистів-мандрівників), *PasportaServo* (для есперантистів);

– системи самостійного підбору варіантів переміщення та розміщення в різних дестинаціях: *TripAdvisor* (лютий, 2000 р.), *TripMyDream* (український стартап, переможець міжнародного стартап-конкурсу *Seedstars Summit 2016*, де було обрано найкращий туристичний стартап світу 2016 р.), *Rome2rio* (для пошуку альтернативного маршруту), *izi.TRAVEL* (аудіогід);

– пошукові та навігаційні сервіси: *Google.com* (заснований 27.09.1998), *Yahoo* (березень, 1995 р.), *Bing* (червень, 2009 р.), *Ask.com* (1996 р.); українські: *Ukr.net*, *I.ua*, *Online.ua*, *Meta*, *LightStorage*, *Google Maps*, *maps.me*, *MyGPSCoordinates*, *Navigon*, *HERE WeGo*, *WiFi Map Pro* (мапа вайфай), *Google docs*;

– оренда автомобілів: *Europcar* і *Hertz*, *Economybookings*, *Uber* і *Taxify*, *blablacar*, *Ultimate Drives*;

– банківські послуги: *Приват24*, *Ощад24*, *Monobank*;

– відеохостинги, що надають послуги розміщення відеоматеріалів: *YouTube* (заснований 14.02.2005);

– соціальні мережі *Facebook* (заснований 4.02.2004) *Instagram* (жовтень 2010 р.), *JetLovers* (травень 2011 р., обчислення статистики польотів окремої особи);

– блог-сервіси: *Twitter*, *Blogger*, *WordPress.com*, *Blog.com*, *LiveJournal*, *Blogoreader*, *Meta.ua*, *Hiblogger.net*, *ВКурсі.ком*;

– краудфандингові платформи;

– мобільні додатки: *TripAdvisor Offline City Maps*.

Ці явища характеризують сучасні глобальні тренди туристичного простору. Відображенням стирання меж між туристами та місцевими жителями є діяльність суб'єктів туристичної діяльності, що позиціонують себе як **експерти та персональні гідів туризму** – окремі особи чи/та групи осіб, що можуть координуватися із певного центру, не користуються послугами туроператорів чи турагентів, пропонують самостійно сформовані туристичні маршрути зважаючи на власний досвід, ситуації. Досить часто такі експерти позиціонують свої подорожі як подорожі друзів; а себе як тих, хто знаходиться поза межами туристичної галузі. Прикладами таких суб'єктів туристичної діяльності є «Я люблю Азію» (*IloveAsia*) (з 2009 р. послугами скористалися 2,0 тис. осіб із 10 країн), *MakeMyTrip* (2010 р., реєстрація – Естонія, діяльність - Україна), *Paganel Studio* (з 2011 р., реєстрація – Естонія, контактні центри – Київ, Москва, Таллінн, Вроцлав), *Trekking Club*, *Antropolio*, *Norway Travel*, *12.5 Months*, *MakeMyTrip* (Індія, 2000 р.)

Діяльність зазначених суб'єктів спрямована на розвиток виїзного туризму. Тому специфіка та обсяги їх роботи характеризують виїзний туристичний потік. Головними перевагами таких подорожей для учасників є те, що туристи практично «занурюються» у середовище проживання місцевих жителів і перебувають у регіонах із незначним туристичним потоком.

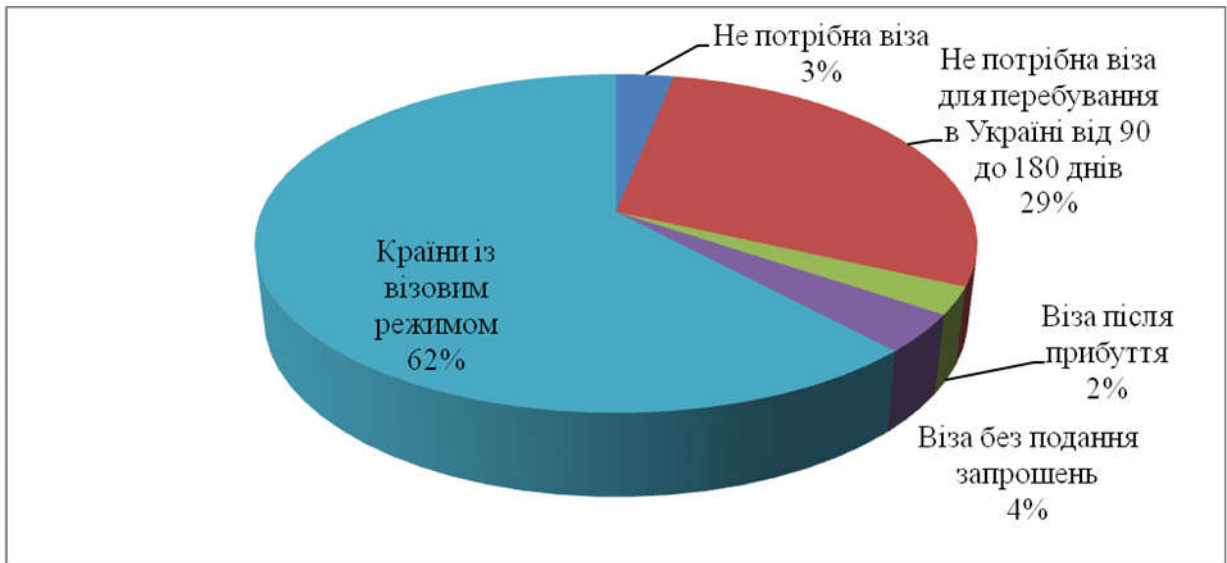
Особливості функціонування експертів та персональних гідів туризму:

- відсутність ліцензій туроператора;
- відсутність користування послугами туроператорів та турагентів (можливо лише у виняткових випадках);
- зазвичай подорожі до країн та регіонів «немасового туризму»;
- маршрути складають самостійно, зважаючи на власний досвід, ситуації та бажання тих, хто користується їх послугами;



- значна увага приділяється активному туризму (гірські сходження, пішохідні прогулянки, пересування);
- невеликі групи туристів (в середньому 12 осіб);
- пересування в рамках маршруту на громадському транспорті, таксі, регулярних міжміських автобусних, залізничних, авіарейсах;
- проживання в стаціонарних та нестаціонарних засобах розміщення;
- зазвичай прибуття (переліт) туриста до початкового місця маршруту визначається та оплачується ним окремо.

**Візова політика** є однією із найважливіших офіційних формальностей, що впливають на міжнародний туризм. Розробка політики та процедур, які мають відношення до віз, а також до іншого важливого документа – паспорта, тісно пов'язана з розвитком туризму [16, с. 7]. У цьому сенсі у рамках визначення рівня відкритості та доступності національної туристичної системи, можна скористатися дослідженням ЮНВТО Звіт про відкритість віз [17], згідно із яким Україна належить до групи країн із середнім індексом відкритості – 22–24; при максимально відкритому 53–100 [17]. До цієї ж групи належать Австралія, значна кількість Латино-американських країн, усі європейські країни крім, Білорусі і РФ. Наразі для в'їзду до України громадянам 6 країн не потрібна віза (3,0% від загальної кількості країн) і громадянам 56 країн – не потрібна віза для перебування в Україні від 90 до 180 днів (29,0%). А громадяни 68,0% країн в'їжджають в Україну на основі віз. Питома вага груп країн щодо візового режиму для в'їзду в Україну представлена на рис. 4.



**Рис. 4. Питома вага груп країн щодо візового режиму для в'їзду в Україну**

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [17].

Отже, громадяни 62 країн, за певних умов, мають можливість в'їзду до України без віз, причому щорічно перелік таких країн зростає, оскільки Україна здійснює масштабні зміни щодо в'їзної візової політики:

- розширення переліку країн, з якими спрощуються / відмінюються візові режими;

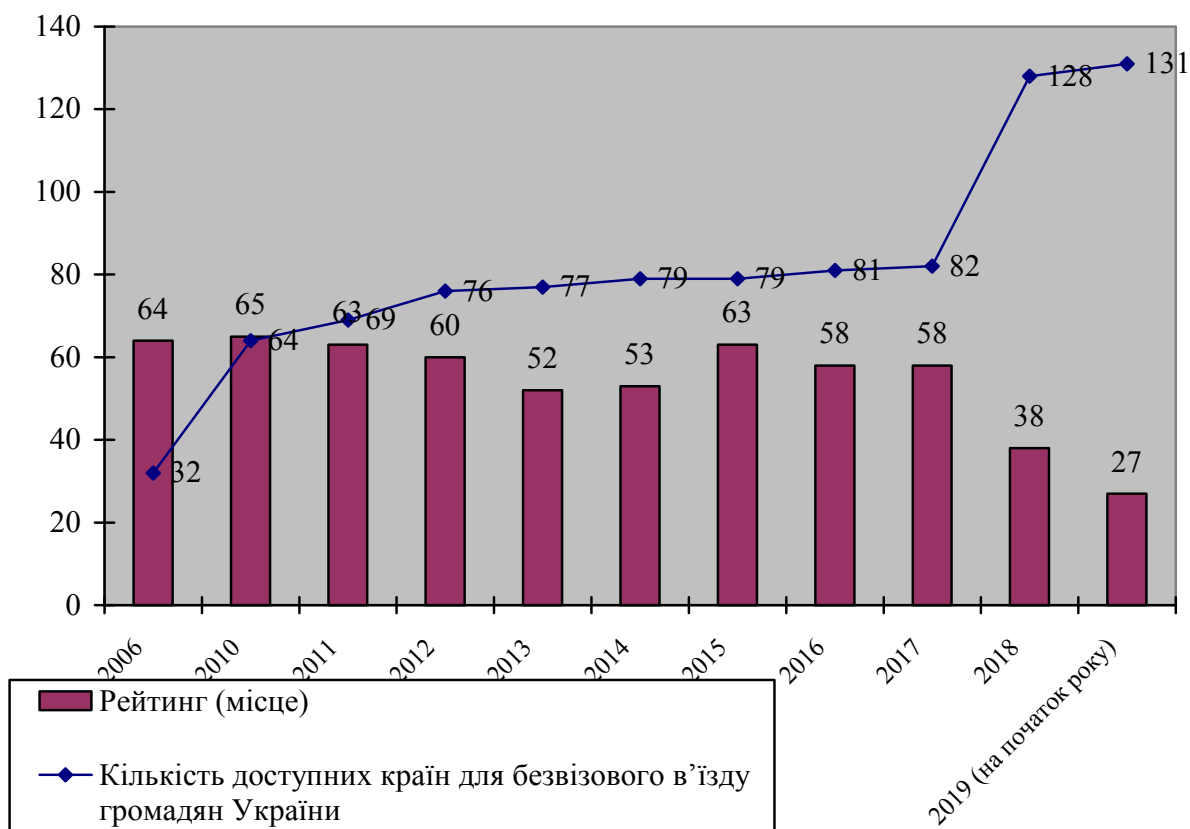
- запровадження взаємного скасування візових вимог, тобто в'їзд громадян без закордонних паспортів, а на основі внутрішніх ID-карток (наразі із Туреччиною, у розробці – Грузія, Катар, у перспективі – Литва, Латвія, Естонія);

- запровадження фіксації біометричних даних на кордоні для громадян 71 країни (зокрема РФ) з метою забезпечення національної безпеки України;

- запровадження електронної візи для в'їзду в Україну і, відповідно, скасування оформлення іноземцям туристичних та ділових віз у пунктах пропуску через державний кордон у міжнародних аеропортах Бориспіль, Київ та Одеса.

Таким чином, з 1 січня 2019 р. Міністерство закордонних справ (МЗС) здійснює централізоване оформлення віз в електронному вигляді (e-Віза) громадянам 52 держав світу. До переліку держав, що особливо можуть бути цікавими для України з туристичного погляду входять Австралія, Китай, Нова Зеландія, Саудівська Аравія та інші. Також збільшується тарифна ставка консульського збору за оформлення E-віз з 65 до 85 доларів США та розширюється перелік підстав для оформлення електронної візи (додатково до ділової та туристичної мети в'їзду запроваджують приватну, для лікування, діяльності у сфері культури, науки, освіти, спорту, а також представників іноземних ЗМІ з метою виконання службових обов'язків) [18].

Паралельно із зазначеними процесами в'їзду до України проводиться діяльність щодо розширення переліку країн, з якими спрощуються / відмінюються візові режими для в'їзду на їх територію громадян України: у 2017 р.: із країнами Шенгенської зони, Катару, ОАЕ; спрощення із Японією; з 2018 р. – Уругвай, Таїланд. Відображенням ефективності проведеної діяльності є зростання «сили» українського паспорта, особливо останніми двома роками. Розглянемо можливості в'їзду громадян України до інших країн (рис. 5).



**Рис. 5. Динаміка позиції паспорта громадянина України в Індексі паспорта Хенлі<sup>2</sup>**

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [19]

Місце України у Глобальному рейтингу паспортів є досить непостійним та має виражену тенденцію до зростання. Так, на січень 2019 р. Україна займає вже 27 позицію із можливістю безвізового в'їзду у 89 країн світу та можливістю отримати візу після прибуття у 42 країнах. Таким чином, кількість «доступних» країн для в'їзду громадян України (*VFS*) складає 131, а у 67 країнах потрібна віза, серед яких США, Японія, Велика Британія, Ірландія, Китай, Канада.

<sup>2</sup> Індекс паспорта Хенлі (The Henley Passport Index) є оригінальним та найавторитетнішим індексом паспорта з історичними даними, що охоплюють 13 років. Індекс та його зміст базуються на даних, наданих Міжнародним агентством повітряного транспорту (IATA), а також доповнені, вдосконалені та оновлені, використовуючи великі внутрішні дослідження та Інтернет-дані з відкритим кодом. Цей індекс включає в себе 199 різних паспортів та 227 різних напрямків подорожей.

Для порівняння: у Глобальному рейтингу паспортів перші позиції займають ОАЕ (167 країн), Німеччина (166) та 12 країн (Сінгапур, Данія, Швеція, Фінляндія, Люксембург, Франція, Італія, Нідерланди, Іспанія, Норвегія, Південна Корея та США) займають третю позицію із VFS у 165 країн (табл. 5).

Таблиця 5

**Фрагмент Глобального рейтингу паспортів на січень 2019 р.**

Рейтинг паспорта ( <i>Passport Power Rank</i> )	Назва країн	Кількість доступних країн ( <i>VFS</i> )	з них:		Кількість країн, «доступ» до яких потребує візи ( <i>Visa required</i> )
			із безвізовим режимом ( <i>Visa free</i> )	із можливістю отримання візи після прибуття ( <i>Visa on Arrival</i> )	
1	ОАЕ	167	113	54	31
2	Німеччина	166	126	40	32
	...				
27	Україна	131	89	42	67
	....				
45	Середнє значення	101			
86	Афганістан	30	5	25	168

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [20].

Причому нижче України знаходяться: Сербія (рейтинг 28 і кількість «доступних» країн 127), Македонія (34 / 119), РФ (35 / 118), Чорногорія (36 / 117), Грузія, Боснія і Герцоговина, Туреччина (39 / 114), Молдова (40 / 112), Албанія (42 / 110), Білорусь, Казахстан (51 / 81), Китай (53 / 78), Азербайджан (58 / 72), Вірменія (61 / 68), Індія (63/ 66). Також Україна займає позицію вище середнього значення, що відповідає 101 «доступній» країні. Позиції України в зазначеному рейтингу значно посилились у зв'язку із введенням безвізового режиму із країнами Шенгенської зони з 11 червня 2017 р., з 31 грудня 2017 р. – із ОАЕ. Надалі перед Україною стоять важливі завдання щодо лібералізації

візового режиму з близько 30 країнами так званого «білого шенгенського списку»<sup>3</sup>.

У спільному дослідженні ЮНВТО та Всесвітньої ради з подорожей та туризму зазначається, що загалом у світі «поліпшення візових процесів могло б додатково принести 206 млрд дол. США у вигляді доходів від туризму і забезпечити додатково створення цілих 5,1 млн робочих місць» [21].

У доповіді ЮНВТО про відкритість туристичних віз для країн Шовкового шляху [22, с. 8-9] пропонується п'ять напрямів спрощення візового режиму: 1) удосконалення процесів надання інформації; 2) спрощення діючих візових процедур; 3) використання диференційованих підходів (наприклад, в Китаї запроваджено 72 год безвізовий режим для громадян 45 країн, що відвідують основні туристичні визначні місця); 4) використання програм оформлення електронних віз; 5) впровадження регіональних угод. Для України варто додати ще один напрям, що активно впроваджується: обопільне скасування в'їзду за закордонним паспортом через надання можливостей в'їзду за внутрішнім ID-паспортом. Як вже зазначалося, такі угоди запроваджуються між Україною і Туреччиною (з січня 2018 р.) та Україною і Грузією (в розробці).

**Транспортна складова** є досить важливою у національній туристичній системі. За даними Державної служби статистики обсяги пасажирських перевезень видами транспорту (без урахування міських видів) з 2010 р. скорочуються, проте це частково пояснюється змінами у статистичному обліку<sup>4</sup> та зростанням використання власного автомобільного транспорту. Найбільші обсяги пасажироперевезень характерні для автомобільного транспорту, питома

---

<sup>3</sup> У цей список входять близько 60 країн, у тому числі Австралія, Бразилія (для громадян України існує безвізовий режим), Канада, Чилі (для громадян України існує безвізовий режим), Колумбія, Ізраїль (для громадян України існує безвізовий режим), Японія, Мексика, Панама, Сінгапур, Південна Корея, Уругвай і Венесуела.

<sup>4</sup> Кількість відправлених пасажирів за даними ПАТ "Укрзалізниця". З 2017 року змінено порядок обліку перевезень пасажирів залізничним транспортом у приміському сполученні, які користуються пільгами на безкоштовний проїзд.

вага яких складає в середньому останніми роки близько 85,0%, на другому місці – залізничний транспорт – близько 10,0%; інші види транспорту не мають значної питомої ваги. Для туристичної складової вагомою є діяльність авіатранспорту, що динамічно розвивається. Так, темп приросту авіаційних пасажиропотоків у 2017 р. порівняно з 2010 р. складає 72,8%. У 2017 р. авіатранспортом перевезено 10,6 млн. осіб.

Таблиця 6

**Динаміка кількості перевезених пасажирів за видами транспорту  
в Україні у 2010-2018 рр.<sup>5</sup>**

Показники, тис. осіб	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Пасажири, перевезені видами транспорту	4167226	4057161	3894023	3784239	3309685	2647025	2422749	2195413	2078011
- авіа-	6107	7505	8106	8107	6473	6303	8278	10556	12529
- залізнич- ним	427200	429800	429100	425200	389300	389800	389100	164941	157962
- автомо- більним	3726288	3611829	3450173	3343659	2913318	2250345	2024892	2019324	1906852
- морським	6646	7064	5921	6642	29	26	30	29	72
- річковим	985	963	723	631	565	551	449	563	596

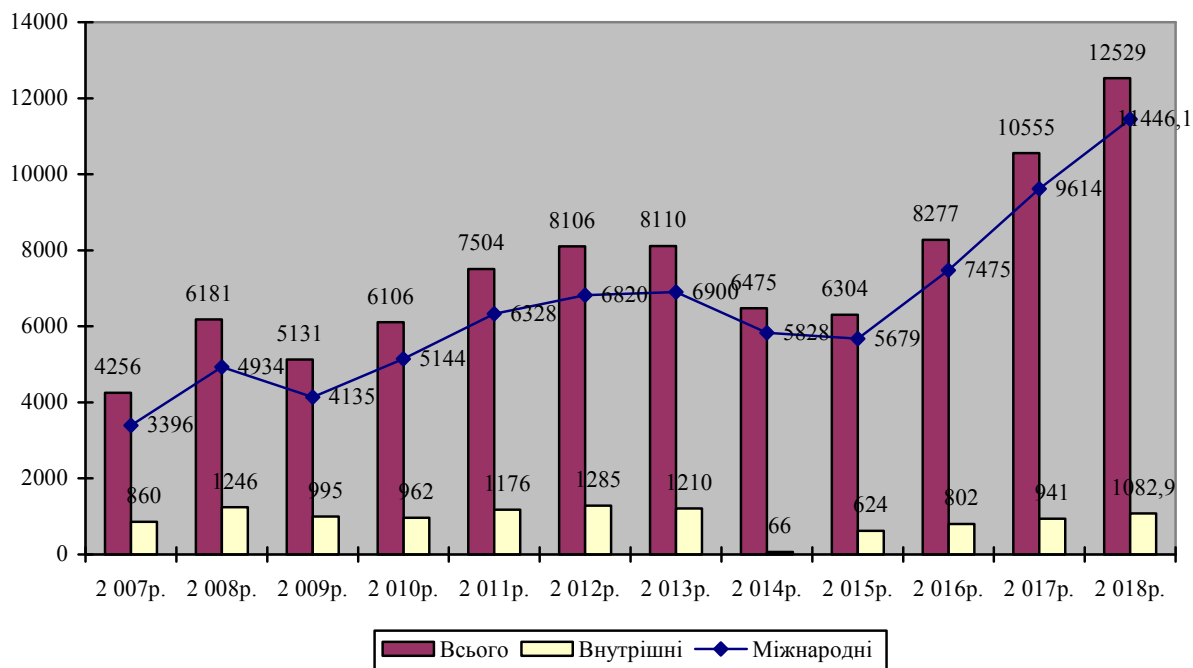
Джерело: розроблено авторами за матеріалами [23].

Наразі (2017–2018 рр.) відбуваються досить значні зміни у в'їзних потоках, пов'язаних із стрімкою інтеграцією України до міжнародного повітряного простору. Так, за статистичними даними Державної авіаційної служби України<sup>6</sup> спостерігається її стабільний розвиток: у 2017 р. порівняно із 2016 р. кількість перевезених пасажирів збільшилась на 27,5% та склала 10555,6 тис. осіб, а пасажиропотоки через аеропорти України зросли на 27,6 % і

<sup>5</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях у 2014-2018 рр.

<sup>6</sup> Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2016-2018 рр. - <https://avia.gov.ua>

становлять 16498,9 тис. осіб; у 2018 р. кількість перевезених пасажирів збільшилась порівняно з 2017 р. на 18,7% та склала рекордні 12529 тис. осіб (рис. 6).



**Рис. 6. Динаміка обсягів перевезень пасажирів авіаційним транспортом України у 2007-2018 рр., тис. осіб**

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [24-26].

За даними Державної авіаційної служби України з 2016 р. спостерігається стрімке зростання обсягів пасажирських перевезень. Так, якщо за підсумками 2016 р. обсяги пасажирських перевезень вітчизняних авіакомпаній перевищили показник 2013 р. на 2,1%, то за 2017 р. – вже на 30,1%, а у 2018 р. – на 54,5%.

*Таблиця 7*

**Динаміка обсягів перевезень пасажирів та пасажиропотоків аеропортів України у 2016-2018 рр.**

Показники	Всього			у т.ч. міжнародні		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
1. Перевезено пасажирів,	8277,8	10555,6	12529,0	7475,3	9614,5	11446,1



тис. осіб						
- у тому числі: на регулярних рейсах, тис. осіб	5736,0	6768,4	7867,6	4944,1	5837,5	6796,2
- у тому числі: на нерегулярних рейсах, тис. осіб	2541,8	3787,2		2531,2	3777,0	
2. Пасажиропотоки, тис. осіб	12929,9	16498,9	20545,4	11294,5	14591,1	18357,5
- у тому числі: на регулярних рейсах, тис. осіб	10376,2	12646,1	15811,1	8775,6	10770,3	
- у тому числі: на нерегулярних рейсах, тис. осіб	2553,7	3852,8		2518,9	3820,8	

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [24-26].

Сьогодні перевезення пасажирів здійснює 21 вітчизняна авіакомпанія, а міжнародні регулярні польоти між Україною та країнами світу – 10 вітчизняних авіакомпаній до 46-ти країн світу, серед яких лідируючі позиції займають «Міжнародні Авіалінії України», «Азур Ейр Україна», «Роза вітрів», «ЯнЕйр», «Браво» (табл. 8), та 32 іноземні авіакомпанії до 32-х країн світу.

Таблиця 8

#### Діяльність основних авіакомпаній України (станом на кінець 2018 р.)

Назва авіакомпанії	Кількість бортів	Основні напрями здійснення польотів	Основні показники діяльності
«Міжнародні авіалінії України» (МАУ), заснована у 1992 р.	48, більше половини з них – <i>Boeing 737–800</i> , середній вік флоту – 12 років	75 пунктів призначення, основні: Відень, Франкфурт, Лондон, Брюссель, Цюрих, Мілан, Барселона, Авів, Нью-Йорк	Обсяг перевезень 7000,0 тис. пасажирів (2017 р.); оборот 18 млрд грн (2017 р.); базовий аеропорт – Бориспіль
«Роза вітрів» ( <i>Windrose</i> ), заснована у 2003 р.	12, з них: 5 вузькофюзеляжних <i>Airbus</i> (4 A321 і 1 A320) і 7 <i>Embraer</i> , середній вік	Тиват, Анталія, Спліт, Пула, Барселона, Ларнака, Даламан, Бодрум, Ізмір, Шарм-ель-	Обсяг перевезень 1391,9 тис. пасажирів (2017 р.);

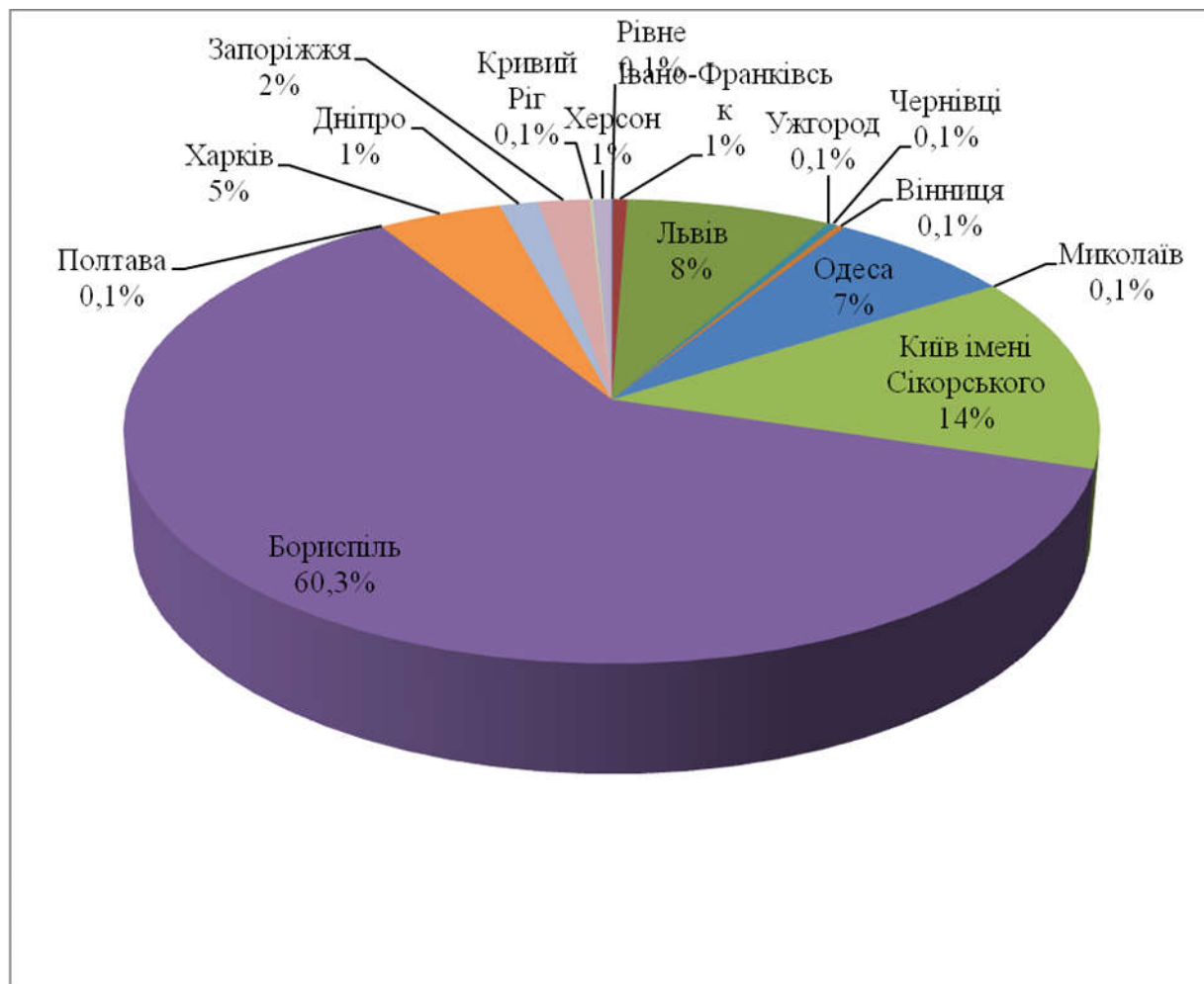
	– 16 років	Шейх, Хургада, Софія, Іракліон, Бухарест, Верона,	оборот – 3 млрд грн (2017 р.); базовий аеропорт – Бориспіль
«СкайАп» ( <i>SkyUp</i> ) / нова авіакомпанія розпочала роботу в кінці травня 2018 р.	2 Boeing 737-800 віком 4 роки	Лише чартерні рейси до Шарм-ель-Шейха, Хургади, Батумі, Анталі	Базовий аеропорт – Київ ім. Сікорського
«Браво» ( <i>Bravo Airways</i> ), заснована у 2012 р.	4, з них: 3 Boeing 737 і 1 McDonnell Douglas MD-83	Основні чартерні напрямки – Тірана, Анталія, Даламан, Батумі, Тиват, Бургас	Базовий аеропорт – Київ ім. Сікорського
«Анда Ейр» ( <i>Anda Air</i> ), заснована у 2015 р.	2 McDonnell Douglas; середній вік 27 років	Власні чартерні рейси до Анталі, Даламана, Бургаса, Варни, Аліканте; іноді обслуговують рейси авіакомпаній «МАУ» і «Bravo»	Базовий аеропорт – Київ ім. Сікорського
«ЯнЕйр» ( <i>YanAir</i> ), заснована у 2012 р.	5 літаків	Шарм-ель-Шейх, Хургада, Ріміні, Тбілісі, Батумі	Базовий аеропорт – Житомир
«Азур Ейр» Україна ( <i>Azur Air Ukraine</i> ), заснована у 2011 р.	2 власних літаки, але залучає на свої рейси також борти <i>Azur Air</i> і <i>Azur Air Germany</i>	Анталія, Шарм-ель-Шейх, Бодрум, Даламан	Оборот –1,5 млрд грн (2017 р.); базовий аеропорт – Бориспіль

Джерело: розроблено авторами за матеріалами офіційних сайтів авіакомпаній.

Більшість українських авіакомпаній засновані за останні 5–7 років, обсяги їх діяльності порівняно із Міжнародними авіалініями України є доволі незначними, проте вони створюють конкуренцію, сприяють розширенню масштабів діяльності авіаринку, доступності послуг, наповненню бюджетів та зайнятості населення.

Середній коефіцієнт зайнятості пасажирських крісел у 2017 р. склав на міжнародних регулярних рейсах українських авіакомпаній 77,7%, на внутрішніх регулярних – 73,5% (проти 78,2% та 73,3% у 2016 р., відповідно. Зараз в Україні

функціонує 20 аеропортів та аеродромів, але 98,0% загальних пасажиропотоків сконцентровані в 7 аеропортах країни – Бориспіль, Київ ім. Сікорського (Жуляни), Одеса, Львів, Харків, Дніпро та Запоріжжя (рис. 7).



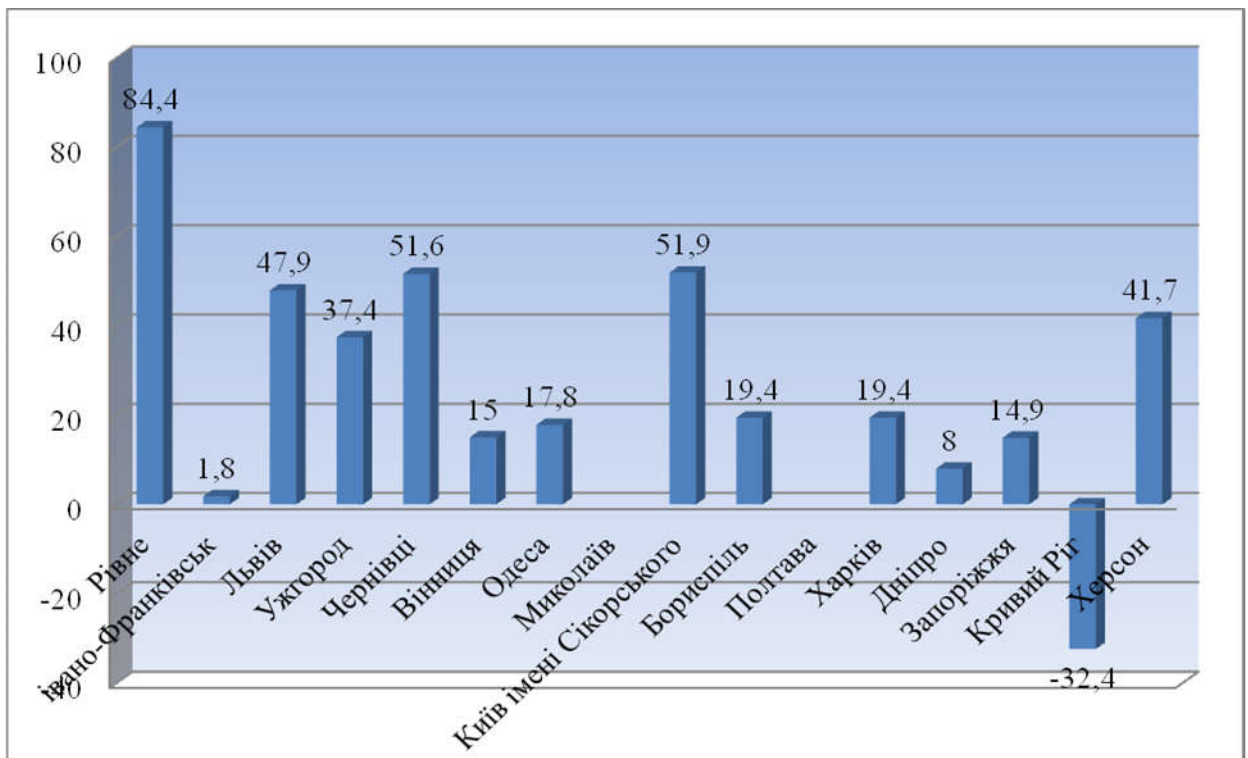
**Рис. 7. Розподіл пасажиропотоків у аеропортах України у 2018 р., %**

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [26].

У 2018 р. загальний пасажиропотік аеропортів України зріс до 20,6 млн осіб, в т.ч. сумарно Бориспіль та Київ<sup>7</sup> – 15,4 млн пасажирів (77,0% загального авіатрафіку). Аеропортом «Бориспіль» завдяки запровадженню «хабової» стратегії розвитку, яка передбачає залучення трансферного пасажиропотоку, досягнуто зростання кількості обслугованих пасажирів у 2017 р. порівняно з 2016 р. на 22,1%,

<sup>7</sup> 22 березня 2018 р. Київська міська рада присвоїла аеропорту «Київ» ім'я авіаконструктора Ігоря Сікорського

а у 2018 р. ще на 19,4%. Високі темпи приросту пасажиропотоків зафіксовано в провідних аеропортах: «Київ» (64,2% і 51,9%, відповідно, у 2017 та 2018 рр.), «Львів» (46,3%, 48,0%), Харків (34,7%, 19,0%), «Запоріжжя» (26,5%, 15,0%), «Одеса» (18,8%, 17,8%), а також в регіональних аеропортах, зокрема «Чернівці» (в 3,5 рази), «Вінниця» (78,6%) та «Херсон» (64,7%).



**Рис. 8. Темпи приросту пасажиропотоків у основних аеропортах України у 2018 р. порівняно із попереднім роком<sup>8</sup>**

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [25-26].

Перший національний лоукост *SkyUp* отримає дозволи польотів з 31 березня 2019 р. з Києва (три рейси на тиждень) в Подгорицю (Чорногорія); зі Львова, Харкова, Одеси (по три рейси на тиждень) – в Прагу (Чехія); з Києва (три рейси на тиждень) в Карлові Вари (Чехія); з Харкова (два рази на тиждень) у Тель-Авів (Ізраїль). Крім того, Державіаслужба дала дозвіл *SkyUp* на збільшення частоти регулярних рейсів з Києва: в Аліканте (Іспанія) - з двох до

<sup>8</sup> У аеропортах Полтава з 29.07.2018 та Миколаїв з 26.12.2018 було відновлено діяльність.

трьох рейсів на тиждень; в Батумі (Грузія) – з трьох до 10 рейсів; в Бургас (Болгарія) - з трьох до п'яти рейсів, до Ларнаки (Кіпр) – з трьох до п'яти рейсів на тиждень.

Зважаючи на те, що діяльність українських авіакомпаній направлена переважно на виїзний туризм, а для іноземного є більш характерною діяльність іноземних авіакомпаній, звернемо увагу на приблизну відповідність між цими показниками: за даними 2017 р. 49,8% загального обсягу регулярних пасажирських перевезень між Україною та країнами світу припадає на іноземні авіакомпанії, а, відповідно, 50,2% – на українські.

Так, за даними звіту Державної авіаційної служби України спостерігається місце розширення діяльності на українському ринку іноземних авіакомпаній, про що свідчить, зокрема, відкриття у 2018 р. 27-ми нових повітряних регулярних ліній. Також було відновлено польоти на регулярній основі з Цюриха до Києва (Бориспіль). Загалом регулярні пасажирські перевезення на українському ринку виконували 34 іноземні авіакомпанії (у тому числі 3 нові, а саме лоукост перевізник «Ryanair» з Ірландії, авіакомпанії «*Muway Airlines*» з Грузії та «*Iraqi Airways*» з Іраку) до 33 країн світу.

Загалом упродовж 2018 року до України виконували польоти 38 іноземних авіакомпаній з 37 країн світу. Їх послугами скористались 6857,3 тис. пасажирів, що на 37,8% більше, ніж за 2017 р. та складає 50,2% загального обсягу регулярних пасажирських перевезень між Україною та країнами світу. Серед нових іноземних авіакомпаній (2017-18 рр.) такі: *Qatar Airways* (Катар), *Ernest SpA* (Італія), *Kish Air* (Іран), *Muway Airlines* (Грузія), *Iraqi Airways* (Ірак), *Ryanair* (Ірландія), *Brussels Airlines* (Бельгія).

Також протягом 2018 р. також продовжувалась активізація регулярних перевезень у межах України (табл. 9). Внутрішні пасажирські перевезення на регулярній основі виконували чотири вітчизняні авіакомпанії, які забезпечили повітряним сполученням десять міст України. За 2018 р. перевезено 1071,4 тис.

авіапасажирів, що на 15,4% більше, ніж за попередній 2017 р. При цьому середній коефіцієнт зайнятості пасажирських крісел на внутрішніх регулярних рейсах зріс з 73,5% за 2017 рік до 79,3% за 2018 рік.

Таблиця 9

**Динаміка показників діяльності авіакомпаній України на внутрішніх регулярних маршрутах у 2016-2018 рр.**

Показники	Всього		
	2016	2017	2018
Кількість авіакомпаній, що здійснюють регулярні внутрішні авіаперевезення, од.	5	5	4
Кількість міст України, між якими існують авіаперевезення	9	9	10
Кількість пасажирів, що скористались послугами українських авіаперевізників у рамках внутрішніх авіаперевезень, тис. осіб	791,9	930,9	1074,4
Темп приросту порівняно із попереднім роком, %	29,5	17,5	15,4
Коефіцієнт зайнятості пасажирських крісел на внутрішніх регулярних рейсах українських авіакомпаній, %	73,3	73,5	79,3

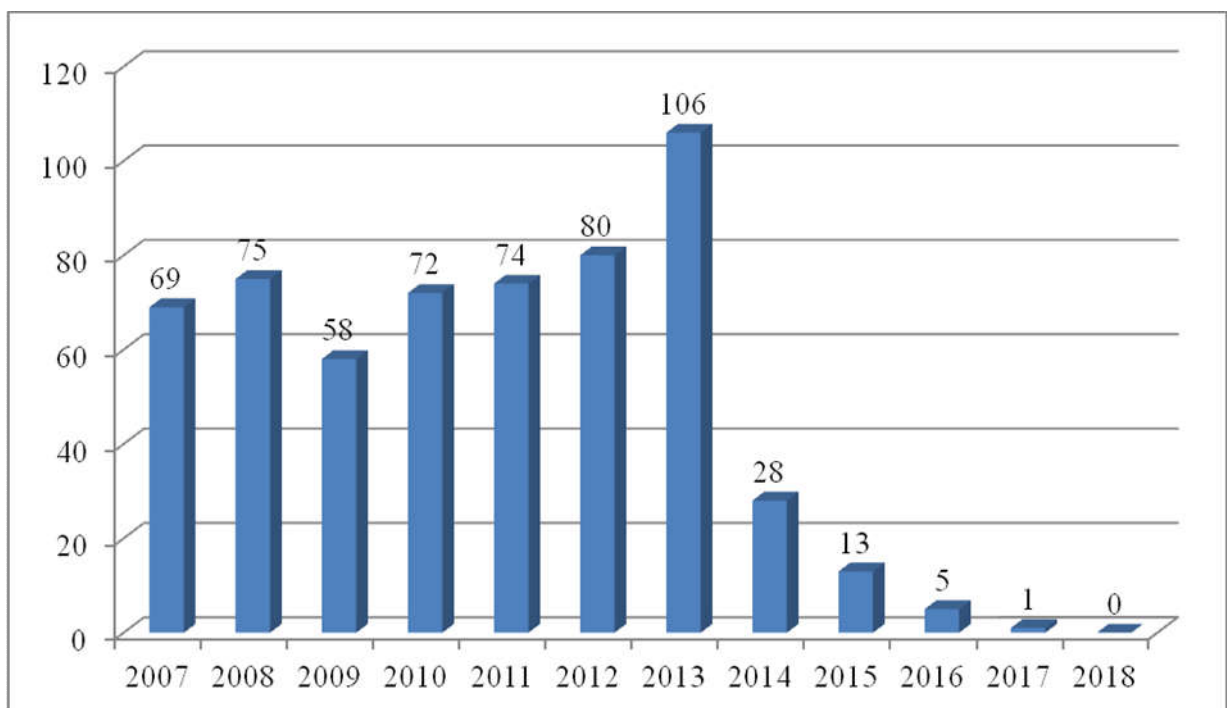
Джерело: розроблено авторами за матеріалами [24-26].

Динамічні зростання обсягів діяльності аеропортів і, відповідно, авіакомпаній частково зумовили збільшення затримок і відмін рейсів, особливо у літній період 2018 р. У частині чартерних перевезень за перші півроку 2018 р. порівняно із аналогічним періодом 2017 р. пасажиропотік основних аеропортів значно зріс; так, у Борисполі на 23% (з 1,3 до 1,6 млн), у Києві ім. Сікорського – на 66%, у Львові – на 50%. Отже, одним із пояснень появи негативн ситуацій (затримки і відміни рейсів) є стрімке зростання ринку авіаперевезень. Це також вказує на зростання попиту на авіаперевезення та, відповідно, на розширення туристичних послуг. Підсумовуючи, можемо говорити про потребу збільшення флоту авіакомпаній, його модернізації та збільшення власної частки ринку.

**Морські та річкові туристичні перевезення** в Україні сьогодні є вкрай обмеженими. До 2013 р. у два українські порти – Ялта і Одеса, здійснювали суднозаходи іноземні круїзні лайнери. Причому у 2010-13 рр. глобальний

оператор MSC Cruises реалізував пілотний проект круїзів з Одеси до Венеції. У 2013 р. компанія *Black & Baltic Seas Cruise* організувала 14 чорноморських круїзів за маршрутом Одеса – Севастополь – Феодосія – Ялта – Анапа – Сочі; надалі ситуація кардинально змінилась.

Динаміка кількості суднозаходів іноземних круїзних лайнерів в Одеський порт у 2007-2018 рр. представлена на рис. 9.



**Рис. 9. Динаміка кількості суднозаходів іноземних круїзних лайнерів в Одеський порт у 2007-2018 рр.**

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [27].

За даними Адміністрації Одеського морського порту наразі у зв'язку із стабілізацією політичної та соціально-економічної ситуації в Україні, організацією та доволі успішним здійсненням українськими судноплавними компаніями серії дніпровських круїзів Київ–Одеса для іноземних туристів, участю Одеського порту у роботі найбільшої у світі Асоціації суб'єктів

круїзного бізнесу *MedCruise*, світові круїзні оператори починають повернення на ринок України: з 10.05.2019 навігацію в порту Одеса відкриває лайнер *Aegean Odyssey* (оператор грецька компанія *Aegean Experience Maritime Co Ltd*, прапор Мальти, пасажиромісткість 380 осіб); з 30.10.2019 – лайнер *Amera* (оператор німецька компанія *Phoenix Reisen*, прапор Багами, пасажиромісткість 3800 осіб). Також на наступні роки уже подані замовлення на круїзні судозаходи у порт Одеса: 9 – на 2020 р., 3 – на 2021 р. і 1 – на 2022 р. [27]. Значні перспективи можуть відкритися на основі імплементації Плану спільних дій чорноморських портів з відродження круїзного судноплавства у регіоні на 3 наступні роки, прийнятому на 52 Генеральній Асамблеї *MedCruise*, що проходила на Мальті у травні 2018 р., та спільної ініціативи Адміністрації морських портів України (АМПУ) і Асоціації суб'єктів круїзного бізнесу *MedCruise* в рамках робочої групи *MedCruise Black Sea Working Group Meeting* про спільне маркетингове просування чорноморських портів України, Болгарії, Румунії на глобальному ринку морського туризму.

**Заклади розміщування туристів** є центральною складовою національної туристичної системи. Перебування України у стані транзитивності підтверджується значними змінами у методології статистичних досліджень та певній невідповідності даних щодо розвитку закладів розміщування. Так, Державною службою статистики до 2011 р. здійснювалися спостереження «Готелів та інших місць для тимчасового проживання», а після 2011 р. – «Коллективних засобів розміщування», дані між якими не зовсім співвідносяться, тому аналіз стану розвитку готельного господарства проведено з 2011 р. (табл. 10).

В Україні функціонує близько 4,7 тис. колективних засобів розміщування із загальним номерним фондом 300,9 тис. місць. Більша частина колективних засобів розміщування – готелі (60,0%). До 2014 р. спостерігалось зростання цих закладів, а після – скорочення. Проте кількість осіб, що перебували у



колективних засобах розміщування з 2014 р., щорічно зростає в середньому на 7,0%.

Таблиця 10

**Динаміка показників колективних засобів розміщування (ЗР)  
в Україні 2011-2018 рр.<sup>9</sup>**

<b>Показники</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Кількість колективних ЗР, одиниць, у т.ч.:	5882	6041	6411	4572	4341	4256	4115	4719
- готелі	3162	3144	3582	2644	2478	2534	2474	
- спеціалізовані ЗР	2720	2897	2897	1928	1863	1722	1641	
Кількість місць, тис. од., у т.ч.:	567,3	583,4	586,6	406	402,6	375,6	359,0	300,9
- готелі	154,2	162,8	179,1	135,5	132,5	135,9	133,4	
- спеціалізовані ЗР	413,1	420,6	407,5	270,5	270,1	239,7	225,6	
Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування, тис. осіб, у т.ч.:	7426,9	7887,4	8303,1	5423,9	5779,9	6544,8	6661,2	7006,2
- готелі	4656,8	4983,9	5467,8	3814,2	4297,2	5037,1	5135,2	
- спеціалізовані ЗР	2770,1	2903,5	2835,3	1609,7	1482,7	1507,7	1525	

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [28–31]

В основі розвитку готельного бізнесу в Україні є перебування на ринку світових транснаціональних корпорацій (ТНК). Відповідно, можна вважати, що наразі формується нова платформа світової рівноваги і гармонізації інтересів. Економічні переваги функціонування корпорацій для розвитку туристичного й готельного бізнесу полягають у такому: 1) сприяння розвитку системи інвестування цього та суміжних секторів; 2) підвищення ефективності використання капіталу та переваги економії від масштабів виробництва; 3) мультиплікаційний ефект впливу на інші галузі та сфери діяльності;

<sup>9</sup> Дані за 2014-2017 рр. без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

4) можливість формування значних капіталів та вирішення глобальних проблем;  
 5) можливість диверсифікації та спеціалізації виробництва. Відповідно, в основі створення певного корпоративного суб'єкта перебувають цілі, основними серед яких є: 1) максимізація прибутку; 2) забезпечення довгострокового розвитку; 3) створення сприятливих умов для своєї діяльності й забезпечення її ефективності; 4) забезпечення виконання в межах єдиного об'єднання всіх операцій; 5) проведення єдиної збутової або цінової політики; 6) отримання можливості вести маркетингову політику, масштабну рекламну кампанію; 7) вихід на нові ринки збуту.

Еволюція становлення та розвитку корпорацій світового масштабу в туристичному й готельному бізнесі пройшла певні етапи, проте найяскравіше ці етапи виділяються для транснаціональних компаній (ТНК) (табл. 11).

*Таблиця 11*

### **Еволюція розвитку ТНК у туристичному і готельному бізнесі**

<b>Назва етапу</b>	<b>Тривалість</b>	<b>Характеристика</b>
Перший	1950–1970 рр.	1. Поява міжнародних готельних мереж та їх кооперування у сфері транспортних перевезень. 2. Невисока питома вага міжнародних туристичних обмінів. 3. Локальна територіальна розповсюдженість перших ТНК у цій сфері (окремі європейські країни, США і Канада). 4. Існування туроператорського й турагентського бізнесу в ТНК як додаткового компонента для обслуговування споживачів готельних мереж і транспортних компаній
Другий	1970–1990 рр.	1. Розширення географічних кордонів ТНК в країни Близького Сходу, Північної Африки, Південно-Східної Азії і Карибського басейну. 2. Поширенням франчайзингових схем у готельному бізнесі. 3. Широкі пропозиції додаткових послуг для туристів (прокат автомобілів, профільні засоби масової інформації, виробництво товарів туристичного споживання, фінансові послуги)
Третій	2000–2010 рр.	1. Формування корпорацій з яскраво вираженою провідною роллю туроператорських і турагентських секторів. 2. Важливість нематеріальних ресурсів (бренд, наявність постійних споживачів). 3. Глобальна конкуренція. 4. Клієнтоорієнтований маркетинг

Четвертий	з 2010 – до сьогодні	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стрімке поширення технологічних інновацій, зокрема мобільних додатків.</li> <li>2. Виконання готельними корпораціями паралельно гостьових та сервісних функцій.</li> <li>3. Запровадження мультифункціональних глобальних адміністраторів (<i>Glovo, UberEats</i>).</li> <li>4. Інтернет-маркетинг, онлайн репутація корпорацій.</li> <li>5. Широка диверсифікація сервісу.</li> <li>6. Зародження конкуренції між готельними мережами, з одного боку, і Airbnb та подібними сервісами – з іншого.</li> <li>7. Розширення ролі корпорацій щодо послуг з організації поїздок, управління витратами та глобальної дистрибуції (<i>SAP Concur, Amadeus IT Group, TripAction, Coupa</i>)</li> </ol>
-----------	----------------------	---

Джерело: Доопрацьовано авторами за матеріалами [2, 32].

Сучасні ТНК, що працюють у сфері туристичного й готельного бізнесу, характеризуються: 1) розглядом ринку і конкурентних позицій в планетарному масштабі; 2) глибоким знанням своїх конкурентів і методів ведення глобальної конкурентної боротьби; 3) спрямуванням значної частини своїх прибутків на наукові дослідження, насамперед, у сфері технологічного та кадрового забезпечення; 4) координацією функціонування підрозділів на основі сучасних інформаційних технологій; 5) гнучкою організацією кожного окремого виробництва компанії, адаптивністю її структури до мінливих умов міжнародного середовища; 6) інтегруванням усіх підрозділів у єдину міжнародну мережу управління; 7) здійсненням інтеграційних угод з іншими ТНК, що функціонують у суміжних сферах.

У контексті транснаціоналізації, особливо туристичного бізнесу, варто зазначити, що він у широкому розумінні розглядається міжнародними інвесторами як один із секторів прибуткового вкладення капіталу за кордоном у зв'язку з довгостроковою тенденцією зростання міжнародних туристичних потоків, розширенням їх географії та поступовим входженням до світового туристичного ринку менш розвинених країн.

Однією із перших «прийшла» на український ринок світова корпорація ресторанного бізнесу «MacDonalds» у 1996 р. Щодо туристичного та готельного бізнесу, то провідні світові суб'єкти довго оцінювали власні перспективи та ефективність приходу на український ринок. Першими стали турецькі туристичні корпорації «Coral Travel» (1998 р.), «Tez Tour» і «Turtess» (2003 р.), прихід на український ринок яких став революційним явищем. А першими міжнародними готельними операторами в Україні стали «Rixos Group» та «The Rezidor Hotel Group» (табл. 12).

Таблиця 12

**Послідовність експансії світових ТНК  
на ринок туристичних і готельних послуг України**

<b>Рік</b>	<b>Сфера діяльності</b>	<b>Назва ТНК</b>	<b>Форма управління</b>
1994	Туристичні послуги	MouzenidisTravel	представництво
1994	Туристичні послуги	Anex Tour	представництво
1995	Туристичні послуги	Арктур Asla Travel Group	представництво
1998	Туристичні послуги	Coral Travel	контракт, франчайзинг
2003	Туристичні послуги	Tez Tour, Turtess	контракт, франчайзинг
2004	Туристичні послуги	Pegas Touristik	контракт, франчайзинг
2005	Готельні послуги	Rixos Group (Rixos Прикарпаття)	контракт
2006	Готельні послуги	The Rezidor Hotel Group (Radisson SAS, Radisson Blu Hotels&Resorts, Park Inn by Radisson)	контракт
2007	Готельні послуги	Hyatt Hotels (Hyatt Regency Kiev)	контракт
2008	Туристичні послуги	TUI	контракт, франчайзинг
2009	Готельні послуги	ING (InterContinental Kyiv, Holliday Inn Kyiv)	контракт
2009	Готельні послуги	Best Western (готель в м. Севастополь)	франчайзинг (АВНГ, Київ)
2011	Готельні послуги	Accor (Ibis Kyiv, Ibis Hotels, Ibis Styles Hotels)	контракт

2011	Готельні послуги	Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc (Four Points by Sheraton (Запоріжжя))	контракт
2012	Готельні послуги	Fairmont Raffles Hotels International (Fairmont Grand Hotel Kyiv, Swissotel Hotels Kyiv, Swissotel Hotels Odessa)	контракт
2012	Готельні послуги	Wyndham Worldwide CorpShs (Ramada Encore Kiev)	франчайзинг
2014	Готельні послуги	Hilton Worldwide (Hilton Kyiv)	контракт
2018	Готельні послуги	Marriott International (Aloft Kiev, Renaissance Hotels)	контракт

Джерело: розроблено авторами

Готельні ТНК, виходячи на український ринок, використовують переважно контрактне управління, згідно з яким оператор безпосередньо не здійснює будівництво готелю, а укладає контракт з компанією-девелопером і здійснює управління об'єктом. А туроператори починали роботу на українському ринку лише після того, як «освоїли» ринок турпослуг у РФ.

Можна зробити висновок, що на туристичному й готельному ринках України функціонують ТНК, які характеризуються такими ознаками: 1) надійність, оскільки більшість з них має досить тривалий період функціонування на ринку, деякі створені ще в першій половині ХХ ст.; 2) мають високу економічну ефективність функціонування; 3) характеризуються схильністю до ризику – прихід на український ринок послуг; 4) є визнаними лідерами в сферах туристичного й готельного бізнесу.

Особливості функціонування туристичних і готельних ТНК передбачають необхідність врахування та оперативної адаптації до численних чинників, що визначають туризм як активну людську діяльність, у зв'язку з чим ТНК повинні відповідати таким вимогам: 1) наявність можливостей прогнозування власної поведінки в конкретних умовах; 2) здатність протистояти зовнішнім і внутрішнім тенденціям, що сприяють руйнуванню системи; 3) здатність

змінювати свою структуру і формувати варіанти поведінки; 4) здатність і прагнення до цілеутворення, тобто формування цілей усередині системи. Сучасні політичні та соціально-економічні кризові процеси негативно впливають на можливість формування вітчизняних і приходу на український ринок міжнародних корпоративних утворень.

Прослідковується зародження процесів формування національних мережевих операторів (у туристичному бізнесі – мережа туристичних агентств «Гарячі путівки»; у готельному бізнесі – «*Premier Hotels and Resorts*», «*Reikartz Hotels&Resorts*» та «*Royal Hospitality Group*»). Першою готельною мережею стала *Premier Hotels and Resorts* у 2003 р., яка сьогодні нараховує 19 готелів категорії 3–5\*. Найбільшою мережею є *Reikartz Holes Group*, що об’єднує понад 40 готелів і представляє п’ять брендів: *Reikartz Collection Hotel*, *Reikartz*, *Optima*, *Vita park*, *Raziotel*, охоплюючи різні типи готелів (табл. 13).

Таблиця 13

### Національні готельні мережі України

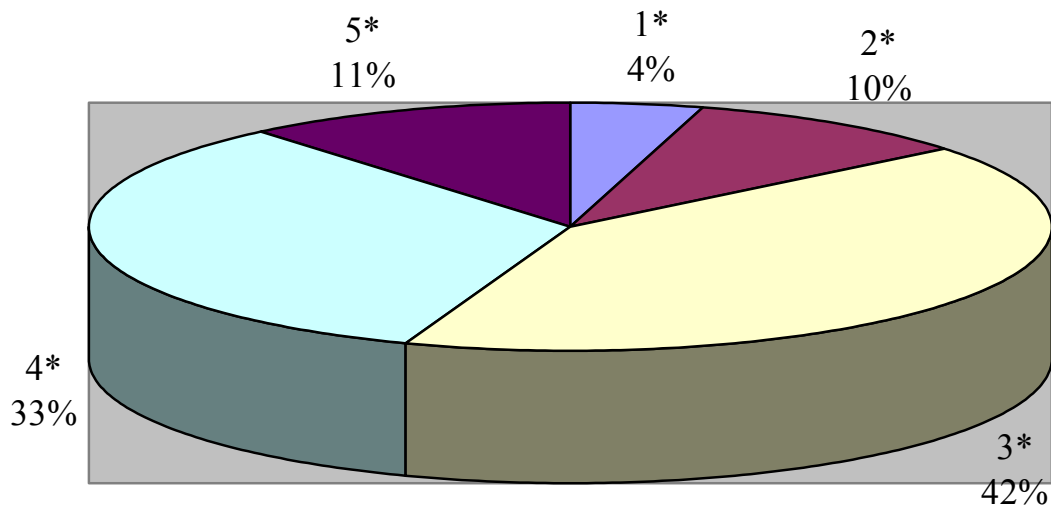
Назва готельної мережі	Кількість готелів / номерів / категорія готелів	Місце розміщення готелів
<i>Premier Hotels and Resorts</i>	19 готелів / понад 2000 готельних номерів / рівень 3-5*	14 міст України / <a href="https://www.phnr.com/ua">https://www.phnr.com/ua</a>
<i>Reikartz Holes Group</i>	Понад 40 готелів / рівень 3, 3+, 4*	23 міста України та за її межами / <a href="https://reikartz.com/uk/">https://reikartz.com/uk/</a>
<i>Royal Hotels and SPA Resorts</i>	Понад 800 номерів	Київ, Трускавець, Буковель <a href="https://rhg.com.ua/ua/">https://rhg.com.ua/ua/</a>
<i>Black Sea Hotels Group</i>	6 готелів	Одеса, Київ та курорти Одеської області / <a href="https://blacksea-hotels.com/uk/">https://blacksea-hotels.com/uk/</a>
7 днів	3 готелі	Камянець-Подільський, Київ, Запоріжжя <a href="https://www.7dniv.ua/">https://www.7dniv.ua/</a>

Джерело: розроблено авторами за матеріалами офіційних сайтів готельних мереж.

Недостатній розвиток національних туристичних і готельних мереж в Україні спричинений: 1) високим ризиком інвестування; 2) недостатністю та відсутністю значних фінансових можливостей залучення коштів з фондового ринку; 3) кадровими проблемами; 4) недостатністю державної підтримки. Водночас перевагами національних мереж може бути те, що вони мають кращі знання сучасних тенденцій ведення бізнесу, зв'язки з постачальниками та іншими контрагентами та є більш ефективними для економіки держави.

У «Реєстр свідоцтв про встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), виданих Мінекономрозвитку» [33] за даними на кінець грудня 2018 р. внесено 249 готелів, з них встановлено категорії 5\* – 28 (11,0%), 4\* – 83 (33,0%) 3\* – 103 (42,0%), 2\* – 24 (10,0%), 1\* – 11 (4,0%). 5-зіркові готелі розміщені у Києві і області (м. Ірпінь), Одесі і області, Харкові, Львові і області (зокрема у Трускавці), Дніпрі.

Для ефективного функціонування закладів туристичного й готельного бізнесу важливим є забезпечення умов для залучення інвестицій, доступ до більш дешевого, порівняно з іншими джерелами, капіталу, що забезпечується функціонуванням фондового ринку. Для України в умовах низького розвитку фондового ринку не є характерним залучення капіталу в такий спосіб. Хоча цінні папери, зокрема акції та облігації, є найефективнішим джерелом отримання додаткових ресурсів для фінансування поточної господарської діяльності й довгострокових проектів підприємств, проте їх залучення не є характерним для туристичного й готельного бізнесу.



**Рис. 10. Питома вага готелів та інших об'єктів, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення за встановленою категорією 1-5\* за даними на грудень 2018 р.**

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [33].

На зарубіжних фондових ринках українські туристичні й готельні корпорації практично не представлені, що ускладнює їх доступ до ринку капіталів, а отже, визначає стан цього сектора економіки та країни загалом. Водночас, у розвинутих економіках світу відбуваються процеси, що характеризуються активністю туристичних і готельних корпорацій на фондовому ринку. Підтвердженням цього є те, що на провідних фондових майданчиках світу лістинг пройшла велика кількість корпорацій, що стосуються цього бізнесу.

Представники міжнародного корпоративного сектора у ресторанному бізнесі менш активні, зокрема, найбільші ресторани мережі світу *Burger King* та *Subway* поки не бачать перспектив розвитку на нашому ринку. Прослідковується зародження процесів формування національних мереж,



особливо на ринку ресторанного бізнесу (холдинг «Фест!», «23 ресторани», «Козирна карта», «Мировая карта», «Швидко», «Пузата хата» та інші).

В науковому дослідженні [34] доведено, що розвиток та адаптація вітчизняного корпоративного сектора у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі до міжнародних правил та умов ведення бізнесу у перспективі матимуть позитивні наслідки, зокрема: 1) формування сприятливого інвестиційного клімату на ринку; 2) підвищення ефективності використання капіталу; 3) переваги економії від раціонально організованої роботи над масштабами виробництва; 3) формування мультиплікаційного ефекту впливу на інші (суміжні) галузі та сфери діяльності; 4) можливість залучення значних капіталів та вирішення глобальних проблем; 5) можливості диверсифікації та спеціалізації виробництва.

*Таблиця 14*

**Характеристика моделі управління корпораціями в туристичному, готельному та ресторанному бізнесі України**

<b>Критерії моделі</b>	<b>Існуючий стан</b>	<b>Бажаний стан</b>
Основні інвестори	Власники; держава	Інституційні інвестори, населення, банки
Основні методи залучення капіталу	Об'єднання капіталів, збільшення статутного капіталу	Емісія цінних паперів, банківські кредити
Рівень концентрації власності	Концентрований контроль	Децентралізований контроль
Ключові цінності	Прибуток, частка ринку	Прибуток, частка ринку, соціальна відповідальність

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [2, 34]

Сучасний період розвитку підприємництва характеризується яскраво вираженими передумовами для міжнародного руху капіталів через посередництво туристичної та суміжних з нею діяльностей. Розвиток корпорацій туристичного та готельно-ресторанного бізнесу значною мірою

відображає специфіку та проблеми корпоративного сектора України загалом. Проте існують певні специфічні особливості пов'язані із: 1) глибокою залученістю цієї сфери бізнесу до міжнародної економіки, що сприяє появі на українському ринку транснаціональних корпорацій; 2) специфічністю туристичної діяльності як «невидимої торгівлі», що включає «невидимий експорт/імпорт»; 3) потребою державної підтримки, зокрема іміджевого спрямування; 4) слабкою залученістю учасників бізнес-відносин до фондового ринку. Розуміння значущості вказаних процесів, інтенсифікація зусиль бізнесу та держави сприятимуть розвитку сфери гостинності України, її адаптації до стандартів міжнародного рівня.

Зважаючи на те, що інші важливі складові НТС, такі як рестораний, розважальний та дозвіллєвий, оздоровчий, виставковий бізнес, інфраструктурне забезпечення (Інтернет, мобільний зв'язок, автодорожне, комунальне господарство, АЗС), торговельний, банківський, фінансовий, страховий, кіно-, шоу-, видавничий бізнес направлені на залучення не лише туристів, а й місцевого населення, відповідно, неможливо за цим критерієм провести чіткий розподіл обсягів їх діяльності, а також виокремити туристичну складову.

Таким чином, узагальнено можна назвати основні тренди розвитку національної туристичної системи України: 1) зростання основних показників діяльності НТС (обсяги турпоків, закладів розміщення, транспортних засобів і маршрутів); 2) значне розширення ринку авіап перевезень (темп зростання авіаційних пасажиропотоків; прихід та/або повернення на український ринок світових авіакомпаній (*Ryanair, Wizz Air, Emirates, Vueling Airlines, Qatar Airways, El Al, Flydubai, Air Arabia, Alitalia*, тощо); формування національного low cost – перевізника *Sky Up*; перспективи лібералізації повітряного сполучення із країнами ЄС); 3) зростання автомобільних перевезень у міжнародному сполученні; 4) запровадження біометричних технологій та електронних віз і активізація діяльності державних органів влади щодо

спрощення/відміни візових режимів з окремими країнами та, навпаки, посилення біометричного контролю на кордонах країни щодо громадян окремих держав; 5) запровадження інноваційних технологій (спеціалізовані сайти та портали (*TripMyDream, ZruchnoTravel*), Національна програма лояльності «Турист України», туристичний хакатон (проекти в сфері цифрового туризму); 6) започаткування діяльності щодо створення регіональних туристичних продуктів «Україна – Туреччина», «Україна – Грузія», «Україна – Польща – Литва» та відновлення круїзних маршрутів (один із найбільших круїзних операторів світу швейцарська компанія – *Viking Cruises*, оголосила про відновлення 10 круїзних маршрутів Дніпром між Києвом та Одесою); 7) активізація промоції туристичних можливостей України за кордоном та для зарубіжних партнерів (Китай, США, Канада).

#### **Перелік літературних джерел:**

1. *Охріменко А. Г., Опанасюк Н. А., Приймаченко Н. В.* Розвиток функціонально-галузевої компоненти Національної туристичної системи України // Університетські наукові записки, 2020, Том 19, № 2 (74). С. 19-37.

URL: [www.unz.univer.km.ua](http://www.unz.univer.km.ua)

2. *Охріменко А. Г.* Національна туристична система. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 592 с. URL: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/a9ce8091f705997ec4313a1e61b2044d.pdf>

3. Про затвердження Методологічних положень із складання допоміжного (сателітного) рахунку туризму в Україні: наказ Державної служби статистики України від 29.12.2017 № 359. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Методологічні положення із складання допоміжного (сателітного) рахунку туризму в Україні: наказ Державної служби статистики України від 29.12.2017 № 359, С. 21-28. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. World Trade Organization. General Agreement on Trade in Services. URL: [https://www.wto.org/english/docs\\_e/legal\\_e/26-gats\\_01\\_e.htm](https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/26-gats_01_e.htm)

6. Porter M. E. The Competitive Advantage of Nations / M.E. Porter // Harvard Business Review. – 1990. URL: [http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter\\_1990\\_the\\_competitive\\_advantage\\_of\\_nations.pdf](http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter_1990_the_competitive_advantage_of_nations.pdf)

7. Ліцензійний реєстр суб'єктів туроператорської діяльності (01.01.2018) // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>

8. Туристична діяльність в Україні у 2012 році статистичний бюлетень / відп. за вип. І. В. Калачова. – Державна служба статистики України, 2013. – 272 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

9. Туристична діяльність в Україні у 2013 році: статистичний бюлетень / відп. за вип. І. В. Калачова. – Держ. служба статистики України, 2014. – 272 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

10. Туристична діяльність в Україні у 2014 році: статистичний бюлетень / відп. за вип. О. О. Кармазіна. – Київ: Держ. служба статистики України, 2015. – 76 с. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

11. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: статистичний бюлетень / відп. за вип. О. О. Кармазіна. – Київ: Держ. служба статистики України, 2016. – 76 с. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

12. Туристична діяльність в Україні у 2017 році: статистичний зб. / відп. за вип. О. О. Кармазіна. – Київ: Держ. служба статистики України, 2018. – 90 с. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

13. Туристична діяльність в Україні у 2018 році: Статистична інформація. – Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

14. Туристичний збір. – Державна податкова служба України. URL: <https://tax.gov.ua/podatki-ta-zbori/mistsevi-zbori/turistichniy-zbir/>

15. Туристичні потоки: Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
16. The report Tourism Visa Openness Report for the Silk Road Countries (2014). UNWTO. Report prepared for the 4th UNWTO Silk Road Ministers' Meeting ITB Berlin, 2014. – 28 p. URL: <http://www2.unwto.org>
17. Visa Openness Report 2015. World Tourism Organization UNWTO. URL: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2015visaopennessreportonline.pdf>
18. Про затвердження Вимог до оформлення віз в електронному вигляді: Наказ Міністерство закордонних справ від 18.12.2017 № 558. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0071-18>
19. The Henley Passport Index. URL: <https://www.henleypassportindex.com/passport-index>
20. Global Passport Power Rank. URL: <https://www.passportindex.org/byRank.php>
21. World Travel & Tourism Council. Офіційний сайт. URL: <https://www.wttc.org>
22. The report Tourism Visa Openness Report for the Silk Road Countries (2014). UNWTO. Report prepared for the 4th UNWTO Silk Road Ministers' Meeting ITB Berlin, 2014. – 28 p. URL: <http://www2.unwto.org>
23. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
24. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2016 р. // Державна авіаційна служба України. URL: <https://avia.gov.ua>
25. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2017 р. // Державна авіаційна служба України. URL: <https://avia.gov.ua>
26. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2018 р. // Державна авіаційна служба України. URL: <https://avia.gov.ua>

27. Одеський морський порт. Офіційний сайт. URL: <http://www.port.odessa.ua/ua>
28. Колективні засоби розміщування в Україні у 2011 р. : статистичний зб. // Державна служба статистики України (відповід. за вип. О. О. Кармазіна). – Київ, 2012. – 142 с.
29. Колективні засоби розміщування в Україні у 2015 році: статистичний зб. // Державна служба статистики України (відповід. за вип. О. О. Кармазіна). – Київ, 2016. – 142 с.
30. Колективні засоби розміщування в Україні у 2016 році: статистичний зб. // Державна служба статистики України (відповід. за вип. О. О. Кармазіна). – Київ, 2017. – 142 с.
31. Колективні засоби розміщування в Україні у 2017 році: статистичний зб. // Державна служба статистики України (відповід. за вип. О. О. Кармазіна). – Київ, 2018. – 142 с.
32. *Бандурин В. В.* Туристические транснациональные корпорации: модели, структура, экономическая эффективность: монография. – М. : Граница, 2007. – 368 с.
33. Реєстр свідоцтв про встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) виданих Мінекономрозвитку.
34. *Бойко М. Г.* Концептуальні основи розвитку корпорацій у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі // Наук. вісн. Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 13. – С. 35–39. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_13/51.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_13/51.pdf)