

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра статистики та математичних методів в економіці

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
к.е.н., доцент Ольвінська Ю.О.
“ ” 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності: « 051 «Економіка» »
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою: « Бізнес - економіка та аналітика »
(назва освітньої програми)

на тему: «Статистичне дослідження міжнародних туристопотоків»

Виконавець:

Студент (ка) 44П групи факультету ФЕУП

Резніченко Маргарита Юріївна
(прізвище, ім'я, по батькові) _____ /підпис/

Науковий керівник:

канд. екон. наук, доцент кафедри статистики та ММЕ
(науковий ступінь, вчене звання)

Милашко Ольга Генріхівна
(прізвище, ім'я, по батькові) _____ /підпис/

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТОПОТОКІВ.....	6
1.1. Сутність та структура туристопотоку.....	6
1.2. Тенденції становлення та закономірності розвитку міжнародних туристопотоків.....	8
1.3. Організаційні засади функціонування туристопотоків.....	14
Висновок до розділу 1.....	18
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТОПОТОКІВ	19
2.1. Динаміка та структура основних показників розвитку міжнародного туристопотоку.....	19
2.2. Аналіз показників діяльності міжнародного туристопотоку.....	21
2.3. Прогнозування обсягів міжнародного туризму.....	23
Висновок до розділу 2.....	29
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТОПОТОКУ В УКРАЇНІ.....	30
3.1. Проблеми та перспективи розвитку туристопотоку	30
3.2. Аналіз впливу туристопотоків на економіку регіону.....	35
3.3. Перспективні розрахунки туристопотоків на основі аналітичного вирівнювання.	38
Висновок до розділу 3.....	42
ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	46
ДОДАТКИ.....	50

ВСТУП

Сьогодні туризм є однією з найважливіших складових світової економіки. У результаті глобальна індустрія подорожей і туризму зросла на 3,9% у 2018 році, виробивши приблизно 8,8 трильйона доларів. США посідають перше місце за кількістю робочих місць і третю за величиною економіку світу. Уже восьмий рік поспіль міжнародний туризм має вищі темпи зростання, ніж світовий ВВП. Про це свідчать щорічні дослідження Всесвітньої ради подорожей і туризму (WTTC) [1] щодо економічного ефекту та соціальної цінності сектора.

Дослідження WTTC, яке проводилося протягом останніх 25 років, представляє світову індустрію приватних подорожей і туризму. Це показує, що індустрія міжнародного туризму зараз є другим за темпами зростання сектором світової економіки (3,9%) після інформаційних технологій (1,7%) і фінансових послуг (1,7%). Індустрія туризму лише незначно успішна порівняно з іншими галузями, які зросли на 4% у 2018 році.

Глорія Гевара, президент WTTC, сказала, що «2018 рік став ще одним успішним роком для світової індустрії подорожей і туризму, яка зберегла свою позицію як провідного прихильника економічного зростання та створення робочих місць. Восьмий рік поспіль сектор мала лідерство у світовому економічному зростанні [1].

Важливо визнати, що туризм зараз створює кожну п'яту нову роботу на планеті, і очікується, що в наступному десятилітті буде створено понад 100 мільйонів нових робочих місць, а до 2029 року – 421 мільйон робочих місць.

Оскільки туризм являє собою комплекс економічних відносин, які виявляються під час здійснення туристичної діяльності, тобто під час виробництва, розподілу, обміну та споживання туристичного продукту на основі економічної теорії, завдання розробки сучасних засобів і вимірювальних процесів у цьому сфера, яка б дозволяла адекватно оцінити розвиток туризму на світовому та національному рівнях, є складною.

Сучасна індустрія туризму стрімко розвивається і навіть має сьогодні нестабільний економічний клімат найбільше вигідний цій галузі. Зростання туризму нерозривно пов'язане зі зростанням інших галузей, а зокрема: ресторани, транспортні компанії, готелі та інші сфери бізнесу. Зростання попиту на туристичні послуги зумовлює зростання попиту на супутні послуги: розміщення, харчування, розваги, культура та мас-маркет.

Розвиток туристичної індустрії країни пов'язаний із зростанням зайнятості, диверсифікацією економіки країни, збереженням культурних цінностей, охороною природних ресурсів, а також підвищує інноваційний потенціал економіки країни, а також сприяє однорідності відносин між країнами і народами.

Сьогодні туристична галузь України відіграє значну роль в економіці країни, перебуває у стані значного розвитку та є частиною динамічного просування країни до євроінтеграції. Як наслідок, це засіб покращення світових позицій країни.

У зв'язку з цим найважливішими завданнями створення конкурентоспроможної індустрії туризму в Україні є пошук нових складових, а також вирішення першочергових проблем, які стримують її розвиток.

Як наслідок, зростання попиту на туристичні послуги та інші супутні товари позитивно впливає на економіку країни. Туризм вважається однією з найбільш значущих послуг у сфері надання послуг. Це створює нові робочі місця, збільшує надходження до бюджету, розвиває інфраструктуру, створює нові туристичні зручності, підвищує безпеку та зберігає історичні пам'ятки. У багатьох країнах туризм стає все більш вагомою складовою державного бюджету. Розвиток рекреаційної та туристичної індустрії є пріоритетом номер один у розвитку світової економіки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТОПОТОКІВ

1.1. Сутність та структура туристопотоку

Індустрія туризму відносно молода, але фактично практикується протягом тривалого часу. Історично люди подорожували, щоб побачити вплив природного світу на людське тіло, дізнатися про природний світ і його створіння або просто насолодитися прекрасними пейзажами та добре провести час. Сьогодні диверсифіковане населення давно засвоїло багатогранний підхід.

Залежно від мети подорожі, способу подорожі, кількості подорожуючих і масштабів їх охоплення історичну траєкторію розвитку туризму можна поділити на чотири етапи.

- 1) до 1841 р. – початковий етап;
- 2) з 1841-1914 рр. – період розвитку туризму як професії.
- 3) з 1914-1945 рр. – період розвитку індустрії туризму;

З 1945 року і по теперішній час індустрія туризму була монополізована урядом.

Туризм вважається формою відпочинку, а також активним видом відпочинку, популярність обох яких стрімко зростає. З цим передбачається майбутнє.

Сьогодні найпоширенішим розумінням міжнародного туризму є визначення, яке було сформульоване в 1993 році Статистичною комісією ООН для цілей статистики туризму (Концепція визначення та класифікації для статистики туризму). Як наслідок, міжнародний туризм – це діяльність осіб, які подорожують у місця, відмінні від місця їхнього типового проживання, на період не більше одного року з метою відпочинку, бізнесу та з іншими цілями.

Зупинимося на основних групах факторів, що сприяють розвитку туризму. Швидкість подорожі туристів регіонами зумовлена насамперед розвитком автомобільного, повітряного та водного транспорту. Збільшення швидкості розвитку міжнародного туризму в другій половині 20 ст. сприяло посиленому

розвитку повітряних перевезень, як наслідок, збільшилася кількість і дальність рейсів. Авіакомпанії, аеропорти та стан повітряного транспорту впливають на потенціал авіаперевезень, який виражається в кількості та дальності рейсів, кількості перевезених пасажирів і потенціалі зростання. Створення авіатранспортної інфраструктури впливає на розвиток міжнародного туризму в регіоні. Важливе значення має також наземна транспортна інфраструктура, яка характеризується доступністю транспорту до туристичних, культурних і ділових центрів; якість доріг, розміщення залізниць і портів, станцій, розвиток придорожного сполучення, доступність громадського транспорту.

Другим значущим елементом є створення туристичної інфраструктури, яка представлена організаціями, що сприяють розвитку туризму (туроператори та туристичні агентства, а також готелі, ресторани, розважальні заклади). Туристи є учасниками туристичного ринку, організатори туризму створюють туристичний продукт і гарантують його автентичність, а також надають інші туристичні послуги. Якість розміщення визначається еволюцією готельної індустрії, першоджерелом якої є індустрія розміщення. Глибина матеріально-технічної основи об'єктів готельного господарства, різноманітність галузей і якість обслуговування - все це має значуще значення в розвитку міжнародного туризму. Сьогодні основними компонентами туристичної інфраструктури є банки, виробники автомобілів та інші фінансові установи.

Важливою частиною розвитку міжнародного туризму стали процеси інформатизації суспільства та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій. Інфраструктура, пов'язана з інформаційно-комунікаційними технологіями, створення Інтернету та його доступність, розробка програмного забезпечення та його значення для туристичного ринку країни, а також створення електронної комерції – усе це має важливе значення для ринку міжнародного туризму країни.

1.2. Тенденції становлення та закономірності розвитку міжнародних туристопотоків

Одним з найважливіших факторів є доступність. Витрати на туристичні квитки, а також ціни на проживання, проїзд і користування певними послугами, які є специфічними для міжнародного туризму, сприяють диспропорції цін між міжнародним і місцевим туризмом.

Зростання та популярність туристичного сектору залежить від потенційних ресурсів. Враховуючи специфіку туристичної послуги, яка проявляється значною роллю людини в процесі її створення, одним із найважливіших чинників визначення її якості є людський ресурс. Демографічна ситуація, середня тривалість життя, а також спроможність соціальної сфери країни забезпечити належний рівень охорони здоров'я, освіти, розваг – усе це визначає потенціал людського розвитку країни. Наявність висококваліфікованих кадрів у сфері міжнародного туризму, наявність професійної освіти, яка багатогранно сприяє її розвитку, впровадженню нових знань і методів, що призводить до якісного стрибка країни в цій сфері.

Природні ресурси є значними для списку потенційних ресурсів країни. Наявність об'єктів всесвітньої спадщини природи, різноманітність флори і фауни, сприятливий клімат, що підвищує привабливість країни для туристів, сприяє розвитку в ній міжнародного туризму.

Поряд із природними багатствами країни її національні особливості створюють культурні ресурси. Багата культурна спадщина, казки, наявність історичних пам'яток дуже приваблюють туристів.

Окремою складовою розвитку міжнародного туризму є ступінь прозорості кордонів. Доступ до ринків, ефективна робота митного управління та імпорту та експорту товарів, прозорість кордонів, розвиток цивільної авіації та наземного транспорту, наявність та якість транспортних послуг, інформаційна та комунікаційна інфраструктура, політичні та правові аспекти пересування, рівень

захисту та безпеки, пов'язані з міжнародною торгівлею та туризмом, а також склад їхнього населення є факторами, які сприяють відкритості країни.

Розвиток туристичної інфраструктури, впровадження нових технологій у сфері міжнародного туризму потребує великих капіталовкладень. У зв'язку з цим інвестиції в індустрію міжнародного туризму країни заслуговують на особливу увагу. Інвестиції у сферу міжнародного туризму збільшують місткість ринку, збільшують кількість туристів і відвідувачів, покращують репутацію країни та роблять її більш конкурентоспроможною на світовому ринку туристичних послуг.

Міжнародний туризм — це соціальна, культурна та економічна діяльність, яка пов'язана з міграцією людей на території інших країн і, як правило, передбачає відпочинок і розваги на додаток до країни проживання. Міжнародний туризм впливає на економіку, природне та антропогенне середовище, населення місць, які відвідуються, і безпосередньо на відвідувачів.

Для ефективного прийняття рішень особи, які формують політику міжнародного туризму, повинні мати якомога повнішу та точнішу статистику. Лише отримавши доступ до необхідних і достатніх даних, можна оцінити різні аспекти туризму, покращити політику та процеси прийняття рішень.

Міжнародна конвенція зі статистики туризму визначає три основні види туризму.

а) внутрішній туризм, який є актом здійснення туристичної подорожі за межами постійного місця проживання особи в рамках внутрішньої або виїзної туристичної поїздки;

б) туризм, який залучає мандрівників, які не проживають у країні, вважається в'їзним туризмом.

в) виїзний туризм - це діяльність туриста, який постійно проживає в країні, відмінній від країни, яку вони відвідують, у рамках туристичної поїздки за кордон або внутрішньої подорожі.

Визнані види туризму можна поєднувати для створення інших видів туризму:

туризм, який відбувається всередині країни, називається в'їзним туризмом, який є туризмом відвідувачів, які не є резидентами країни, але натомість подорожують у межах країни як частина внутрішньої чи міжнародної поїздки.

б) національний туризм, який включає як внутрішній, так і закордонний туризм, тобто діяльність відвідувачів, які є постійними мешканцями розглядуваної країни, як всередині, так і за її межами, як частину внутрішньої або виїзної туристичної поїздки.

в) міжнародний туризм, який включає як в'їзний, так і виїзний туризм, тобто діяльність відвідувачів, які постійно проживають у країні, але за межами країни в рамках їх внутрішніх і виїзних подорожей, а також діяльність відвідувачів які не проживають у країні, але натомість є частиною кордонів країни під час виїзних подорожей.

У туристичній термінології слова «поїздка» або «відвідування» використовуються для опису будь-якої поїздки в місце, яке не є типовим для нормального середовища людини. Ці терміни описують дії відвідувачів, які не є мешканцями свого типового місця проживання під час подорожі та повернення.

Інформація про мету поїздки має вирішальне значення для визначення обсягу споживання та витрат відвідувачів. Статистика туризму — це підгалузь економічної статистики, яка зосереджується на розвитку туризму та туристичної індустрії. Темою статистики туризму є збір кількісних аспектів стану справ і розвитку індустрії туризму в поєднанні з якісними аспектами.

Витрати туристів – це загальна сума споживання, витрачена відвідувачами або від їхнього імені на етапах планування та під час подорожі та проживання в пункті призначення.

Інші витрати, включаючи харчування, проживання та проїзд, складають близько 40% бюджету іноземного туриста, а решта бюджету розподіляється між іншими витратами та інфраструктурою країни. У результаті витрат, які туристи з інших країн сплачують у приймаючій країні, по-перше, зростає дохід

підприємств, пов'язаних із туризмом (прямий ефект); по-друге, зростає попит на бізнес, пов'язаний з туризмом; по-третє, зростають особисті доходи населення, прямо чи опосередковано пов'язані з індустрією туризму, що зумовлює зростання попиту на галузь (непрямий ефект). Непрямі та примусові ефекти разом називаються вторинними ефектами.

Незважаючи на те, що туризм спочатку вважався найважливішою галуззю для національних економік, цілком можливо, що туризм має значне значення і для інших галузей. Країни, що розвиваються, змушені імпортувати велику кількість продуктів і товарів, призначених для туристів, а також необхідного обладнання для індустрії туризму. За оцінками Світового банку, імпорт товарів для туристів становить 15-55% доходу, залежно від зростання економіки та спрямованості туризму на місцеві ресурси. Інший імпорт зумовлений «ефектом демонстрації». Туристи з розвинених країн мають вищий рівень споживання та більшу різноманітність товарів, що є рекламою та сприяє імпорту іноземних товарів. Туристичні послуги складають значну частину послуг, якими користується населення, і мають, наприклад, специфічний соціальний та оздоровчий характер. відпочинок, можливість особистісно розвиватися, пізнати історичні та культурні цінності свого минулого, займатися спортом, брати участь у великих культурних заходах тощо.

Міжнародний туризм має вирішальне значення для довгострокового розвитку будь-якої країни, він є економічно вигідним і екологічно безпечним, він приносить дохід від діяльності, пов'язаної з туризмом, і створює робочі місця. Індустрія туризму (включаючи внутрішній) є найбільшою за кількістю зайнятих у світі – 297 млн.

Міжнародний туризм має кілька відмінних рис. По-перше, формальності туризму є невід'ємною частиною міжнародного туризму та його основним атрибутом. Перетин національного кордону пов'язаний із певним протоколом: оформленням паспорта та візи, проходженням митниці, контролем валюти та проведенням медичних заходів. Ці нормативні акти вводяться урядом з метою протидії нелегальній міграції, міжнародному тероризму, торгівлі наркотиками,

проституції та іншим злочинам. і переконайтеся, що поточний порядок поїздок в країну та виїзд з неї дотримується. Спеціальні служби оцінюють дотримання туристами паспортно-візових вимог, необхідність вакцинації (вакцинації), правила та умови перевезення речей, товарів, грошей, проведення обміну валюти. Чим більша різниця у валютних системах між державами, тим важче вільно пересуватися людьми, чим більші мовні бар'єри, тим більша різниця між міжнародним і внутрішнім туризмом.

Іншим унікальним аспектом міжнародного туризму є економічний характер впливу, який він справляє на бюджетний баланс країни. Іноземні туристи, які оплачують товари та послуги, переконуються, що валюта, яку вони обмінюють, є іноземною, це активізує бюджет країни та, відповідно, звільнить її борг. У результаті перебування іноземних туристів вважалося активною формою туризму. І навпаки, від'їзд туристів пов'язаний з поверненням на батьківщину валюти країни, яка зазвичай витрачається в інших країнах. Міжнародні операції щодо такого виду туристичної діяльності документально відображаються в пасивах країни станом на розрахунковий баланс країни - споживача туристів, а туризм в цілому вважається пасивним.

Розмежування на активний і пасивний, засноване на особливостях відображення фінансових результатів від туризму в зовнішньому боргу країни, характерне для міжнародного туризму і не поширюється на внутрішній туризм.

Статистика міжнародного туризму поділяється на дві основні складові: потоки туристів і доходи та витрати туристів. Для кожного з них Всесвітня туристична організація (COT) створила перелік основних показників, які можна впізнати та легко виміряти. Найбільш значущими показниками туристичних потоків є кількість відвідувачів (від'їздів) і тривалість їхнього перебування.

Кількість прибуттів (депозитів) - це загальна кількість туристів, які прибули в ту чи іншу країну протягом певного періоду часу, як правило, на річній основі.

Оскільки туристи можуть подорожувати кількома країнами протягом року і навіть відвідувати різні штати за одну поїздку, фактична кількість відвідувачів менша за кількість відвідувань.

З точки зору значення туризму для економіки країни всі країни можна розділити на три групи: найважливіші, середнього значення та найменш важливі країни, які не мають значних доходів від туризму, і тому практично не мають бажання залучати додаткових туристів; «процвітаючі» країни, для яких туризм є значним джерелом доходу, а туристи — це насамперед відвідувачі цих країн.

У неблагополучних країнах туризм є значним джерелом доходу, але кількість туристів, які їх відвідують, зменшується через негативну репутацію, спричинену факторами, які є для них специфічними. Ці країни отримують великі доходи від туризму, але мають нестабільну репутацію (Туреччина, Єгипет, Кіпр, Ізраїль). Вони забезпечують відносно комфортний і бюджетний відпочинок, але різноманітні події, що відбуваються в цих країнах, регулярно відмовляють туристів.

ВТО виділяє шість туристичних макрорегіонів світу:

1. Європейський - країни Західної, Північної, Південної, Центральної та Східної Європи, включаючи всі республіки колишнього СРСР, а також держави Середземномор'я (Ізраїль, Кіпр, Туреччина).
2. американські - країни півночі, півдня, центральної Америки, острівні держави та території Карибського регіону;
3. Азіатсько-Тихоокеанський - країни Південно-Східної та Східної Азії, Австралія та Океанія;
4. Країни Африки, крім Єгипту та Лівії;
5. Азіатська - південна Азія, в цілому;
6. Близький Схід включає країни Західної та Південно-Західної Азії, а також Єгипет і Лівію.

Найбезпечнішими країнами для відпочиваючих вважаються острови АВС (Аруба, Бонайре і Кюрасао), Сінгапур, Ісландія, Швейцарія, Бутан, Нова Зеландія, Ірландія, Кіпр, Дубай [5].

1.3. Організаційні засади функціонування туристопотоків

З грошової точки зору туризм залежить від попиту та споживання туристичних послуг, а також від виробництва товарів і послуг, які призначені для задоволення цього попиту. Туристичний попит — це загальний попит на туристичний продукт, а туристична пропозиція — це набір можливостей, якими володіють підприємства, які забезпечують туристичний продукт. Ринок туристичних послуг — це глобальна економічна система, в якій гроші перетворюються на послуги, які отримують туристи, і навпаки. Любіцева О.О. У своєму дослідженні [6] він визначає туристичний ринок як систему задоволення потреб населення щодо відпочинку та повноцінного відриву від роботи у подорожі.

Успішне функціонування ринку туристичних послуг залежить від дотримання суб'єктами таких вимог:

- повна конкуренція у створенні продукту туристичної галузі;
- наявність ринку туристичного продукту для збуту;
- наявність вільного ринку надання послуг споживачам;
- забезпечення однакових умов якості та безпеки в зоні створення продукції.

Прийнятна для туристичного продукту ціна.

Суб'єктами ринку є юридичні та фізичні особи, які беруть участь у створенні, просуванні та реалізації туристичного продукту, а також фізичні та юридичні особи, які безпосередньо надають послуги з розміщення, харчування, транспортування та інші послуги.

Часто на туристичному маршруті продаються такі види послуг:

- послуги з оформлення туристичних посвідчень та закордонних паспортів,
- транспортні послуги для туристів,
- готельне обслуговування туристів,
- послуги з харчування туристів,
- послуги, які задовольняють культурні потреби відвідувачів,
- послуги, пов'язані з купівлею квитків та інших товарів.

Стандартна міжнародна класифікація видів діяльності в туризмі — це класифікація видів туризму, яка походить від Стандартної міжнародної таксономії звільнених суб'єктів Всесвітньої туристичної організації та була прийнята Статистичним відділом ООН у 1993 році.

- за географічним розташуванням об'єкта (внутрішній і міжнародний туризм);
- за напрямком подорожуючих (в'їзні та виїзні мандрівники);
- за призначенням (рекреаційні, оздоровчі, навчальні, професійно-ділові, наукові, спортивні, походи за покупками, пригодницькі, паломницькі та ін.);
- фінансуючими організаціями (соціальними, бізнесовими);
- за допомогою транспорту (пішохідний, авіаційний, морський, річковий, автомобільний, залізничний, велосипедний, змішаний);
- через засоби розміщення (готелі, мотелі, пансіонати, турбази, бази відпочинку тощо);
- за кількістю учасників (індивіди, групи, сім'ї);
- за формальною системою (організовані та неорганізовані) [7].

Туристичний ринок є складною системою, на яку впливають численні фактори, включаючи природні, економічні та політичні. Внутрішніми чинниками, що впливають на формування ринку туристичних послуг, визнають: ступінь соціально-економічного розвитку країни (зайнятість населення, демографічна ситуація, міграційні процеси, розвиток сервісної та транспортної сфер, обробні галузі, НТП, розселення населення, історичні фактори, що впливають на формування економіки, та якість життя населення.); політико-соціальна ситуація (розвиток громадсько-політичного життя тощо). До зовнішніх факторів, що впливають на формування та функціонування туристичного ринку, належать політична та економічна стабільність держави, її участь у міжнародних організаціях різного рівня та типу, характер їх відносин з іншими країнами, ступінь їх інтегрованості в світова економіка, а також мода та репутація.

Прийняття Верховною Радою України у 2001 році Закону «Про внесення змін до Закону України» про туризм мало значення, оскільки створило нормативно-правову базу туристичного ринку. Це законодавство описує основні правові, інституційні, освітні та економічні принципи, які залучаються до реалізації державної політики щодо туризму. Первинним органом виконавчої влади в галузі туризму є Держкомтуризм України. Місцевими організаціями державної виконавчої влади в галузі туризму є відповідні структурні підрозділи органу державної виконавчої влади в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві, Севастополі та Державного комітету України з туризму. Для об'єднання зусиль різних відомств і відомств у сфері туризму утворюється Національна рада з туризму як позавідомчий колегіальний орган. Ще одним позитивним моментом розвитку ринку туристичних послуг стало прийняття 29 квітня 2002 року постанови Кабінету Міністрів України про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки. Основним завданням програми є просування конкурентного міжнародного ринку національного туристичного продукту.

Держтурадміністрація України приділяє значну увагу розвитку співпраці з Європейським Союзом щодо потенційних можливостей просування національного туристичного продукту в європейському інформаційному просторі, розвитку туристичної діяльності та покращення євроінтеграційного процесу держави.

Участь у міжнародних конференціях, воркшопах та семінарах, присвячених організації туристичної діяльності, розвитку туристичних ринків, визначенню потенціалу зростання технологій у наданні туристичних послуг, створенню туристичної стратегії та встановленню стандартів надання туристичних послуг.

- Створення системи просування іміджу країни як туристичної дестинації, ефективного маркетингу українського туристичного продукту на світовому ринку.

- Інтеграція інформаційної системи туристичної галузі України у відповідні європейські мережі.

Сьогодні туристична галузь України складається з численних сервісних компаній та інших організацій, які прагнуть задовольнити попит на туристичні товари та послуги. Вона працює в умовах гострої конкуренції, має завоювати як національні, так і міжнародні ринки.

Висновок до розділу 1

Сьогодні туризм вважається одним із перспективних напрямків соціально-економічного розвитку країни. Міжнародний туризм є важливою рушійною силою економічного зростання, збільшення його частки виробництва, зайнятості та міжнародних операцій. Індустрія туризму стала міжнародною галуззю бізнесу з широкими перспективами розвитку. Її індустрія відпочинку, спеціальні фінансові інструменти, системи зв'язку та інші різноспрямовані розробки стали важливою частиною концепцій стратегічного, економічного та соціального розвитку країн у всьому світі. і зробили внесок у розвиток країн по всьому світу. Розвиток багатьох суміжних галузей економіки сприяє створенню робочих місць і вирішує проблему зайнятості робочої сили.

З метою вирішення основних проблем розвитку міжнародного туризму пропонуємо звернути особливу увагу на інвестиційний приплив нашої туристичної галузі, щоб залучити більше іноземних туристів і, відповідно, збільшити обсяг послуг, що надаються. Найкращі інвестиційні фонди - це безпроцентні позики. Ця форма фінансування може бути досягнута шляхом запозичення коштів, що належать засновникам. Зі збільшенням попиту іноземних туристів на внутрішні послуги зростатимуть можливості продавців внутрішніх послуг та зростатиме їхня купівельна спроможність. Імідж країни серед інших країн та її громадян залежить від іміджу країни у світі.

Тому можна сказати, що основними характеристиками міжнародного туризму є його здатність забезпечувати значні надходження до національних бюджетів, а також низка формальностей, яких повинні дотримуватись усі учасники. Важливою особливістю міжнародного туризму є його нерівномірний розподіл по світу, оскільки туризм не є товаром і в основному поширюється серед груп населення з високим рівнем доходу. Особливістю індустрії міжнародного туризму України є сприятливі умови для розвитку в'їзного туризму (близькість до найпопулярніших туристичних країн Європи, наявність важливих туристичних об'єктів) у поєднанні з недосконалим державним регулюванням регіону, який має отримувати більше. увагу .

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТОПОТОКІВ

2.1. Динаміка та структура основних показників розвитку міжнародного туристопотоку

Статистичні показники, опубліковані в щорічній статистиці Всесвітньої туристичної організації ООН «Tourism Highlights», є туристичною інформацією для 204 країн.

Кожна держава-член ЮНВТО зобов'язана надавати регулярну статистичну інформацію про умови туризму, і, відповідно до чітко визначених вимог, статистичні органи можуть вести більш детальні записи на національній території.

Міжнародний туризм - включає в'їзний і виїзний туризм, тобто діяльність за межами її території туристів, які постійно проживають у країні, у рамках внутрішньої або виїзної туристичної поїздки, а також діяльність туристів, які не проживають у країні, протягом певного періоду. виїзний туризм в межах країни/регіону.

У 2017 році дохід від міжнародного туризму перевищив 1 400 доларів США[8].

Подивившись на додаток А можна зробити такі висновки. Франція посідає перше місце у світі за кількістю іноземних туристів. Це пов'язано з розвитком інфраструктури, необхідної для функціонування туристичного сектору, а також наявністю природних і людських ресурсів, які мають велике значення з точки зору привабливості. Зараз друге місце займає Мексика, де з 2019 по 2021 рік спостерігалось значне зростання кількості іноземних туристів. Третє місце займає Іспанія, але з 2018 по 2019 вона була на другому місці. Цікавий факт, що кількість іноземних туристів у Туреччині постійно зростає до 2020 року, але потім через пандемію вона не втратила свою позицію, а навпаки у 2021 році зайняла четверте місце. Можна подивитися що у 2021 році в топ – 10 потрапили Греція, Австрія та Хорватія[9].

У 1995 році на офіційному веб-сайті Всесвітньої туристичної організації ООН вперше з'явилася повна інформація про розвиток іноземного туризму в Україні. У роки після здобуття країною незалежності не вистачало спеціального національного агентства, відповідального за реалізацію туристичної політики. Таким чином, у сфері туризму зауважень практично не було. Україна піднялася з 27 місця в 1995 році на 11 місце в 2006 році в рейтингу популярних напрямків світового туристичного ринку [10].

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН, кількість іноземних туристів в Україні у 2021 році досягла 4,3 мільйона (22 місце), але порівняно з 14,2 мільйона у 2018 році. За цими даними можна зробити висновок, що кількість туристських прибулих зменшилась на 30,3%. Це зменшення негативно вплинуло на розвиток туризму в країні. Але це можна пояснити пандемією[8-9].

Логічним продовженням є дані про надходження від міжнародного туризму (Додаток Б). Першим місцем завжди залишаються Сполучені Штати. Слідом йде Франція з 40,8 мільярдами доларів. У трійці лідерів – Іспанія (34,5 млрд \$). З 2018 по 2019 рік дохід Об'єднаного Королівства від міжнародного туризму стрімко зростав, посівши п'яте місце в 2017 році (33,1 мільярда доларів США).

Італія, яка лідирує за прибуттями, посідає третє місце з показником 34,5 млрд. доларів США (2017). Рейтинги знизилися з 2019 року, і зниження доходів від туризму у Італії може бути пов'язане з початком пандемії у 2020 році. Падіння доходів від туризму в Іспанії, Тайланді, Німеччині та інших країнах у 2019 році також підтверджує цю думку.

Тому, якщо після 2013 року туристичний потік в Україну різко впаде, впадуть і доходи. Дохід у 2013 році склав 5,08 мільярда доларів. У США він впав до 1,61 мільярда доларів у 2014 році. США. Показник впав майже на три чверті. У 2017 році за доходами від міжнародного туризму Україна посіла 66 місце у світі[11].

2.2. Аналіз показників діяльності міжнародного туристопотоку

Для початку розглянемо сучасні тенденції розвитку світового туризму. За методикою розрахунку ЮНВТО туристами вважаються всі резиденти, які тимчасово виїжджають за кордон, незалежно від мети подорожі, за винятком тих, хто подорожує з метою навчання та роботи. Сьогодні туризм став важливою частиною світової економіки. За останні 4 роки світові туристичні потоки зменшилися майже в 31,8 рази, з 1407 мільйонів людей у 2018 році до 448 мільйонів людей у 2021 році (див. таблицю 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка розвитку світової туристичної галузі у 2018-2021 рр.

Регіон	Кількість міжнародних туристів (прибуття), млн осіб.				Структура, %
	2018	2019	2020	2021	2022
Світ, загалом	1407	1466	409	448	100,00
у тому числі:					
Розвинені країни	762	777	222	240	53,57
Країни, що розвиваються	645	689	187	208	46,43
у тому числі за регіонами:					
Європа	715,7	746,0	241,9	301,3	67,25
у т. ч. Україна	14,2	13,4	3,4	4,3	0,96
Азія і тихоокеанський регіон	347,7	359,6	59,2	21,1	4,71
Америка	215,7	219,3	69,8	81,6	18,21
Африка	68,4	68,1	18,4	19,1	4,26
Близький Схід	59,6	73,0	19,8	24,6	5,49

Джерело: розроблено автором за даними [12-13]

Як видно з таблиці, темпи зростання світового ринку міжнародного туризму досягли 9,5% у 2021 році проти зменшення на 72,1% за аналогічний період минулого року. Найбільш відвідуваним регіоном у світі є Європа з часткою 67,3 %. У 2021 році кількість міжнародних туристів зросла на 24,6 %, перш за все завдяки показникам Південної Європи і Середземномор'я (+57,1 %), а також Центральної та Східної Європи (+15,2%), вище середнього[12-13]. У 2021 році частка України на світовому ринку туристичних послуг становила приблизно 1,0% від природного обсягу.

Другим за популярністю серед туристів регіоном є Американський регіон, на який припадає 18,2%. Міжнародний туристичний ринок регіону також продовжував зростати на рівні 16,9% у 2021 році завдяки успішній діяльності Центральної Америки (+58,1%). У 2021 році Близький Схід увійшов до трійки лідерів світового ринку міжнародного туризму з часткою 5,5%. Зростання на 24,2%. В Азія і тихоокеанський регіоні темпи зростання ринку склали 4,7% у 2021 році. Тоді як в Африці спостерігалось невелике зростання (+3,8%).

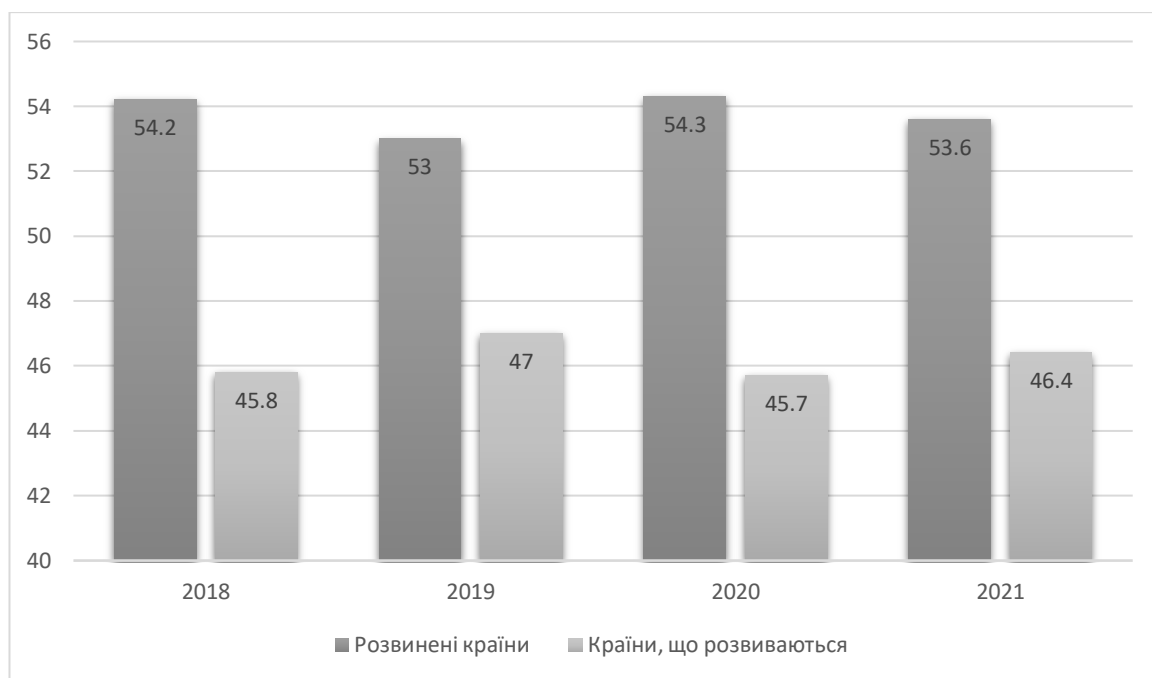


Рис. 2.1. Динаміка структури світового ринку туристичних послуг у натуральному вираженні

Джерело: розроблено автором за даними [12-13]

Одним із основних індикаторів кон'юнктури ринку є його структура, динаміка якої з рівнем економічного розвитку наведена на рисунку 2.1. Аналізуючи динаміку ринкової структури з природної точки зору, слід зазначити, що з 2018 по 2021 рік частка країн, що розвиваються, зменшилася з 54,2% до 53,6% відповідно. Така ситуація свідчить про те, що туристичний ринок туристичних країн був закритий через пандемію. В результаті туризм займає все більшу частку в економіці країн, що розвиваються, і відповідно подальший розвиток туризму стає все більш важливим для економіки цих країн.

Ми розглядаємо структуру світового туристичного ринку окремо з точки зору вартості, як показано на малюнку 2.2.

Як бачимо, близько 2/3 доходів світового ринку туризму отримують розвинені країни і 1/3 країни з економікою, що розвивається. Тобто у вартісному вимірі частка економічно розвинутих країн у структурі значно більша, ніж країн, що розвиваються, що свідчить про те, що дохід туриста в розвинених країнах у 2021 році був у середньому на 78% вищим, тобто що вартість розваг у розвинених країнах є дорожчою, ніж у країнах, що розвиваються.

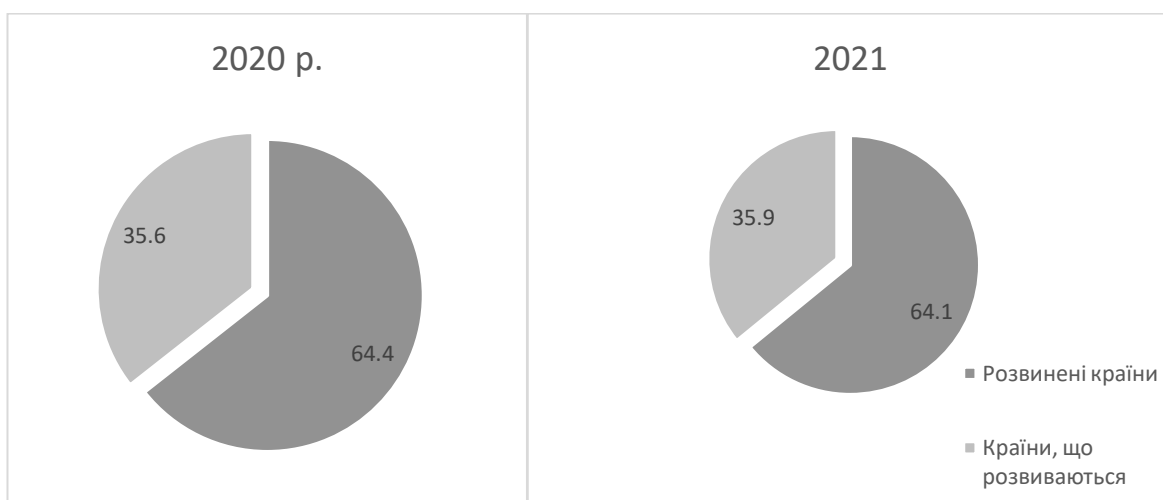


Рис. 2.2. Динаміка структури світового ринку туристичних послуг у вартісному вираженні

Джерело: розроблено автором за даними [12-13].

2.3. Прогнозування обсягів міжнародного туризму

У міжнародному туризмі найкращим прикладом процесу глобалізації є індустрія розміщення туристів, де багатонаціональні корпорації виникають у формі готельних мереж і туристичних агентств. Транс націоналізація міжнародного туризму є поширеною практикою, яка визначається специфікою туристичних продуктів. Ініціатива інтернаціоналізації туристичного виробництва належить країнам із потужними туристичними потоками, оскільки вони отримують найбільші прибутки. Північна Америка – це США і Мексика, Європа – Іспанія, Туреччина і Франція, Азія – Індія і Китай. Ось чому більшість

багатонаціональних компаній у туристичному бізнесі мають штаб-квартири в Сполучених Штатах, Західній Європі, Китаї, а останнім часом – у Макао.

Транснаціональні корпорації зосереджуються на безперервному управлінні своїми іноземними філіями своїми материнськими компаніями, і в той же час повинні надавати керівникам іноземних філіалів можливість приймати власні рішення для задоволення потреб споживачів і враховувати конкретні обставини на місцевому ринку та відповідно до законодавства країни перебування [14]. Відкриваючи філії за кордоном, вони впроваджуються в економіку приймаючих країн, які самі інтегруються у виробництво туристичних продуктів міжнародних організацій цих компаній. Діяльність транснаціональних корпорацій посилює взаємозв'язок і взаємозалежність внутрішніх і міжнародних туристичних ринків країн.

Більшість транснаціональних туристичних корпорацій розташовані в так званих країнах «Тріади»: США, Західна Європа, Китай та, останнім часом, Макао. Географічне розташування штаб-квартир транснаціональних корпорацій підтверджує той факт, що транс націоналізація туристичних операцій походить від країн-донорів туристичних потоків, куди здійснюються іноземні інвестиції.

Таблиця 2.2

Міжнародні туристичні прибуття за 2018–2021 рр., млн осіб

Назва	Міжнародні туристичні прибуття				Зміни, %	
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2020 р. / 2019 р.	2021 р. / 2020
Усього в світі	1,401	1,465	407	456	-72,2	12,0
Європа	710	744	240	305	-67,8	27
Азія і Тихоокеанський регіон	348	360	59	25	-83,6	-57,6
Американський регіон	216	219	70	81	-68,3	15,7
Африка	67	69	19	20	-72,9	5,3
Близький Схід	60	73	20	25	-72,9	25,0

Джерело: розроблено автором за даними [8-9]

У міжнародному туризмі процес транс націоналізації традиційно розглядається на прикладі індустрії розміщення. Особливості транснаціональних корпорацій найбільш яскраво проявляються в готельній індустрії. Прототипом туристичної транснаціональної компанії є готельна мережа [8-9; 15].

Згідно з останніми даними Міжнародного туристичного барометра Всесвітньої туристичної організації ООН, у 2021 році кількість міжнародних туристів зросла більш ніж на 4% і досягла 456 мільйонів розвинені країни (+12%), причому найбільш успішних результатів досягає ринок Європа[8-9].

Серед регіонів лідирує Європейський регіон (+94,8%), а серед субрегіонів лідером стала Південна Європа і Середземномор'я (+57,1 %) (табл. 1).

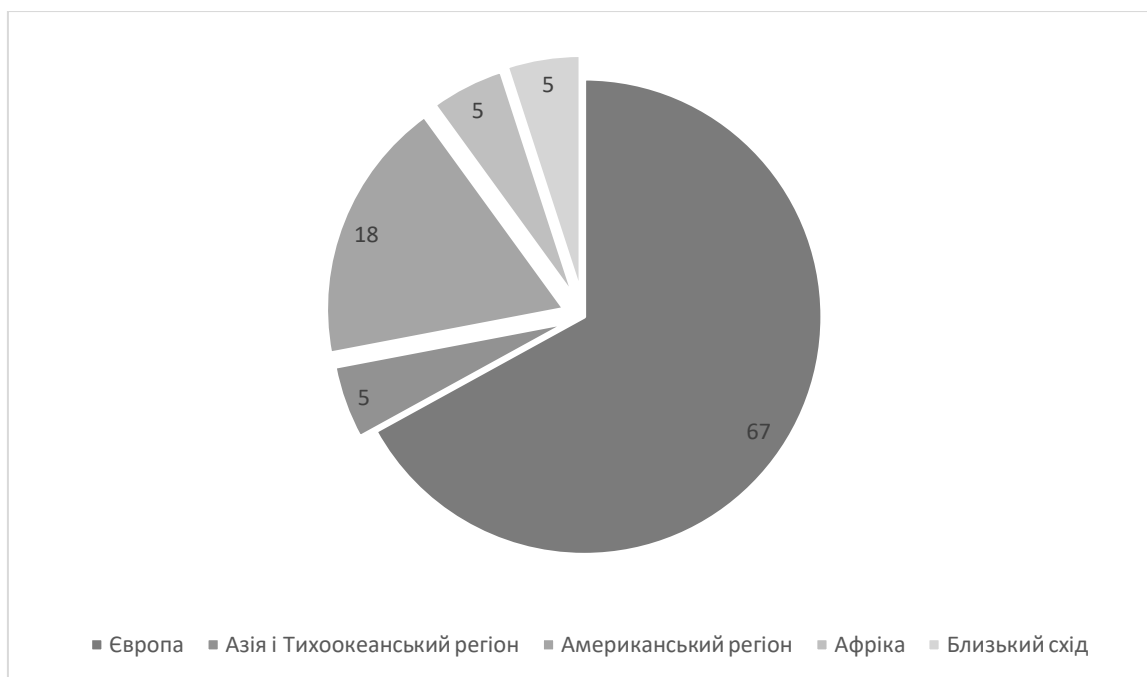


Рис. 2.3. Регіональна структура міжнародного туристичного ринку у 2021 р., %

Джерело: розроблено автором за даними [8-9]

Проте, незважаючи на різну динаміку туристичних прибуттів у різних регіонах, раніше сформована структура міжнародного туристичного ринку з домінуванням Європи все ще зберігається (рис. 2.3), при цьому країни з ринковою економікою розвивалися швидше у 2021 році (+46,5%) порівняно з розвиненими країнами (+53,5%). Ця тенденція спостерігається в галузі вже багато років.

Міжнародні туристичні прибуття до Європи, найбільш відвідуваного регіону світу, зросли на 3%. Після високих показників 2014 року (+6%) це досить позитивний результат у контексті поточної економічної ситуації. Загальна

кількість тих, хто отримує дохід, досягла 535 мільйонів, що на 17 мільйонів більше, ніж у 2014 році. У субрегіоні найкращими туристичними напрямками є країни Центральної та Східної Європи (+8%), за якими йде Західна Європа (+3%). Туристичні напрямки Північної Середземноморської Європи (+2%) закріпили чудові результати 2014 року та повернулися до нормальних темпів зростання [8-9].

За даними Всесвітньої туристичної організації країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону впевнено лідирують на світовому ринку туристичних послуг [16]; Очікується, що міжнародний туризм у ці країни зросте на 5-6% у 2015 році, що майже вдвічі більше, ніж у Європі, поточному лідері (табл. 2).

Зазвичай, коли туристичні підприємства розширюють сферу своєї діяльності, вони не ставлять перед собою прямої мети, тобто збільшення своєї частки на туристичному ринку. Зусилля компанії спрямовані на стимулювання подальшого розвитку всієї туристичної галузі, оскільки це принесе більше можливостей для основних напрямків бізнесу. На практиці це передбачає інвестування в іноземні компанії з акціонерним капіталом, підписання неінвестиційних договорів на управління тощо. Це особливо популярно в індустрії туризму в останні роки [17].

Таблиця 2.3

Приріст обсягів міжнародного туризму у 2021–2022 рр., %

Регіон	2021 р.	Прогноз на 2022 р.
Увесь світ	+12,0	+7,0
Європа	+27	+12,7
Азія	-57,6	-34,8
Америка	+15,7	+7,7
Африка	+5,3	+2,5
Середній Схід	+25,0	+12

Джерело: розроблено автором за даними [8-9]

$$Y_{22\text{Світ}} = Y_{21\text{Світ}} * \bar{T}_{20-21\text{Світ}} = 456 * 1,058 = 482,4$$

$$Y_{22\text{Європа}} = Y_{21\text{Європа}} * \bar{T}_{20-21\text{Європа}} = 305 * 1,127 = 343,7$$

$$Y_{22\text{Азія}} = Y_{21\text{Азія}} * \bar{T}_{20-21\text{Азія}} = 25 * 0,651 = 16,3$$

$$Y_{22\text{Америка}} = Y_{21\text{Америка}} * \bar{T}_{20-21\text{Америка}} = 81 * 1,076 = 87,2$$

$$Y_{22\text{Африка}} = Y_{21\text{Африка}} * \bar{T}_{20-21\text{Африка}} = 20 * 1,026 = 20,5$$

$$Y_{22\text{Схід}} = Y_{21\text{Схід}} * \bar{T}_{20-21\text{Схід}} = 25 * 1,118 = 28,0$$

$$\bar{T}_{20-21\text{Світ}} = \sqrt{\frac{Y_{21}}{Y_{20}}} = \sqrt{\frac{456}{407}} = 1,058$$

$$\bar{T}_{20-21\text{Європа}} = \sqrt{\frac{Y_{21}}{Y_{20}}} = \sqrt{\frac{305}{240}} = 1,127$$

$$\bar{T}_{20-21\text{Азія}} = \sqrt{\frac{Y_{21}}{Y_{20}}} = \sqrt{\frac{25}{59}} = 0,651$$

$$\bar{T}_{20-21\text{Америка}} = \sqrt{\frac{Y_{21}}{Y_{20}}} = \sqrt{\frac{81}{70}} = 1,076$$

$$\bar{T}_{20-21\text{Африка}} = \sqrt{\frac{Y_{21}}{Y_{20}}} = \sqrt{\frac{20}{19}} = 1,026$$

$$\bar{T}_{20-21\text{Схід}} = \sqrt{\frac{Y_{21}}{Y_{20}}} = \sqrt{\frac{25}{20}} = 1,118$$

Отже, за умовою збереження середньої відносної швидкості зростання можна прогнозувати, що у 2022 році кількість туристопотоку складає: весь світ - 482,4 млн. осіб (+7%), Європа – 343,7 млн. осіб (+12,7%), Азія – 16,3 млн. осіб (-34,8%), Америка – 87,2 млн. осіб (+7,7%), Африка – 20,5 млн. осіб (+2,8%), Середній Схід – 28 млн. осіб (12%).

Негативні наслідки глобалізації туризму прямо чи опосередковано впливають на розвиток туризму. У ньому розглядаються проблеми навколишнього середовища, спалахи захворювань та епідемії в усьому світі, а також загроза терористичних актів.

Більшість із перерахованих проблем мають регіональний характер, але глобалізація «змушує» реагувати на ці проблеми всю світову індустрію туризму. Взаємозв'язок екології та туризму є одним із визначальних моментів у розвитку глобального туризму Промисловість фактично глобалізована. З одного боку, країни, які розвиваються транснаціональними корпораціями, мають хороші екологічні умови та унікальні природні ресурси, які приваблюють їх до

подорожей. Це часто призводить до деградації вразливих екосистем, що потребує заходів щодо їх захисту та розвитку альтернативних видів туризму: екологічного, наукового, сільського, пригодницького тощо.

З іншого боку, велика кількість техногенних аварій і катастроф, які сталися в традиційних сферах дозвілля, інтегрованих у світову індустрію туризму, призвели до того, що вони випали з рейтингу популярності та спричинили багато проблем для розвитку.

Висновок до розділу 2

В Україні необхідно налагодити чіткий механізм статистичного спостереження у сфері туризму та закласти методологічну основу для правильного аналізу туристичних даних. Необхідно стабілізувати політичну та економічну ситуацію в країні, щоб приїзд іноземних туристів збільшився та відповідно стабілізувався. Важливим аспектом розвитку туризму є виділення коштів державних бюджетів на розвиток туристичних ресурсів.

Аналізуючи динаміку та тенденції розвитку світової економіки та ринку міжнародного туризму України, можна зробити наступні висновки: Динамічне зростання світового ринку міжнародного туризму відбувається в основному за рахунок зростання національних ринків, основні характеристики міжнародного туризму України, в'їзний чи виїзний, всі зосереджені на етнічному туризмі, тобто туризмі з метою відвідування родичів і друзів у найближчих країнах для подальшого розвитку туризму, Україна має зручне географічне розташування, сприятливий клімат, різноманітний рельєф, унікальне поєднання; природних і відпочинкових ресурсів, культурно-історичної спадщини, широкого спектру курортів і баз відпочинку, але цей потенціал туристичного ринку ще не використовується; політична ситуація нестабільна.

Процес глобалізації все більше впливає на індустрію міжнародного туризму світу, що пов'язано з розширенням внеску міжнародного туризму в міжнародний платіжний баланс різних країн, забезпеченням зайнятості населення та сприянням економічній диверсифікації.

Сучасною тенденцією розвитку міжнародної туристичної діяльності є формування глобального ринку туристичних послуг, загострення конкуренції та процес транснаціоналізації, створення стратегічних альянсів і глобальних альянсів, лібералізація національних туристичних ринків і розширення можливостей для розвитку країн для участі в міжнародних туристичних відносинах.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТОПОТОКУ В УКРАЇНІ

3.1. Проблеми та перспективи розвитку туристопотоку

Сучасний туризм є однією з найпрогресивніших галузей світового господарства і може позиціонуватися як самостійний вид економічної діяльності [18, 19].

Майже третина населення світу щодня користується туристичними можливостями комплексу. Серед провідних галузей світового господарства туризм входить до першої п'ятірки. У розвинених країнах і регіонах туризм є основним джерелом доходу. Кожен десятий робітник у світі зайнятий у туристичній галузі. Крім того, Всесвітня туристична організація прогнозує, що обсяг міжнародного туризму зростатиме в середньому на 12% на рік.

Генеральна Асамблея ООН оголосила 2017 рік Міжнародним роком сталого туризму для розвитку [12-13]. Резолюція наголошує на сприянні кращому взаєморозумінню між народами світу. Таким чином, 2021 рік був досить успішним для розвитку світового туристичного бізнесу, коли кількість міжнародних туристів зросла майже на 12% порівняно з попереднім роком, що стало найвищим рівнем зростання з моменту відновлення світової економіки в 2020 році [12-13].

На рисунку 1 показано останній показник міжнародних туристичних прибуттів.

Результати 2018 року показують, що країни глобального туристичного призначення зареєстрували приблизно 456 мільйона міжнародних туристів, що на 12% більше порівняно з 2020 роком, значно перевищуючи темпи зростання світової економіки.

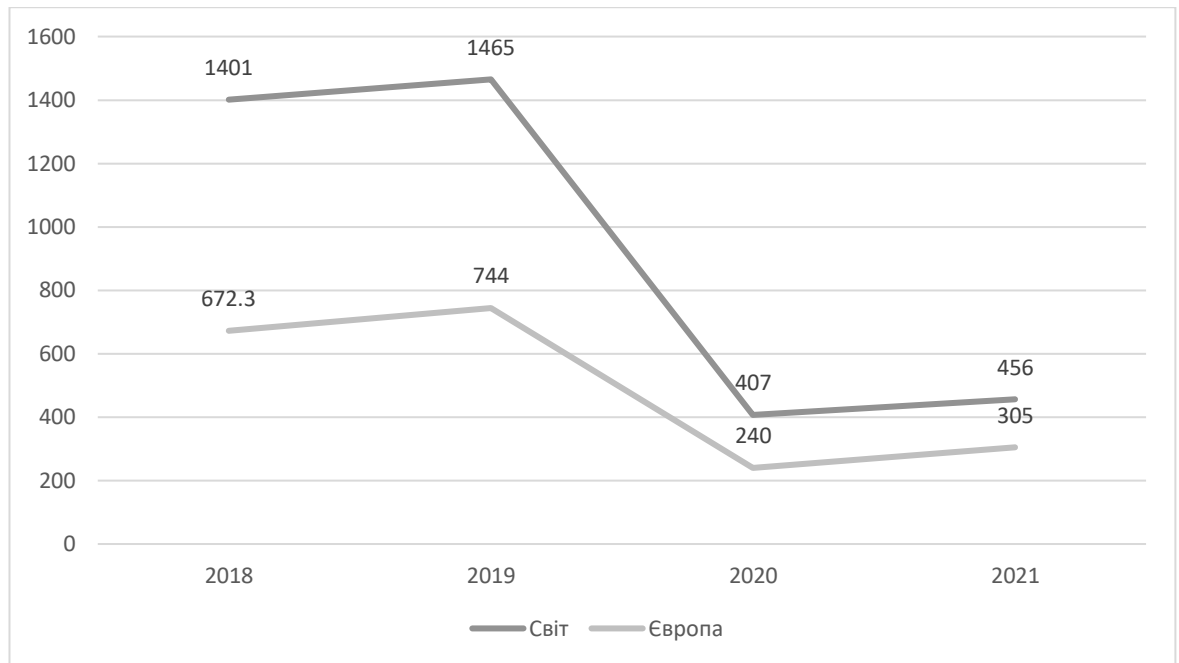


Рис. 3.1. Показники міжнародних туристичних прибуттів

Джерело: розроблено автором за даними [12-13]

Як міжнародна експортна категорія, туризм посідає третє місце, поступаючись хімічній і паливній промисловості та випереджаючи автомобілебудування. У багатьох країнах, що розвиваються, туризм є пріоритетною категорією експорту. Зростання міжнародного туризму пояснюється глобальним економічним бумом, що призвело до підвищення попиту майже на всіх туристичних ринках, незалежно від того, розвинених країн чи країн, що розвиваються [20, 21].

Завдяки своєму географічному та політичному положенню Україна має багато переваг, які значною мірою сприяють формуванню її туристичної галузі. До основних туристичних можливостей України відносяться зручне географічне положення, приємний клімат, різноманітний рельєф, унікальні природні ресурси відпочинку, поєднання культурно-історичної спадщини, філій курортних баз і багато унікальних пам'яток архітектури [22].

Однак, навіть якщо ці переваги не використовуються повністю, індустрія туризму залишається недофінансуваною, багато проблем і ресурсів залишаються занедбаними, а фінансово-економічні кризи, складні політичні події не дозволяють країні вийти на конкурентоспроможний рівень у туризмі.

Внаслідок кризових подій 2014 року Україна втратила популярність як туристичний напрямок, оскільки потенційні туристи асоціювали її з небезпекою в контексті постійної негативної інформації про країну. Порушується баланс між в'їзним та виїзним туризмом, що безпосередньо відображається на позиції України в структурі європейського туристичного ринку [23, 24].

Аналізуючи попит на туристичні послуги за різними цілями подорожей за 2018–2019 роки (рис. 3.2), можна зробити висновок про позитивне зростання кількості туристів, які відвідують Україну з офіційною, діловою чи освітньою метою. тенденція, яка свідчить про те, що, незважаючи на складний політичний момент, Україна не втратила зовнішніх і внутрішніх ділових контактів і має досить потужний потенціал розвитку, але динаміка у 2020 році була негативна, але це зв'язано з пандемією[21].

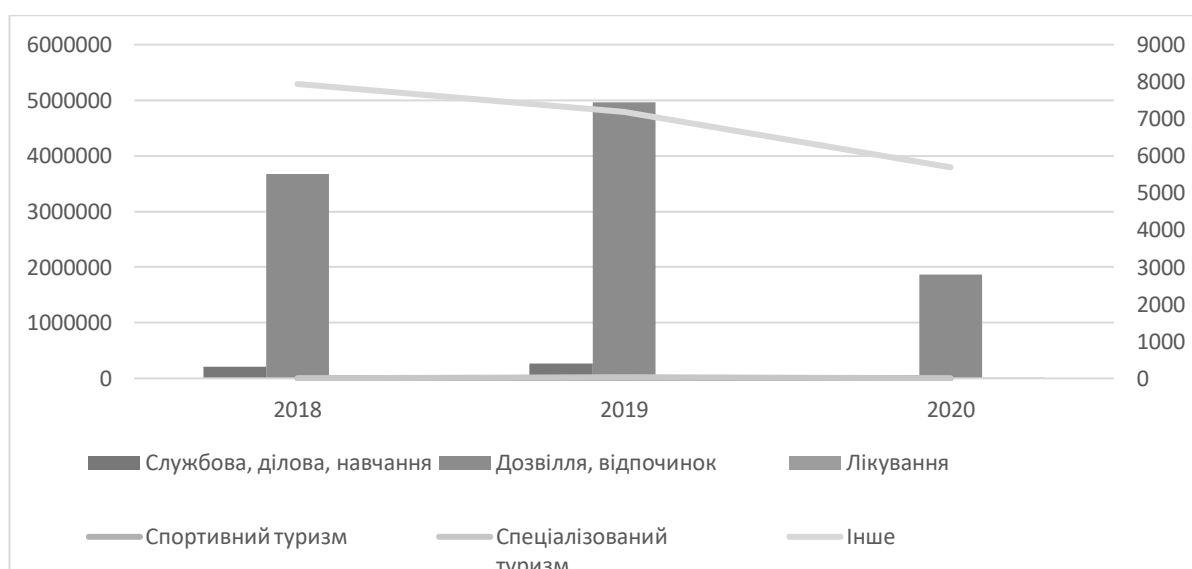


Рис. 3.2. Показники попиту і пропозиції туристичних послуг в Україні: кількість туристів за метою поїздки за період 2018-2020 років

Джерело: розроблено автором за даними [12-13]

Згідно зі статистичними даними Державної прикордонної служби України [21], аналіз структури іноземних громадян, які прибули в Україну спеціально для групового туризму у 2021 році (рис. 3.3), показує, що майже 108% іноземних туристів відвідали Україну з Німеччини.

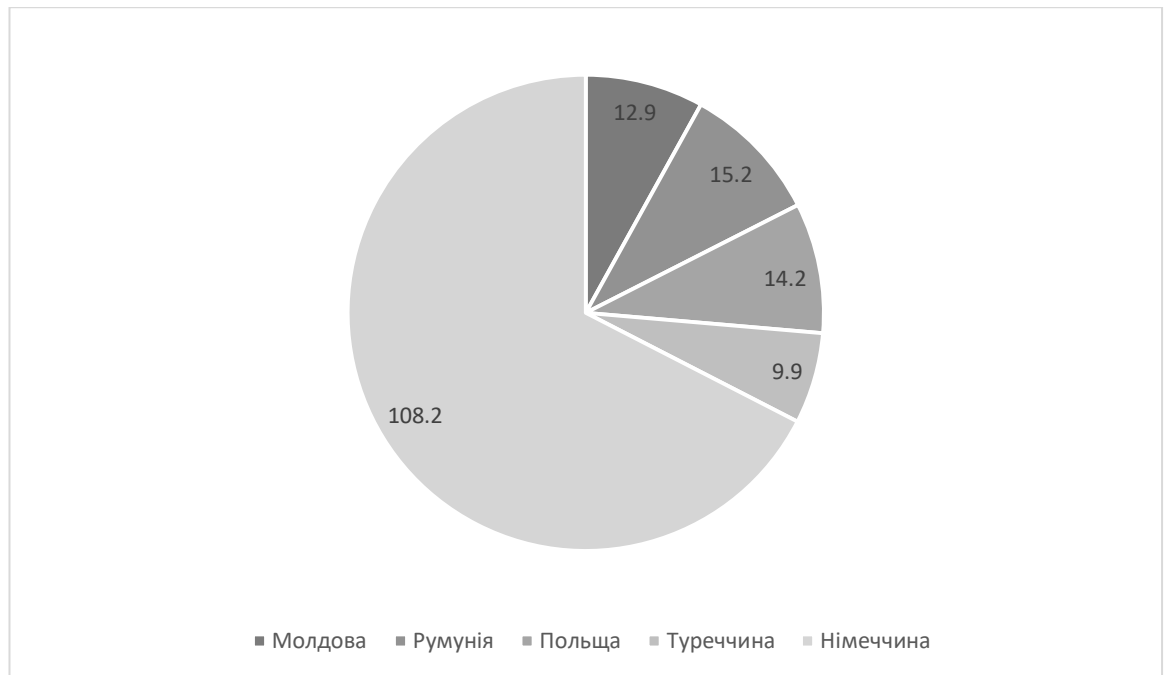


Рис. 3.3. Структура в'їзного та виїзного туризму України в 2021 році

Джерело: розроблено автором за даними [12-13]

У 2021 році велика частка туристів прибула з Польщі (35,2%), Угорщини (14,5%), що свідчить про те, що іноземні туристи все більше цікавляться унікальними куточками України [21].

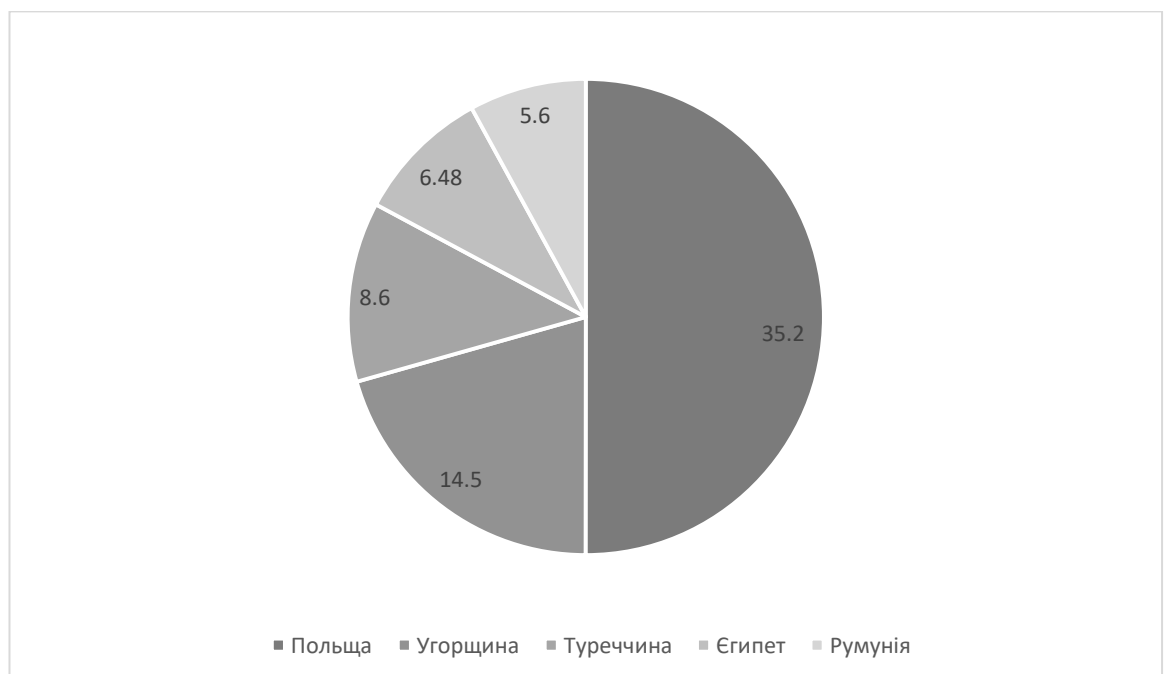


Рис. 3.4. Структура виїзного туризму України в 2021 році

Джерело: розроблено автором за даними [12-13]

Третє місце займає виїзного туризму в Україні (рис. 3.4) Туреччина, куди, за підсумками 2021 року, припадає близько 8,6% українських туристів.

Особливо важливим показником, що визначає конкурентоспроможність індустрії туризму країни та забезпечує її реалізацію та надання послуг, є кількість діючих суб'єктів туристичної діяльності та чисельність працівників, зайнятих у сфері туризму. З 2012 по 2015 роки кількість суб'єктів туристичної діяльності продовжувала скорочуватися в річному обчисленні, впавши на 5,4%, 30,5% і 22,1% відповідно (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Динаміка кількість суб'єктів туристичної діяльності та зайнятості в сфері туризму

Джерело: розроблено автором за даними [12-13]

Основними причинами такої ситуації є низький рівень фінансування туризму, висока вартість послуг туристичної діяльності та незацікавленість у розвитку та підтримці вітчизняних суб'єктів туристичної діяльності. При цьому всі показники продемонстрували позитивне зростання у 2019 році.

Український туризм має значний потенціал розвитку, але головним завданням туристичної галузі на національному рівні має бути створення сприятливих умов для розвитку культурних стандартів та покращення національної інфраструктури. У зв'язку з цим особливу увагу слід приділяти розвитку та нарощуванню туристичних ресурсів, здатних залучити потенційних туристів.

3.2. Аналіз впливу туристопотоків на економіку регіону

Основною характеристикою туризму є його здатність впливати на економіку регіонів, країн і світу. Вже в 1959 р. П. Ротов одним із перших помітив особливості зв'язку між етапами економічного розвитку та особливостями розвитку туризму. З тих пір формула не тільки застаріла, але й продовжує використовуватися. Підтверджено [25].

Туризм має значний вплив на національну економіку країни:

- прямий (прямий вплив);
- або опосередковано (непрямий вплив).

Прямий вплив туризму полягає в принесенні прибутку або доходу суб'єктам туристичної сфери, а опосередкований вплив – збільшення попиту з боку суміжних галузей економіки [26].

Це ще одна причина, чому конкретна ситуація в туризмі та його розвиток є важливими для кожної країни та для України. Наша країна має величезні можливості в розвитку туризму та інфраструктури, що може призвести до збільшення кількості людей, які подорожують до нашої країни, тим самим наповнюючи бюджет, створюючи нові робочі місця та привносячи інші позитивні фактори в економіку та життя країни.

Таблиця 3.1

Туристичні потоки, осіб

	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього	Із загальної кількості туристів:			Кількість екскурсантів
		іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи	
2017	401397	1042	317826	83571	1042
2018	596820	3004	516590	80230	3004
2019	809008	3137	738272	70736	3137
2020	402868	191	367595	35082	0

Джерело: розроблено автором за даними [21]

Проте, згідно з даними Національної служби статистики України, кількість туристів в відвідали Україну з 2017 по 2020 роки скоротилася на 50,2%[21]. За даними Держстату, у 2017 році Україну відвідали 1 042 іноземних туристів проти 3 137 у 2020 році (табл. 3.1).

Зменшення кількості туристів в Україну пов'язане з останніми подіями в країні та тим, що одна з найбільших туристичних територій нашої країни – Кримський півострів – наразі є тимчасово окупованою територією туристи також мають пріоритет у виборі відпочинку за кордоном.

Україна має вагомі об'єктивні умови для того, щоб стати однією з країн з найрозвинутішою індустрією туризму у світі та залучати більше іноземних туристів. Адже якщо розглядати забезпеченість туристичними ресурсами як одну з основних передумов розвитку туризму, то Україна має всі можливості для активного розвитку туризму. Зручне розташування, сприятливий клімат, різноманітний рельєф, унікальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, культурно-історичної спадщини, розширення бази оздоровниць – усі ці чинники визначають конкурентні переваги України у наданні медичних послуг туристичний продукт. [27]

В Україні туризм становить близько 1%-2% ВВП (в європейських країнах близько 10%), а частка експорту туристичних послуг у структурі експорту товарів і послуг України становить 0,7% (в європейських країнах) - 30%).

Згідно зі статистичними даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), частка України в європейських туристичних потоках становить близько 4%, тобто близько 0.9% – дохід від туристичної діяльності по всій Європі[28].

Незначний внесок туризму у ВВП підтверджує низький рівень використання туристичного потенціалу країни (рис. 3.6), а за даними державної статистики України за 2021 р. кількість туристів зменшилася. Зменшення кількості туристів ще більше зменшило доходи від туризму.

Згідно зі світовим рейтингом загального внеску туризму у ВВП країни, у 2021 році Україна посідала лише 127 місце серед 184 країн світу [29, с.1].

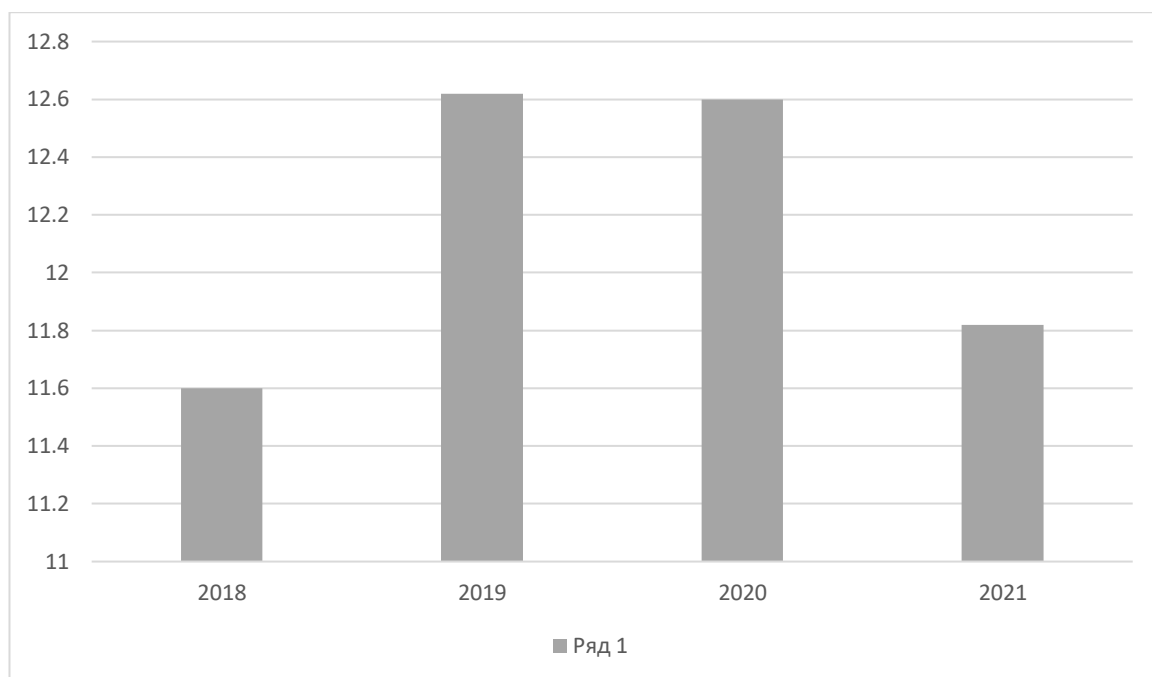


Рис. 3.6. Питома вага прямих надходжень від туристичної сфери у ВВП України за 2018 – 2021 рр., %

Джерело: розроблено автором за даними [21]

Перспективи розвитку та створення українського туристичного кола дуже широкі, оскільки практично кожен регіон має свої особливості і може стати візитівкою країни для залучення іноземних туристів. Однак у розвитку туристичної галузі України є багато проблем і негативних факторів.

Тому певні економічні, соціальні, екологічні та інші чинники також перешкоджають реалізації туристичного потенціалу України. Локальний інформаційний вакуум щодо діяльності міжнародних організацій та запроваджених проектів у сфері туризму є негативним [30]. Стратегічною метою розвитку туризму України є створення конкурентоспроможного туристичного продукту, максимального задоволення потреб споживачів і забезпечення на цій основі комплексного розвитку туристичної галузі, території та її соціально-економічні інтереси. Це також суттєво сприятиме підвищенню якості туризму в наших туристичних об'єктах PR-компанії, оскільки багато туристів можуть навіть не знати, що Україна може їм запропонувати в комплексі. Іншими словами, недостатнє розуміння туристичних атракцій, місцевих турів і туристичних послуг також є негативним фактором для розвитку туристичної

галузі. Не менш важлива якість туристичних послуг, за цим показником Україна поступається багатьом країнам.

3.3. Перспективні розрахунки туристопотоків на основі аналітичного вирівнювання

У сучасному світі, де економічна ситуація постійно змінюється, а технології стрімко розвиваються, перспективні розрахунки туристопотоків стають важливим стратегічним завданням для підприємств, що надають послуги туризму, споживачів цих послуг та держави в цілому. Однак із збільшенням обсягу даних і складністю факторів, що впливають на туристопотоки, стандартних методів прогнозування може бути недостатньо. У цьому контексті необхідно аналізувати рівновагу як інноваційний підхід, заснований на статистичних методах, щоб точніше та ефективніше прогнозувати зміни рівня туристичних потоків.

Для розрахунку коливань рівня використовується аналітичний метод вирівнювання на основі рівняння прямої. Методи аналітичного вирівнювання полягають у побудові аналітичної функції, яка характеризує залежність рівня послідовності від часу [31, с. 125]. У цьому випадку фактичні рівні ряду замінюються рівнями, розрахованими на основі математичної функції:

$$\hat{Y}_t = a_0 + a_1 * t \quad (3.1)$$

де $(Y_t)^{\wedge}$ – рівні, звільнені від коливань і вирівняні;

a_0 – середній вирівняний рівень в момент або період, прийнятий за початок відліку часу t ;

t – задані періоди;

a_1 – середній абсолютний приріст за одиницю зміни часу.

Розрахунок параметрів здійснюється за формулами:

$$a_0 = \frac{\sum Y}{n} \quad (3.2)$$

$$a_1 = \frac{\sum Y * t}{\sum t^2} \quad (3.3)$$

В даний час, завдяки наявності комп'ютерних програм, можна застосовувати різні математичні функції. Наприклад, програма Excel пропонує побудову ліній тренду на основі таких функцій: лінійна, логарифмічна, поліноміальна, степенева, експоненціальна.

Визначимо параметри рівняння прямої (тренда) в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Динаміка прибуття туристів в Україні та розрахунок параметрів для рівняння прямої (тренду)

Рік	Прибуття туристів, млн. осіб (Y)	Номера періоду (t)	$Y \cdot t$	t^2	$\hat{Y}_t$	$(\hat{Y} - \bar{Y})^2$	$(Y - \bar{Y})^2$
2015	12 428	-3	-37 284	9	15 643	23 619 600	2 706 025
2016	13 333	-2	-26 666	4	14 023	10 497 600	6 502 500
2017	14 421	-1	-14 421	1	12 403	2 624 400	13 235 044
2018	14 207	0	0	0	10 783	0	11 723 776
2019	13 438	1	13 438	1	9 163	2 624 400	7 049 025
2020	3 382	2	6 764	4	7 543	10 497 600	54 774 801
2021	4 272	3	12 816	9	5 923	23 619 600	42 393 121
Разом	75 481	-	-45 353	28	75 481	73 483 200	138 384 292

Джерело: розроблено автором за даними [8-9]

$$a_0 = \frac{75\,481}{7} = 10\,783 \text{ млн. ос.}$$

$$a_1 = \frac{-45\,353}{28} = -1\,620 \text{ млн. ос.}$$

Отримаємо функцію: $\hat{Y}_t = 10\,783 + (-1\,620) \cdot t$

Коефіцієнт детермінації та коефіцієнт кореляції є кількісними характеристиками, які можна використовувати для визначення ступеня узгодженості між встановленою економетричною моделлю та емпіричною інформацією, на якій вона базується. Тобто на основі цих коефіцієнтів можна зробити загальні висновки про достовірність економетричної моделі.

Коефіцієнт детермінації розраховують за формулою:

$$R^2 = \frac{\sigma_{\hat{Y}}^2}{\sigma_Y^2}, \quad (3.4)$$

де $\sigma_{\hat{Y}}^2$ – факторна дисперсія ($\sigma_{\hat{Y}}^2 = \frac{\sum(\hat{Y} - \bar{Y})^2}{n}$);

σ_3^2 – загальна дисперсія ($\sigma_3^2 = \frac{\sum(Y - \bar{Y})^2}{n}$).

Розрахуємо середній рівень прибуття туристів в Україні:

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} = \frac{75\,481}{7} = 10\,783 \text{ млн. ос.}$$

$$\sigma_{\Phi}^2 = \frac{73\,483\,200}{7} = 10\,497\,600$$

$$\sigma_3^2 = \frac{138\,384\,292}{7} = 19\,769\,185$$

$$R^2 = \frac{10\,497\,600}{19\,769\,185} = 0,531 \text{ або } 53,1\%$$

Коефіцієнт кореляції розраховують за формулою:

$$R = \sqrt{R^2} \quad (3.5)$$

$$R = \sqrt{0,531} = 0,729$$

Тобто можна сказати, що 53,1% змін показника рівня туристопотоку в Україні за період 2015-2021 років можна пояснити отриманим рівнянням тренду. Оскільки коефіцієнт кореляції $R=0,729$, можна сказати, що отримане рівняння тренду повністю описує початкову динамічну послідовність і тому придатне для прогнозування майбутніх періодів.

Формула для розрахунку прогнозних рівнів має вигляд:

$$Y_{t+\tau} = a_0 + a_1 * (t + \tau), \quad (3.6)$$

де τ – період прогнозу.

$$Y_{2022} = 10\,783 + (-1\,620) * (3 + 1) = 4\,303 \text{ млн. ос.}$$

$$Y_{2023} = 10\,783 + (-1\,620) * (3 + 2) = 2\,683 \text{ млн. ос.}$$

$$Y_{2024} = 10\,783 + (-1\,620) * (3 + 3) = 1\,063 \text{ млн. ос.}$$

Побудуємо діаграми початкових значень аналізованих показників, а також розрахункових і прогнозних рівнів на 2022-2024 роки (рис. 3.7).

Оскільки з 2015 по 2021 рік рівень туристопотоку в Україні має тенденцію до зниження, то після розрахунку можна спрогнозувати, що за умови збереження лінійного тренду в майбутньому туристопоток по всій Україні становитиме 4 303 млн. осіб у 2022 році, 2 683 млн. осіб у 2023 році. 2024 відповідно 1 063 млн. осіб.

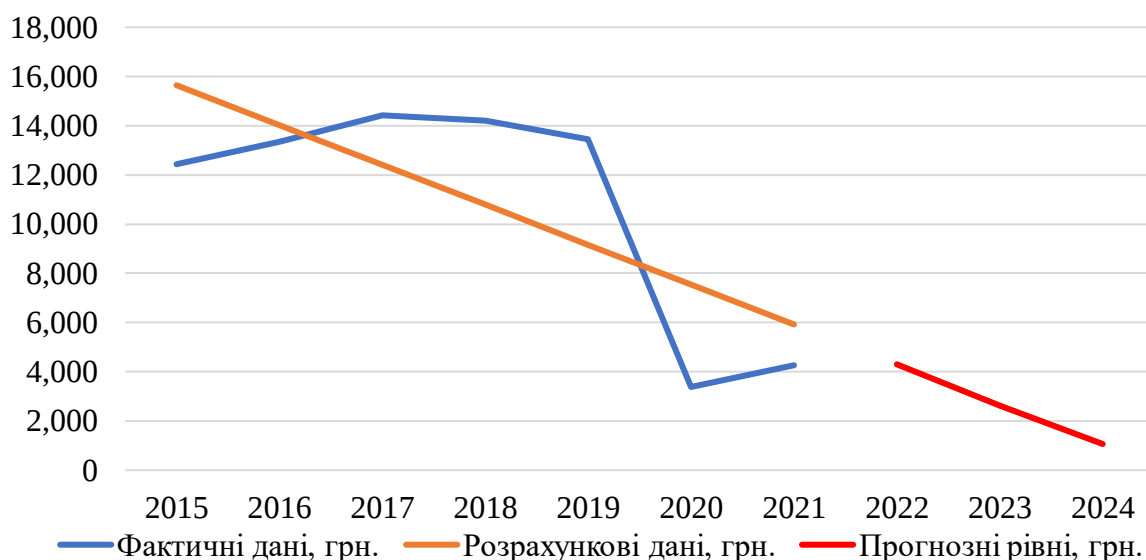


Рис. 3.7. Динаміка прибуття туристів в Україні за період з 2015 по 2021 рік та прогноз рівня показника на 2022–2024 роки

Джерело: розроблено автором за даними [8-9]

Розглянемо ситуацію в європейських країнах щодо туристопотоку. Згідно з даними UNWTO за 2021 рік, туристопотік в різних країнах коливається від 478 млн. осіб в Латвії до 48 400 млн. осіб в Франції.

У 2021 році за рівнем туристопотоку лідирують Франція (48 400 млн. осіб), Іспанія (31 181 млн. осіб), Італія (26 888 млн. осіб), Греція (14 705 млн. осіб) і Австрія (12 728 млн. осіб).

Найнижчий туристопотік в Латвії (478 млн. осіб), Люксембурзі (753 млн. осіб), Фінляндії (807 млн. осіб), Естонії (808 млн. осіб) і Румунії (841 млн. осіб).

Висновок до розділу 3

У сучасних умовах туризм є одним із пріоритетів економічного та культурного розвитку найбільших країн світу, що сприяє прискоренню загального розвитку країн. У багатьох країнах на нього припадає значна частина ВВП країни, і Україна дуже ймовірно досягне цих показників, оскільки має великий невикористаний потенціал.

Результати SWOT-аналізу української економіки та туристичної галузі свідчать про те, що вітчизняна індустрія туризму має достатньо сильних сторін та можливостей для запобігання загрозам та посилення наявних слабких сторін галузі.

Важливим завданням для української влади має стати формування позитивного іміджу України як привабливого туристичного місця на світовому ринку, що є стратегічно важливим для забезпечення подальшої стабільності та соціально-економічного зростання країни в майбутньому.

Враховуючи вибір Європи «розумного, стійкого та всебічного зростання», розвиток туризму має базуватися на інноваційних технологіях та відповідних інфраструктурних змінах.

Вбачається, що Україна має надзвичайно широкі перспективи розвитку туристичного ринку в сфері послуг і туристичного бізнесу, оскільки має численні туристичні ресурси, що є однією з передумов розвитку туризму. Але з іншого боку, для залучення туристів і розвитку туризму необхідно виправити деякі проблеми, які гальмують розвиток туризму в Україні. По-перше, необхідно подолати фактори, що негативно впливають на розвиток туристичної сфери, і розвивати та вдосконалювати фактори, які позитивно впливають на туристичну галузь.

ВИСНОВОК

Вплив глобалізації на міжнародний туризм посилюється, це пов'язано зі зростанням значення міжнародного туризму в бюджеті країн і зайнятості їх населення, а також диверсифікацією економіки. Незважаючи на відсутність економічного зростання в багатьох країнах, існували значні труднощі з макроекономічним регулюванням і високий рівень безробіття, міжнародному туристичному ринку все ж вдалося зберегти середні темпи зростання в останні роки. Важливо відзначити, що в умовах світової нестабільності туристичні індустрії всіх регіонів мали позитивні показники зростання, але загальна картина нечітка. Навіть під час економічного спаду світова індустрія туризму все ще демонструвала позитивну тенденцію. Міжнародне регулювання туризму на інституційному рівні є складною системою, яка включає кілька рівнів організації та численні аспекти туризму. Основним компонентом цієї системи є Всесвітня туристична організація.

Сучасними тенденціями розвитку міжнародної туристичної діяльності є створення глобального ринку туристичних послуг, посилення конкуренції та інтенсифікація процесів транснаціоналізації, створення стратегічних альянсів, розширення доступу до країн, що розвиваються, з міжнародних туристичних відносин.

Сьогодні туризм є одним із найважливіших напрямків економічного та культурного розвитку провідних країн. Це сприяє швидкому прискоренню їх загального розвитку. У багатьох країнах він робить значний внесок у національний ВВП, і Україна цілком може мати такий показник, оскільки має значний нерозкритий потенціал.

Результати SWOT-аналізу туристичного сектору української економіки свідчать про те, що вітчизняна індустрія туризму наділена достатніми ресурсами та можливостями для пом'якшення загроз та усунення існуючих недоліків галузі.

Одним із найважливіших завдань уряду є створення позитивної репутації України на світовій арені як стратегічно важливого туристичного напрямку для

забезпечення подальшої стабільності та економічного зростання країни в майбутньому.

Беручи до уваги вибір європейців «розумного, сталого та повного зростання», зростанню туризму мають сприяти інноваційні технології та пов'язані з ними структурні зміни.

Запропонована методика визначення структури туристичного потоку країни за критеріями інтенсивності та основними видами туризму, які присутні в національній статистиці, складається з наступних етапів: по-перше, кластерного аналізу абсолютних значень туристичного потоку; виконується; потім створюється типологія отриманих груп за критеріями інтенсивності та основних видів туризму. Авторська методика дозволяє отримати моделі структури в'їзних і виїзних туристичних потоків та оцінити величину їх складових. У майбутньому цей метод може бути доповнений релятивним підходом, який враховує різні види туризму та розраховує багатоаспектну систему моделей країни щодо структури туристичних потоків. На відміну від існуючих методів аналізу географічного розподілу туризму в країні, наш підхід дає чітке уявлення про те, що можна отримати від покращення туристичної політики країни, як регулювати туристичні потоки країни та як розвивати індустрію туризму.

Сьогодні туризм вважається найважливішим для економічного процвітання країни. Міжнародний туризм має вирішальне значення для економічного розвитку, збільшення виробництва, зайнятості та міжнародних операцій. Туризм став перспективною галуззю міжнародного бізнесу, яка має багато потенційних напрямків. Індустрія туризму в цілому стала більш невід'ємною частиною економічного та соціального розвитку країн у всьому світі. Вона має спеціальні фінансові інструменти, систему зв'язку, створила робочі місця.

Для вирішення основних проблем, пов'язаних із розвитком міжнародного туризму, ми пропонуємо зробити туристичні послуги пріоритетними в країні. Це дозволить залучити в країну більшу кількість туристів, що, в свою чергу,

приведе до більшого обсягу наданих послуг. Найбільш капітальним кредитом є безпроцентний кредит. Такий спосіб фінансування можливий за рахунок позикових коштів засновників. Із зростанням попиту на іноземних туристів зростуть можливості продавців вітчизняних послуг, а отже, зросте їх купівельна спроможність. На репутацію країни впливає те, як вона виглядає перед світом, іншими країнами, а також їхніми громадянами.

Міжнародний туризм вважається спеціалізованою та складною темою менеджменту. Необхідність державного контролю за міжнародним туризмом є очевидною. Орієнтирами вдосконалення державного регулювання міжнародного туризму в Україні можна вважати: у правовій сфері – удосконалення нормативно-правової бази, розроблення методики оцінки, сертифікації та стандартизації туризму; в економічній сфері: зниження податкового навантаження, фінансування програм розвитку туризму, створення умов для залучення інвестицій у туризм, розвиток наукових досліджень туристичної діяльності.

У підсумку можна зробити висновок про те, що туристичний ринок України має значний потенціал для розвитку, оскільки вони мають багато туристичних ресурсів, необхідних для розвитку туризму. Проте, щоб залучити туристів і популяризувати туристичну галузь, необхідно вирішити проблеми, які гальмують розвиток туристичного бізнесу в Україні. Спочатку людина повинна подолати перешкоди, які заважають розвитку туристичного сектору, і вирішити проблеми, які позитивно впливають на туризм.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. UNWTO. Основні напрямки туризму 2013–2018. URL: <http://www2.unwto.org> (дата звернення:).
2. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Історія туризму. Харків, 2010. 294с.
3. Міжнародний туризм. URL: <http://wikipedia.org>
4. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. Київ. Центр учбової літератури, 2009. 224 с
5. Мілана Горенштейн. Международный туризм: состояние и перспективы развития. М. Горенштейн. – URL: <http://milanaspress.wordpress.com>
6. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – 2-ге видання перероблене та доповнене – К.: “Альтапрес”, 2003. 436 с.
7. Сервіс в туризмі / під редакцією Гриценюк Н.І., Бурдейного В.А., Кутузової О.Є. та ін. Одеса: “Талісман”, 2006. 160 с.
8. UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
9. UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition. URL: <https://tourismecotedivoire.ci/wp-content/uploads/2023/12/Tourism-Highlights.pdf>
10. Герасименко В.Г., Галасюк С.С. Тенденции развития мирового туристического рынка. Науковий вісник ОДЕУ. 2007. № 12 (49). С. 3-14.
11. Шикіна О.В. Індекс туристичної конкурентоспроможності як показник туристичного потенціалу України. Вісник Хмельницького національного університету. 2017. № 2. Т. 2. С. 275-279.
12. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2019_04.pdf
13. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. URL: https://www.developmentaid.org/api/frontend/cms/file/2022/11/UNWTO_Barom22_06_Nov_Statistical_Annex_en.pdf
14. Данильчук В.Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса / В.Ф. Данильчук. – Донецк: ДИТБ, 2012. – 146 с.

15. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В.Г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 304 с.
16. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/>
17. Згуровський О. Війни глобалізації. URL: <http://www.dt.ua/1000/1600/54652/>.
18. Котлер, П., Боуен, Дж., Макенс, Дж. Маркетинг туристичного туризму / П. Котлер, Дж. Бауен, Дж. Макенс. - Англія. 6-е видання. - 2014. - 597 с. - ISBN 9780132784023.
19. Котлер, П., Боуен, Дж., Макенс, Дж. Маркетинг туристичного туризму / П. Котлер, Дж. Бауен, Дж. Макенс. - Англія. 6-е видання. - 2017. - 688 с. - ISBN 978-0134151922.
20. Алексеева, Н., Дринь, О. Дослідження туристичних потоків в Україні / Н. Алексеева, О. Дринь // Матеріали конференції «Актуальні наукові досягнення - 2014», 22 - 30 червня - Чехія. - 2014 . URL: http://tourlib.net/statti_ukr/alekseeva2.htm
21. Урядовий портал. Постанова КМУ про затвердження Стратегії розвитку туризму та розвитку курортів на період до 2026 р. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2021-2022.pdf>
22. Грико, Ю. Вплив міжнародного туризму на розвиток країн світу / Ю. Грико // Студентський науковий вісник Луцького національного технічного університету. 2014. –Вол. 4. - С. 67–73.
23. Кіфяк, В. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Кіфяк // Книги XXI. - Чернівці. - 2003. - 300 с. - ISBN 966-8029-31-3.
24. Мельник, А. Зарубіжний досвід готельного бізнесу та особливості його використання в Україні / А. Мельник. 2008. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2008_4_2/94.pdf.
25. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.

26. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. Шепелюк С.І. Вісник ДІТБ. – 2013. – №17. – С. 262-268. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/shepeljuk2.htm
27. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації – WorldTravelandTourismCouncil. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-research/>
28. Travel & Tourism 2014 / World Travel & Tourism Council. – London, 2014. – 44 p.
29. Travel & Tourism Economic Impact 2014 Ukraine / World Travel & Tourism Council. – London, 2014. – 22 p.
30. Бондаренко М. П. Позиціонування України на міжнародному туристичному ринку // Економічний часопис – XXI. – 2011 URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Ech/2011_12/14_Bondarenko.pdf
31. Ткач Є. І. (ред.) Курс лекцій з дисципліни Статистика. Частина 1. Теорія статистики/ В. П. Сторожук, О. В. Кустовська, Є. І. Ткач, І. М. Ткач та ін.; Тернопіль: Економічна думка, 2006. – 224 с.

Додатки

Додаток А

Рейтинг найбільш відвідуваних країн світу (млн. прибулих)

2018 рік		2019 рік		2020 рік		2021 рік	
Країна	Кількість	Країна	Кількість	Країна	Кількість	Країна	Кількість
Франція	89,4	Франція	90,9	Франція	41,7	Франція	48,4
Іспанія	82,8	Іспанія	83,5	Італія	25,2	Мексика	31,9
США	62,1	США	79,4	Мексика	24,3	Іспанія	31,2
Китай	45,8	Китай	65,7	США	19,2	Туреччина	29,9
Італія	38,9	Італія	64,5	Іспанія	18,9	Італія	26,9
Туреччина	36,3	Туреччина	51,2	Туреччина	15,9	США	22,1
Мексика	30,8	Мексика	45,0	Австрія	15,1	Греція	14,7
Німеччина	30,1	Таїланд	39,9	Німеччина	12,4	Австрія	12,7
Таїланд	22,8	Німеччина	39,6	Об'єднане Королівство	10,7	Німеччина	11,7
Об'єднане Королівство	19,6	Об'єднане Королівство	39,4	Польща	8,4	Хорватія	10,6
Україна	14,2 (22)	Україна	13,4 (20)	Україна	3,4(24)	Україна	4,3 (22)
Усього	1340,5	Усього	1392,4	Усього	387,1	Усього	430,9

Джерело: розроблено автором за даними [8-9]

Додаток Б

Рейтинг країн з найбільшими доходами від туризму, (млрд. дол.)

2018 рік		2019 рік		2020 рік		2021 рік	
Країна	Дохід	Країна	Дохід	Країна	Дохід	Країна	Дохід
США	214,5	США	199,0	США	72,5	США	70,2
Іспанія	73,8	Іспанія	79,7	Франція	32,6	Франція	40,8
Франція	67,4	Франція	63,5	Об'єднане Королівство	26,6	Іспанія	34,5
Таїланд	63,0	Таїланд	59,8	Австрія	25,8	Об'єднане Королівство	33,1
Об'єднане Королівство	51,9	Об'єднане Королівство	58,6	Німеччина	22,1	Туреччина	26,6
Італія	49,3	Італія	49,6	Італія	19,8	Італія	25,2
Австрія	45,0	Японія	46,1	Іспанія	18,5	Німеччина	22,3
Німеччина	43,0	Австрія	45,2	Австрія	13,8	Мексика	19,8
Китай	40,4	Німеччина	41,8	Канада	13,6	Австрія	17,0
Макао (Китай)	40,2	Макао (Китай)	40,1	Таїланд	13,4	Макао (Китай)	15,3
Україна	1,4 (76)	Україна	0,4 (114)	Україна	1,6 (51)	Україна	1,0 (66)
Усього	1377,9	Усього	1394,9	Усього	515,7	Усього	575,9

Джерело: розроблено автором за даними [8-9]