

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ
імені С.З. ГИЖИЦЬКОГО**

**Факультет менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування
Кафедра туристичного бізнесу та гостинності**

**Допускається до захисту
“ ” 2025 р.**

В.о. зав. кафедри

_____ Л.П. Кушнір

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Студента СЕЙМІВСЬКОГО ПАВЛА АНДРІЙОВИЧА

на тему:

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

на присвоєння кваліфікації – **Магістрз туризму**

Керівник роботи _____

к.е.н., доц. Кушнір Л.П.

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет ветеринарної медицини та
біотехнологій імені С.З. Гжицького

Факультет менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування
Кафедра туристичного бізнесу та гостинності
ОСМагістр
Спеціальність 242 Туризм і рекреація

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. завідувача кафедри
_____ **Л.П. Кушнір**

“ ____ ” _____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я

на кваліфікаційну роботу студенту

СЕЙМІВСЬКОМУ ПАВЛУ АНДРІЙОВИЧУ

1. Тема роботи: «Міжнародний досвід організації зеленого туризму»

керівник роботи к.е.н., доцент Кушнір Л.П., затверджена наказом вищого навчального закладу від « ____ » _____ 2025 року № _____

2. Строк подання студентом проекту (роботи) грудень 2025 року

3. Вихідні дані до проекту (роботи) –

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): _____

5. Перелік графічного матеріалу – у роботі будуть представлені таблиці та рисунки

6. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Вступ	12.06.2025-15.06.2025	
2	Огляд наукової літератури	25.06.2025-14.07.2025	
3	Вивчення методів досліджень	20.07.2025-18.08.2025	
4	Опрацювання результатів досліджень	20.08.2025 – 20.10.2025	
5	Формування висновків та підготовка роботи до захисту	20.10.2025 - 20.11.2025	

Студент

(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Сеймівський П.А. Міжнародний досвід організації зеленого туризму: Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти: (242 «Туризм і рекреація») / ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького. Кафедра туристичного бізнесу та гостинності. Наук. кер.: Л.П. Кушнір, к.е.н., доцент. Львів, 2025.

Дипломна робота присвячена дослідженню вітчизняного ринку туристичних послуг та адаптації його до вимог ринку в умовах євроінтеграції. В роботі досліджено економічний стан та перспективи розвитку туристичного бізнесу з позицій відповідності ринковим вимогам і міжнародним стандартам. Проведено комплексний економічний аналіз стану галузі, результати якого є актуальними при виявленні основних проблем їх розвитку і функціонування.

Ключові слова: туристична галузь, інвестиційні процеси, туристичний продукт, євроінтеграція, проблеми туризму, зелений туризм.

© Сеймівський П.А., 2025

© ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького, 2025

SUMMARY

Seymivskiyi P.A. International experience in organizing green tourism: Qualification work for obtaining the second (master's) level of higher education: (242 "Tourism and recreation") / Lviv National University of Tourism and Hospitality named after S.Z. Gzhytsky. Department of Tourism Business and Hospitality. Scientific supervisor: L.P. Kushnir, Ph.D. in Economics, Associate Professor. Lviv, 2025.

The diploma paper is devoted to investigation the tourism branch of Ukraine economic and its adaptation of market requirements on the eurointegration conditions. Economic condition and prospects for the development of the industry are studies in terms of their correspondence to market requirements and international standards. The results of the comprehensive economic analysis of the conditions and degree of prospects for the development of tourism have proved to be essential when diagnosing the main problems of their development and operation.

Keywords: tourism industry, investment processes, tourism product, European integration, tourism problems, green tourism.

© Sejmvskiyi P.A., 2025

© S.Z. Gzhytskyi Lviv National University of Biomedical Sciences, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ	
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	
1.1 Сутність та економічний зміст міжнародного туризму.....	
1.2. Організаційно-правове забезпечення туристичної діяльності в	
Україні.....	
1.3. Європейська туристична політика в умовах активізації	
співробітництва України та Європейського	
Союзу.....	
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА	
ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ	
ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРО-	
ІНТЕГРАЦІЇ.....	
2.1 Динаміка розвитку та оцінка діяльності туристичної галузі	
України.....	
2.2. Визначення і оцінка впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на	
туристичний ринок.....	
2.3. Комплексний аналіз співпраці України і Європейського Союзу у	
галузі туризму.....	
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТА	
ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ СПІВРОБІТНИЦТВА В	
ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ З КРАЇНАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО	
СОЮЗУ.....	
3.1. Міжнародний туризм як засіб інтеграції України у світовий	
простір.....	
3.2. Стратегія розвитку туристичної індустрії для України з	
врахуванням досвіду країн ЄС.....	
3.3. Обґрунтування заходів країн світу щодо підтримки туристичної	
галузі...	
ВИСНОВКИ.....	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	
ДОДАТКИ.....	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження.

Туризм на сьогоднішній день вважається пріоритетною та прибутковою частиною системи управління та однією з найбільш динамічних галузей світової економіки.

Важливість і роль туризму на регіональному та міжнародному рівнях можуть бути відображені кількістю туристичних маршрутів, кількістю робочих місць у туризмі та суміжних галузях, валютними надходженнями від туризму, а також витратами на туризм і дозвілля. Нині в галузі зайнято понад 360 млн. осіб, тобто на кожного десятого працюючих, на туристичну індустрію припадає близько 10% світового валового національного продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 11% світового споживання та 8 % усіх податкових надходжень і третину світової торгівлі послугами.

Для багатьох країн міжнародний туризм став найприбутковішою галуззю економіки, а його доходи також є важливою частиною національного бюджету. Індустрія подорожей і туризму стимулювала розвиток інвестиційних проектів для розвитку транспортної, готельної та туристичної інфраструктури (зокрема аеропортів, доріг, морських портів, відновлення історичних місць, музеїв, заповідників), покращуючи тим самим якість життя населення, корінні народи та туристичні послуги.

Україна має все необхідне, щоб стати туристичною країною. Кількість рекреаційних зон не є типовим представником кожної держави. Але цей потенціал використовується лише наполовину. На жаль, розвиток туризму в Україні ще не є пріоритетною галуззю економіки і знаходиться на стадії становлення.

У вітчизняній науковій літературі з означеного проблемного кола питання розвитку туризму, шляхи та механізми його державного регулювання окремо не розглядалися. У працях таких українських та зарубіжних учених, як Л.Г.Агафонова, В.Д.Безносьок, А.М.Виноградська, В.К.Євдокименко, В.С.Кравців, М.П.Крачило, В.І.Мацола, В.К.Федорченко, Балабанов І.Т.,

БеренсВ., Хавранек П., Бірман Г., Шмідт С., Гетце У., Блех Ю., Боумен К., Вайсман А., Гітман Л., Данк М., Ендрю С., Карпова Г., Мейтланд Я., Брейдик О.О., Виноградська А., Гончаров В.В., Добровольська А., Гуляєв В.Г., Барчукова Н.С., Онищенко В.О., Долішній М.І., Євдокименко В.К., Дурович А.П., Жупанський Я.І., Карсекін В., Ткаченко Т., Шаблій О.І., Квартальнов В.А., Кифяк В.Ф., Крачило М.П., Лапшина І. А., Лемешев М.Я., Благун І.С., Кравців В.С. та інших, аналізуються аспекти розвитку міжнародного туризму, його регулювання в Україні та за кордоном.

Туристичні підприємства представляють специфічні сфери економічної діяльності, безпосередньо пов'язані із задоволенням матеріальних та духовних потреб людей, мають велику мобільність у нових формах господарювання, сприяють зовнішньоекономічній діяльності країни.

Крім того, процес становлення індустрії туризму тісно пов'язаний з розширенням та поглибленням міжгалузевих та міжрегіональних зв'язків. Оскільки індустрія туризму є багатогалузевим комплексом послуг, туристична галузь висунула низку потреб у суміжних галузях, що не тільки сприяє підвищенню рівня технологій, покращенню організації обслуговування та зайнятості, але й сприяє розвитку кількох форм власності. При цьому через відсутність системного підходу до плану свого розвитку вона поки що не змогла повністю використати всі свої переваги, тобто можливість отримання великої суми валютного доходу до національного бюджету.

Тому актуальність і важливість створення туризму в Україні на рівні міжнародних вимог, необхідність вирішення питань розвитку туризму на основі багатуукладної економіки зумовили вибір тем дослідження.

Мета і завдання дослідження. Мета роботи – здійснити дослідження стану туристичної галузі України, визначити основні причини, які перешкоджають розвитку та знайти шляхи їх подолання. Досягнення означеної мети передбачало постановку і вирішення таких завдань:

- узагальнити підходи до тлумачення сутності та типологізації туристичної діяльності України;
- виявити специфічні особливості впливу глобалізації світового господарства на

розвиток галузі;

- визначити правове регулювання туризму в Україні;
- ознайомитися з принципами туристичної політики основних європейських держав;
- дослідити динаміку розвитку та надати оцінку діяльності туристичної сфери;
- визначити вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на туристичний ринок;
- ознайомитись із значенням туризму як засобу інтеграції України у світовий простір;
- визначити основні шляхи подолання проблем в галузі туризму;
- сформулювати пропозиції та рекомендації щодо створення сприятливих умов функціонування туристичної галузі України в умовах євроінтеграції.

Об'єктом дипломної роботи виступає ринок туристичних послуг України, основні проблеми, галузі та шляхи їх подолання в умовах євроінтеграції.

Предметом дипломного дослідження є методологія, методи оцінки та засади подолання проблем галузі, особливо в умовах інтеграції України у світовий простір.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ ЄВРО ІНТЕГРАЦІЇ

1.1. Сутність та економічний зміст міжнародного туризму

Під міжнародним туризмом розуміють специфічний вид економічної діяльності, спрямованість якого полягає у наданні різноманітних видів туристичних послуг та виробництві туристичних товарів для задоволення широкого кола матеріальних та духовних потреб, особливо іноземного туризму.

Суб'єктом міжнародного туризму вважається особа, яка виїжджає за кордон, але не займається там оплачуваною діяльністю. Тому спочатку міжнародний туризм розглядався як виїзд за кордон (пішохідні, подорожі), але з розвитком міжнародних економічних відносин, коли швидко зростав піт на подорожі за кордон і формувалась галузь туристичних продуктів та послуг, туризм став міжнародним. товар. , продавати з матеріальними та нематеріальними послугами.

Найближчим часом побудова моделі економічного ринку Китаю потребує принципової розробки нових підходів до формування ефективного механізму регулювання у сфері внутрішнього туризму. Перший крок у цьому напрямку показує, що процес дуже складний. В Україні існують деякі проблеми, які не сприяють розвитку туризму, наносять серйозний вред економічним та соціальним відносинам туристичної галузі.

У вітчизняній науковій літературі з означеного проблемного кола питання розвитку туризму, шляхи та механізми його державного регулювання окремо не розглядалися. У працях таких українських учених, як Л.Г.Агафонова, В.Д.Безносюк, А.М.Виноградська, В.Г. Гуляєв, В.К.Свдокименко, Л. О. Іванова, В.С.Кравців, М.П.Крачило, І. А. Лапшина, В.І.Мацола, М. П. Мальська, Ю. В. Мігущенко, В. Худо, В.К.Федорченко, аналізуються лише окремі аспекти розвитку міжнародного туризму, його регулювання в Україні та за кордоном

[36,с.17]. В кінці XX ст. міжнародний туризм стає однією з провідних галузей світової економіки, потенціальний вплив якої набув таких масштабів, що його порівнюють з “туристською революцією”.

Для розробки повного визначення поняття «туризм» необхідно розглянути багатоаспектність туризму та його взаємодію з іншими видами діяльності. Відсутність єдиного визначення ускладнює вивчення туризму як дисципліни. Слід зазначити, що у світовій практиці термін «іноземні туристи» (у міжнародних договорах – просто «туристи») пройшов довгий шлях і зазнав певних змін, але досі чітко не визначений. [3, с.45].

Вивчення туризму з наукової точки зору (серед багатьох інших дисциплін) в останній час привертає увагу вчених у багатьох галузях знань. У зв'язку з цим необхідно сформулювати точні визначення та термінологію. Цей питання не такий простий, як здається на перший погляд. Його щороку впроваджують різні організації, зокрема Організація Об'єднаних Націй, Всесвітня туристична організація та Організація економічного співробітництва та розвитку.

Туризм спочатку розглядався як вид подорожей. Відповідно до визначення Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), туризм походить від французького «tourisme» - подорожі, подорожі-відпочинок, подорожі включають залишення місця постійного проживання; позитивний метод розваг, який відновить продуктивність, здоров'я та пізнання людини. , Спортивно-культурно-розважальне призначення Проте з розвитком економіки, коли різко зріс піт на туризм, з'явилися виробники таких туристичних послуг, і туризм стає товаром. Як товар туризм реалізується у вигляді послуг (матеріальних та нематеріальних).

Міжнародні організації продовжують звертатися до тлумачення термінології, головним чином для узгодження принципів міжнародної статистики. Тому Конференція експертів-статистів Ліги Націй 1937 р. дала визначення поняття «міжнародні туристи». Ще у 1937 році, згідно з рекомендаціями Комітету експертів Ліги Націй, було прийнято «відноситися до кожного, хто залишився в країні/регіоні, де він не

проживав хоча б 24 години, як до туриста». Це визначення не є чітким і тому неправильне. Організація Об'єднаних Націй неодноразово розглядала визначення поняття «іноземні туристи».

Створено такі основні туристичні групи: громадяни, які їдуть у відпустку за сімейними обставинами, лікування та інші причини; громадяни, які беруть участь у конференціях та з'їздах (наука, управління, спорт тощо); громадяни, які подорожують у справах; громадяни, які подорожують морем, незважаючи на шлюб години за 24 години; студенти та студенти за кордоном. Було визначено, хто не вважається туристом. Це: громадяни, які приїжджають в країну, по договору чи без нього, шукати роботу; громадяни, що залишились в країні на постійне місце проживання; жителі прикордонних районів, які живуть по одну сторону кордону, а працюють по іншу.

В 1950 р. International Union Official Travel Organization (IUOTO) – Міжнародне об'єднання офіційних туристських організацій (МСОТО), перетворене в 1975 р. у Всесвітню туристичну організацію (ЮНВТО), уточнило визначення “турист”, ввівши нові поняття: “екскурсант” і “транзитний мандрівник”. При цьому було дано чітке розмежування цих категорій від категорії “турист” [22].

Певні групові і економічні інтереси країн істотно впливають на тлумачення понять, що приймаються за основу в національних нормативних актах, регулюючих певні відносини у сфері туризму.

Туризм у сучасному розумінні — це величезна економічна система, між різними елементами національної економіки певної країни і зв'язком між національним господарством і світовим господарством в цілому є різноманітні зв'язки.

На міжнародному рівні багато країн ще не сформували чіткого та єдиного тлумачення терміну «іноземні туристи», а отже, не до кінця определили суб'єкти міжнародних договорів та угод, пов'язаних із співробітництвом у сфері міжнародного туризму. Україна визначається основними термінами та поняттями, що стосуються туризму та

туристичної діяльності.

Згідно до Закону України “Про туризм”, туристична діяльність – це діяльність по наданню різних туристичних послуг у відповідності до вимог даного закону й інших актів законодавства України; туризм - тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування; турист - особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін .

За Н.Ф. Реймерсом, туризм - це будь-яка подорож з метою відпочинку і знайомства з новими регіонами й об'єктами, а О. О.Бейдик дає наступне пояснення цього терміна: туризм – це форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями.

Туризм можна розділити на широкий та вузький.

Загалом туризм - це будь-який маршрут вашого переміщення у просторі, що виходить за межі повсякденних чи повсякденних справ. У вузькому розумінні туристами вважаються всі маршрути, спеціально організовані для пересування громадян, які здійснюються самостійно (або організацією, що їх спрямовує), за винятком подорожей, пов'язаних із службовими справами.

Туристичний ринок за визначенням О. Любіцевої – це сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням . Пропозиція на ринку туристичних послуг за означенням Є. Альткорна – це та кількість благ, послуг та товарів туристичного призначення, яку виробники готові продати за даного рівня цін [58, с. 57].

Згідно Закону України “Про туризм”, туристичні послуги – це

послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів. Подібне визначення дає В. Гаворецькі – відомий польський дослідник туристичної індустрії: туристична послуга – це усяка діяльність, спрямована на задоволення матеріальних та нематеріальних (духовних) потреб туриста.

Український закон про туризм визначає туристичний продукт як сукупність попередньо розроблених туристичних послуг, що поєднує щонайменше дві такі послуги, що продаються або пропонуються до продажу за певною ціною. У тому числі: транспортні послуги, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з транспортуванням та розміщенням (організація відвідування культурних закладів, дозвілля та розваг, продаж сувенірів тощо).

Українська дослідниця проблем туризму О. Любіцева вважає, що туристичний продукт – це комплекс туристичних благ, послуг та товарів, представлений у вигляді програми, складеної з урахуванням індивідуальних побажань, в межах якої реалізується мета перебування людини поза постійним місцем проживання, і комплекс заходів по її реалізації на відповідному якісному рівні [67].

У міжнародній практиці до туристів відносять тих, хто тимчасово і добровільно змінює місце проживання з будь-якою метою, крім діяльності з отримання винагород у місці тимчасового перебування. Міжнародний туризм – це туризм в іншу країну, тобто закордонний туризм, у тому числі подорожі мандрівників за межі країни проживання з туристичною метою.

Існує дві форми міжнародного туризму: візійний та в'їзний. Під виїзним туризмом розуміють подорожі людей, які тривалий час проживають в Україні, в іншу країну, під візним – подорожі Україною людей, які тривалу годину не проживають в Україні.

Один і той самий турист може бути класифікований як в'їзд, так і

виїзд одночасно, залежно від країни, описаної в його діяльності. Розрізняйте країну походження туристів, яких він залишає, та країну призначення, до якої він прибуває. Перший випадок стосується в'їзного туризму, а другий – візитного туризму. Ці терміни використовуються для закордонних подорожей на початку подорожі. На зворотному шляху туристи просто повертаються додому.

За економічними ознаками, а саме, в залежності від впливу туризму на бюджет країни і її регіонів, туризм можна поділити на такі форми як активний і пасивний. Приїзд іноземних туристів в країну, в який-небудь регіон країни являється активним туризмом. Він служить фактором ввозу грошей (валюти) в дану країну чи регіон. Виїзд громадян даної країни чи регіону в інші держави є пасивним туризмом. Він пов'язаний з вивозом грошей (валюти) з даної країни чи регіону і відображає валютно-кредитні відносини в сфері експорту-імпорту туристичних послуг країни [58, с. 32].

Ці форми туризму знаходять своє відображення у поділі праці в імпортно-експортному бізнесі туристичного зовнішньоторговельного бізнесу.

Туристичний імпорт – це ввезення до країни ворожень і водночас вивезення коштів з країни у супроводі туристів. Це також пасивний туризм.

Туристичний експорт – це вивезення туристичних ворожень із країни, що супроводжується ввезенням туристами грошей до країни одночасно. Це активний тур. При наданні оплати туристичних послуг, тобто грошового потоку, в Україну це означає експорт туризму, тобто активного туризму. Коли іноземні туристи приїжджають до нашої країни, вони витрачають кошти на потреби у подорожі, надані узбецькою стороною, а кошти туристів розраховуються в Узбекистані. Водночас це означає, що країни, які заробляють на туристах, імпортують туризм.

На жаль, в Україні обсяги імпорту туризму перевищують обсяги експорту. У зв'язку з цим країна втрачає чудові можливості для придбання валюти та розвитку туризму як однієї з найбільш прибуткових галузей сучасної економіки.

Оскільки міжнародний туризм включає виїзд за межі країни проживання мандрівників з туристичною метою, для перетину національних кордонів потрібні певні процедури: оформлення паспорта та візи, митні процедури, валютний та медичний контроль. Ці правила сформульовані державою для боротьби з нелегальною імміграцією, міжнародним тероризмом, торгівлею наркотиками тощо. І забезпечити встановлений порядок в'їзду та виїзду з країни.

Спрощення (ускладнення) процедур безпосередньо впливає на потік міжнародного туризму і сприяє чи навпаки ускладнює потік людей. Громіздкі процедури оформлення виїзних документів, порушення встановлених умов або несанкціоновані відхилення, завищені тарифи не сприяють зростанню туризму, у сфері валютного контролю – жорсткі обмеження на обмін валют залежно від рівня споживання товарів та послуг з боку туристів.

Види міжнародного туризму класифікуються в залежності від мети поїздки, термінів, засобів пересування і розміщення, вартості поїздки, вікового складу, сезону та інших ознак. В залежності від цих критеріїв туризм поділяється на декілька видів [67].

За метою подорожі міжнародний туризм поділяється на різні види.

1) Діловий туризм-туризм встановлює ділові контакти та веде ділові переговори, але це не вигідно. На відміну від подорожей у відпустку, рішення щодо ділових подорожей, масштабів та фінансування зазвичай приймаються не самими туристами, а іншими людьми, керівниками служб та керівниками компаній.

У спеціалізованій літературі діловий туризм зазвичай поділяють на діловий туризм, виставковий туризм та інтенсивний туризм. Останній – це подорож для компанії для нагородження співробітників, які досягли високих досягнень на роботі. На відміну від широкомасштабного інтенсивного туризму – план розробляється для конкретних корпоративних клієнтів і зазвичай передбачає якісне проживання та послуги на маршруті.

Міжнародний діловий туризм охоплює досить широке коло поїздок:

- ділові поїздки співробітників корпорацій з метою переговорів, участі у виробничих нарадах, презентаціях, збутової діяльності тощо;
- поїздки на симпозиуми, конгреси, конференції, семінари, виставки, ярмарки, біржі тощо;
- заохочувальні поїздки, що організовуються компаніями для своїх співробітників у вигляді безкоштовної туристичної поїздки;
- поїздки на спортивні змагання команд, гастролі артистів;
- поїздки офіційних делегацій.

За оцінками експертів ЮНВТО цей вид туризму є одним з найбільш економічно ефективних видів туризму в світі. Так, приблизно 50 % доходів авіакомпаній, приблизно 60 % доходів готелів і більше як 70 % доходів автопрокатних компаній створюються за рахунок обслуговування саме цієї категорії туристів [67].

2) Оздоровчий туризм - ринок оздоровчого туризму досить широкий, який тісно пов'язаний із використанням ресурсів відпочинку. Плани на цей вид подорожей дуже різноманітні, але є загальні специфічні вимоги до їх організації. Основна особливість такого типу побудови туристичних груп полягає в тому, що близько половини години слід витратити на лікувальні процедури чи курси, а всі інші заходи є додатковими чи супутніми. Існують значні відмінності у споживчому попиті та уявленнях про оздоровчий туризм. Для когось це відпочинок, де профілактичне лікування (водо-грязелікування, мінеральна вода тощо) є обов'язковим, а для когось – просто відпочинок на природі чи активний спосіб життя.

3) Хобі-подорожі - цей вид міжнародної подорожі дає можливість займатися улюбленими справами з однодумцями під час відпустки чи подорожі (водії, колекціонери марок, любителі спорту, гурмани тощо). Організовуючи такі програми, ми повинні дотримуватися основних правил групування на основі однорідності інтересів та тематичного позиціонування.

4) Пригодницький туризм – забезпечити перебування туристів у привабливих місцях та заняття незвичайними видами

діяльності (полювання на верблюдів в Африці, лов форелі у Карпатах, лазіння на вулканах тощо).

Пригодницькі тури поділяють на 3 види:

- похідні експедиції;
- сафарі - тури (мисливство, рибальство, фотомисливство та інше);
- навколосвітнє плавання (яхтинг).

Специфікою такого виду туризму є наявність спеціального роду ліцензій, дозволів (на охоту, рибальство, вивіз трофеїв), забезпечення гарантій безпеки, що включає, крім страхування, контрольно-порятункові служби, проходження трас маршрутів та перевалів у супроводі кваліфікованих інструкторів. Пригодницький туризм належить до елітних видів туризму і коштує досить дорого.

5) Спортивний туризм. Основними споживачами таких турів є різні спортивні товариства, а основними великими сегментами ринку спортивного туризму є любителі спорту. Головне завдання спортивного туру – забезпечити можливість протягом усього туру займатися обраним видом спорту. Головна вимога – забезпечення безпеки туристів.

6) Навчальні тури. В основному, це мовні тури, а також тури з навчанням спортивним іграм, менеджменту або тури з підвищення кваліфікації. Всі програми навчальних турів включають у себе по 2-4 години зайняти в день, у першій половині дня, решта години – відпочинок, спорт, розваги. Бувають тури з інтенсивною програмою навчання (20-30 годин на тиждень), тоді серйозні вимоги висуваються до викладачів.

7) релігійний туризм – це найдавніший вид туризму. У туризмі з релігійними цілями можна окреслити такі види поїздок:

- паломництво – відвідування святих місць з метою поклоніння церковним реліквіям, святиням та з метою відправлення релігійних обрядів;
- пізнавальні поїздки з метою знайомства з релігійними пам'ятками, історією релігії та релігійною культурою;

- наукові поїздки – поїздки науковців, які займаються питаннями релігії.

Дуже важливим у релігійному туризмі є питання підготовки кадрів, які могли б не лише показати архітектурні та історичні пам'ятки, а розкрити туристам духовність релігійних цінностей.

8) Розважальні тури – вони не довготривалі (2-4 дні) і можуть бути періодичними та регулярними. У Європі дуже популярні різдвяні тури. Програми таких турів – це відвідування святкових заходів, концертів, виставок тощо).

9) Пізнавальні тури – мають велику кількість різновидів: історичні, літературні, знайомство з живописом, балетом, оперою, місцями діяльності відомих людей тощо. Це, як правило, короткотермінові тури. Важливим моментом таких турів є бажаність проведення екскурсій на рідній мові туриста, оскільки переклад викривляє сприйняття теми та погіршує якість екскурсії.

10) Подорожі для людей старшого віку. За спостереженнями психоаналітиків, сьогоденне старіюче покоління розвинутих країн – це активна, вимоглива та платоспроможна категорія населення, орієнтована на якісне обслуговування. Програму обслуговування для цієї категорії туристів рекомендується складати таким чином, щоб клієнти мали більше годин для відпочинку. Переїзди з місця на місце повинні бути по можливості короткочасними. При розміщенні варто віддавати перевагу невеликим, не дуже модним готелям з гарним сервісом.

11) Науковий туризм - це знайомство з досягненнями науки й техніки, промисловості, сільського господарства, участь в конгресах, симпозіумах, наукових семінарах і т.п. [58, с. 118].

За способом пересування він поділяється на організований та неорганізований. Поїздка туриста або групи туристів за точним маршрутом та правилами, встановленими суб'єктом туристичної діяльності, називається організованим туризмом. Поїздка окремої особи чи групи туристів без будь-яких взаємних зобов'язань з туристичною агенцією

називається самодіяльною (неорганізованою) поїздкою. Поїздки туристів організовуються самостійно.

За кількістю людей розрізняють індивідуальні та групові тури. Подорож одного людини називається індивідуальним, а групи людей (включаючи сім'ї), які подорожують за власними планами, називаються груповими.

За тривалістю подорожі розрізняють короткострокові та довгострокові. Короткострокова – це вид подорожі, який не перевищує 3 днів. Долгосрочне подорож, термін подорожі більше 3 днів.

Завіком туристів розрізняють дитячий, молодіжний та зрілий туризм. Залежно від засобу пересування розрізняють тури, які використовують особистий та громадський транспорт, що належать чи орендуються туристичними компаніями. Виходячи з цього, туризм поділяється на такі види: автомобільні тури, автотури, морські та літні круїзи тощо. За способом розміщення туризм поділяється на стаціонарний та мобільний. Фіксований проїзд пов'язаний із постійним місцем перебування туриста протягом усього періоду подорожі. Мобільний туризм – це туризм, пов'язаний із подорожами (круїзні лайнери, туризм тощо).

За силою туристичних путівок розрізняють постійні тури та сезонні тури. Постійний туризм — це цілорічне та більш-менш однорідне відвідування туристичних об'єктів (міст, курортів тощо). Сезонний туризм пов'язаний лише з відвідуванням туристичних об'єктів у певну пору року.

Тому в наукових працях вітчизняних та зарубіжних авторів немає єдиного тлумачення туристичних термінів, тому є визначення основних туристичних зрозуміти різних авторів. Існує кілька категорій міжнародного туризму. Відповідно до мети подорожі, ділові поїздки є найважливішими, оскільки це один з найбільш економічно вигідних видів подорожей у світі. Поділяються на діловий туризм, виставковий туризм та інтенсивний туризм, є також поширені види туризму, такі як оздоровчий, пригодницький та спортивний. За способом подорожі вона є організованою та неорганізованою, за кількістю розрізняють групи та

особини, за тривалістю короткострокові та довгострокові.

1. 2. Організаційно-правове забезпечення туристичної діяльності в Україні

За останні 50 років туризм став потужною галуззю світової економіки. Це потребує максимальної уніфікації національного законодавства в цій сфері та усунення проблем на шляху до міжнародного туризму. Для України, яка використовує менше туристичних ресурсів, останнє (удосконалення законодавчої бази та усунення непотрібних прикордонних процедур) є дуже важливим.

Міжнародне співтовариство сформулювало принципи та норми, на яких має базуватись туристичне законодавство. Ці правила містяться у багатосторонніх або двосторонніх договорах та рішеннях міжнародних організацій, переважно Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), до якої входять 138 країн. Україна входить до його виконавчого комітету з 1999 року. Рекомендації Всесвітньої організації подорожей реалізуються через відповідні міжнародні декларації та угоди.

Найважливішими міжнародно-правовими документами у галузі туризму є Загальні резолюції Міжнародної конференції ООН з туризму та подорожей (1963 р.), Манільська декларація про світовий туризм (1980 р.), Хартія туризму (1985 р.) та Гаазька декларація з туризму. (1989). Сформульовані ними принципи повинні бути основою для відповідного національного законодавства та укладення угод між країнами. На основі вищезазначених документів Міжпарламентська конференція з туризму висунула ряд рекомендацій щодо розвитку туризму, які можуть бути використані як орієнтир для формування законодавства України в цій сфері. [51, с. 47].

1. Туристична галузь повинна бути комплексно спланована, враховуючи всі аспекти законодавства, які офіційно пов'язані з іншими галузями (транспорт, зв'язок, охорона здоров'я). Загальним

носієм законодавчих змін має стати упрощення внутрішньої та міжнародної системи регулювання туризму.

2. Основа законодавства про туризм має базуватися на трьох цілях: захист туристів, захист окремих країн у контексті туристичних (екологічних та інших) питань та розвиток туризму.

3. Країна, яка щойно розпочала роботу у сфері туризму, повинна координувати свою діяльність на міжнародному рівні, щоб вчитися на міжнародному досвіді та не допускати помилок іншими країнами.

4. Усунути загальні перешкоди для туристів та перешкоди для розвитку туризму.

5. Держава повинна сприяти розвитку туристичної обізнаності (тобто гостинності) серед мандрівників і туристів, митних, прикордонних та імміграційних службовців, персоналу туристичних агенцій та громадськості, щоб запобігти будь-якій формі дискримінації.

6. Необхідною умовою розвитку туризму є забезпечення безпеки туристів. Законодавство у сфері безпеки та захисту туристів має бути чітко пов'язане з іншими законодавчими заходами, спрямованими на ліквідацію насильства та злочинності. Також слід передбачити співпрацю з цього питання на міждержавному та регіональному рівнях.

7. Вжити всіх заходів для забезпечення базового страхування туристів від великих ризиків (хвороба, крадіжка особистого майна, репатріація).

8. Законодавство повинно передбачати процедури, що сприяють: (а) швидкій репатріації туристів, потерпілих від нападів на особистість та/або майно, б) повернення украденого та пізніше виявленого майна до країни прибуття.

9. Парламент повинен переглянути всі правові норми, пов'язані з туризмом, щоб об'єднати їх (одночас усуваючи наявні прогалини) у всеосяжне законодавство, що кодифікує національну туристичну політику та пріоритети. При цьому особливу увагу слід приділити дотриманню міжнародних норм цього питання у внутрішньому законодавстві.

Внутрішній туризм відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічній житті країни. Зростає його статус та інтереси країни у подальшому розвитку галузі, посилюється вплив туризму практично на всі сфери життя та діяльності людей. Прийнятий Верховною Радою України 15 вересня 1995р. «Закон про туризм» передбачає: «Держава проголосила туризм одним із пріоритетних напрямів національного культурно-економічного розвитку та створила сприятливі умови для туристичної діяльності». [33]. Найголовніше, що це визначення повністю відповідає рекомендаціям Гаазької міжпарламентської конференції з туризму (10-14 квітня 1989 р.), найавторитетнішого туристичного форуму сучасності, де стверджується, що воно також є найкращим у межах цих пріоритетів Стратегія розвитку туризму» [28].

Сучасне та майбутнє розвиток туристичної галузі вимагає від уряду активної підтримки туристичної інформації, популяризації туризму, будівництва інфраструктури тощо, необхідно розвивати нові ринки та вживати заходів для забезпечення співпраці у всіх сферах – державних та приватне співробітництво. Для максимального розвитку туризму. Індустрія туризму має бути комплексно спланована, враховуючи всі аспекти законодавства, пов'язані з іншими секторами, такими як транспорт, зайнятість, охорона здоров'я, сільське господарство, зв'язок тощо.

Слід визнати, що виконання цих рекомендацій відбувалося повільно, але в Україні їх також почали виконувати. Зроблено перший крок на шляху законодавчого забезпечення та комплексного планування розвитку внутрішнього туризму.

Тому Закон України про туризм 1995р. забезпечує правову основу туристичної діяльності країни. Вперше у законодавстві визначено поняття «туризм», «туризм» та «туристична діяльність». Це базовий законодавчий законопроект, який визначає загальні правові, організаційні, освітні та соціально-економічні засади національної політики у сфері туризму, комплексно регулює туристичну галузь України, створює умови для стимулювання комерційної діяльності туристичних компаній,

забезпечує найкращий рівень національного регулювання. Процес розвитку туризму. «Закон України про туризм» 1995 року став правовою основою для формування комплексу відомчих наглядово-регулюючих документів, що регулюють окремі аспекти туристичної галузі.

Загалом національну політику у сфері туризму визначає Верховна Рада України. Відповідно до «Закону України про туризм» 1995 року основними напрямками державної політики у цій сфері є:

- громадяни беруть участь у раціональному використанні вільного часу, змістовному дозвіллі, осмисленні історії та культурної спадщини, природної середовища, організації оздоровлення населення;

- забезпечити раціональне використання та охорону туристичних ресурсів, перетворити туризм у високоприбуткову галузь економіки України, створити ефективну туристичну систему для задоволення потреб внутрішнього та іноземного туризму;

- створити та удосконалити нормативно-правову базу у сфері туризму відповідно до чинного українського законодавства, міжнародних норм та правил;

- захищати права та інтереси країни у сфері туризму, встановлювати податковий, валютний, митний, прикордонний та інші види контролю, що сприяють розвитку туризму, створювати економічні умови для стимулювання розвитку туризму;

- запровадити пільгові умови для організації турів та екскурсій серед дітей, підлітків, молоді, інвалідів та малозабезпечених груп населення;

- заохочувати внутрішні та іноземні інвестиції для розвитку туризму;

- розробити процедури стандартизації, сертифікації та ліцензування у сфері туризму;

- запровадити систему статистичної звітності для основної сфери туристичної діяльності;

- визначити процедури управління державними активами у туристичній сфері;

- створити рівні можливості для суб'єктів комерційної діяльності на

ринку туристичних послуг, незалежно від форм власності, сприяти конкуренції та забезпечувати дотримання антимонопольного законодавства в цій сфері;

-гарантувати безпеку туристів, захищати права та власність туристів; підтримка розвитку регіонального туризму, визначення статусу окремих туристичних центрів, створення умов для пріоритетного розвитку туризму;

-організація та розвиток системи наукового забезпечення у сфері туризму, підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів;

-розвивати співпрацю з іноземними державами та міжнародними організаціями, брати участь у планах розвитку міжнародного туризму, формулювати та укладати міжнародні двосторонні та багатосторонні угоди у сфері туризму, визначати механізми їх реалізації [28].

«Законом України про туризм» 1995 року визначено, що центральним органом державної адміністративної влади у сфері туризму є Національна рада України з туризму, повноваження якої визначаються законом та положеннями, ухваленими Кабінетом Міністрів України. умови повторних реорганізацій з держуправліннями, український туризм Національний комітет реформований і вперше увійшов до ПКУ Молодіжна політика, спорт та туризм об'єднався з іншими комітетами та створено у 2002 р. Створено Національну адміністрацію України з туризму. є правонаступником вищезазначеного табору, яка відповідає за реалізацію національної політики у сфері туризму та її подальше розвиток.

З 1 січня 2005 року вступила в силу нововведення «Закону України про туризм». Серед основних змін, запроваджених законом, слід зазначити, що, по-перше, підприємства суворо поділяються на туристичні оператори та туристичні агенції, а туризм визначається як винятковий вид підприємницької діяльності, по-друге, кількість суб'єктів, які беруть участь у виді. різко знизився [27].

Національні органи виконавчої влади у сфері туризму беруть участь у розробці проектів законів про туризм та інших нормативно-правових

актів. В межах своїх повноважень розробляє та затверджує нормативні законопроекти, сприяє застосуванню чинного законодавства та вносити пропозиції щодо його удосконалення, визначає перспективи та напрями, матеріально-технічні та соціальні засади розвитку вітчизняного та іноземного туризму, забезпечує їх реалізацію; координує різні міністерства, комісії та діяльність туристичних підприємств та організацій незалежно від форми власності пов'язана з прийомом та обслуговуванням українських туристів та організацією закордонних туристичних поїздок; організовує інформаційну, рекламну та видавничу діяльність туристичної діяльності; сприяє Розвиток конкуренції на ринку туристичних послуг для всіх суб'єктів господарювання Створити рівні можливості незалежно від форм власності Ліцензувати (позбавити ліцензії) діяльність суб'єкта господарювання незалежно від форми власності на надання туристичних послуг.

Співпрацювати з Національним комітетом стандартизації, метрології та сертифікації України щодо формування національних стандартів у сфері туристичних послуг, сертифікації та сертифікації туристичних компаній, контролю за дотриманням ними умов і правил прийому та прийому туристів, організації навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації для туристичних кадрів, проводять наукові дослідження у сфері туризму, беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності у сфері туризму, представляють туристичні інтереси України в інших країнах та міжнародних організаціях, укладають міжнародні договори відповідно до чинного законодавства, відкривають туристичні групи за кордоном.

Рішення державного органу виконавчої влади у сфері туризму щодо регулювання питань туризму в межах його повноважень є обов'язковими для виконання різними міністерствами, місцевими органами державної виконавчої влади, суб'єктами господарювання незалежно від форм власності та туристами.

Повноваження місцевих державних адміністративних органів у сфері туризму визначаються положеннями, які затверджуються

місцевими адміністративними органами спільно з центральним органом управління туризму.

Правова база туристичної галузі регулюється спеціальним та загальним законодавством. До загальних законодавчих норм належать: Конституція України, яка містить основні права та свободи людини та їх гарантії; Закон України «Про захист прав споживачів», що є основою нагляду країни за безпекою товарів та послуг для захисту людей, їх майно та навколишнє природне середовище «Про порядок виїзду та в'їзду громадян України»; "Про порядок розрахунків в іноземній валюті "; "Про страхування "; "Про рекламу "; "Про кордони України"; «Про охорону довкілля» охорони»; «Про «Правовий статус» іноземців; "Про підприємництво"; "Про підприємства в Україні"; «Про охорону культурної спадщини» тощо.

До спеціального законодавства належать закони, підзаконні акти та інші нормативно-правові акти, які безпосередньо пов'язані з наглядом за туристичною галуззю України.

Основною метою плану є створення на міжнародному ринку конкурентоспроможних етно-туристичних продуктів, які максимально можуть задовольнити туристичні потреби населення, та на цій основі забезпечити всебічне розвиток регіону за збереження екологічного рівноваги та культурного наслідку.

Основними цілями плану є: забезпечення сталого розвитку туризму та збільшення його частки у макроекономічних показниках; підвищення рівня життя громадян та створення більшої кількості робочих місць; збільшення частки очікуваних доходів від туризму у державному бюджеті; підвищення іміджу країни на міжнародному рівні.

Планом було визначено такі напрями розвитку туризму: удосконалення системи управління сферою; удосконалення нормативно-правової бази туристичної галузі; зміцнення туристично-матеріальної бази; розширення міжнародного співробітництва у туристичній сфері; підвищення якості туристичних послуг та розширення сфери діяльності туристичної

галузі. туристичні послуги, покращення транспортного обслуговування, підвищення рівня розваг. Використання ефективності використання ресурсів та культурної спадщини, покращення інформаційно-рекламного забезпечення, здійснення ефективної інноваційної діяльності для створення наукової основи туризму, покращення кадрового забезпечення.

Важливу роль у реалізації розважально-оздоровчих послуг відіграє курортна система. Український «Курортний закон» від 5 жовтня 2000р. визначає правові, організаційні, економічні та соціальні засади розвитку українських курортів, спрямованих на те, щоб люди використовували природні лікувальні ресурси, природну територію курорту, яка є власністю людей і їх захищати. Національна політика України у сфері курортного бізнесу визначається Верховною Радою України і ґрунтується на таких засадах:

- законодавче визначення умов та організації послідовності курортної діяльності;

- забезпечити всім громадянам, переважно інвалідам, ветеранам війни та праці, учасникам бойових дій, громадянам, які потерпіли внаслідок аварії на ЧАЕС, дітям, жінкам дітородного віку, хворим на гінекологічні захворювання, туберкульоз, а також травмами та захворюваннями спинного мозку та хребта;

- Під час розробки та затвердження загальнодержавних та місцевих планів розвитку курортів враховувати потреби людей у конкретних видах будинків престарілих та курортних послуг;

- Економно та раціонально використовувати природні медичні ресурси та забезпечувати їх належний захист;

- Сприяти перетворенню українського санаторно-курортного комплексу у високорентабельну та конкурентоспроможну галузь економіки [34].

З метою створення належних умов для розвитку туристично-відпочинкової діяльності, надання пріоритету стимулюванню в'їзного та внутрішнього туризму, розвитку сучасної туристичної інфраструктури Указ Президента України від 21 лютого 2007 р. № 136/2007 «Про заходи щодо

розвитку Туристична індустрія та курорт України».

Як зазначалося раніше, ще однією складовою українського туристичного законодавства є міжнародні договори та угоди, в яких бере участь Україна. Це, перш за все, угода про співпрацю у галузі туризму, підписана у країнах СНД 23 грудня 1993 року, а також двосторонні угоди з іншими країнами. Угоди, підписані країнами СНД, загалом базуються на засадах Манільської декларації про світовий туризм, спрямовані на розвиток рівноправного та взаємовигідного співробітництва у сфері туризму. Важливим аспектом цієї угоди та більшості двосторонніх угод є зобов'язання договірних сторін сприяти упрощенню візового режиму та митним процедурам, а також зобов'язання надавати своєчасну інформацію про всі нещодавно прийняті національні нормативні акти, пов'язані з туризмом. У двосторонніх угодах зазвичай також передбачається, що обидві сторони зобов'язуються встановити максимальну систему допомоги представникам туристичних фірм, які організовують поїздки громадян.

26 березня 2007 р. Кабінет Міністрів України та Правительство Республіки Польща підписали угоду про співробітництво у сфері туризму [92].

Сторони будуть зміцнювати та заохочувати співпрацю в сфері туризму відповідно до законодавства України та Республіки Польща, сприяти налагодженню та розширенню ділових контактів між українськими та польськими організаціями та підприємцями, які беруть участь у розвитку міжнародного туризму, інвестицій. у сфері туризму та спільної діяльності для туристів, спрямоване на спрощення прикордонних, митних та інших процедур, пов'язаних з туристичними обмінами між Україною та Республікою Польща [57, с. 219].

Тому як сфера світового ринку послуг міжнародний туризм є важливим об'єктом дослідження, останні тенденції його розвитку істотно впливають на основні макроекономічні показники багатьох країн, сприяють добробуту населення, формують інвестиційний потенціал. Але для ефективного реалізації останнього, особливо в Україні,

необхідно забезпечити стаке розвиток туристичної галузі; зміцнити матеріальну основу туризму; підвищити якість туристичних послуг та розширити сферу туристичних послуг; удосконалити інформаційно-рекламне забезпечення; здійснювати здійснювати ефективну інноваційну діяльність та будувати туристичну наукову базу.

Вирішення цих проблем дозволить створити якісний національний туристичний продукт, який максимально задовольнив потреби населення для забезпечення всебічного розвитку українського регіону.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

1.1. Стан та передумови розвитку підприємств туризму в епоху цифровізації

На сучасному етапі розвитку світової економіки процес глобалізації торкнувся практично усіх сфер виробництва товарів і послуг, у туристичній галузі зокрема. Надзвичайно важливу роль у цьому контексті відіграють тенденції

до діджиталізації всіх, без винятку, процесів як на національному, так і на глобальному рівнях.

Очевидно, що цифровізація глобального суспільства є динамічним процесом, який торкається різноманітних сфер життєдіяльності громадян, що виконують у різних ситуаціях ролі найманих працівників чи роботодавців, або суб'єктів господарювання або споживачів продукції у бізнес-схемах B2B. При цьому, яку б роль не виконували громадяни, застосовуючи цифрові технології, вони прагнуть спростити собі доступ до товарів, робіт, послуг, скоротити час на пошук продукції відповідно до бажаних параметрів, отримати чини дати пос

луги консультаційного характеру, будучи фізично не присутнім в сервісній організації, бачають мінімізувати витрати. Ї

У зв'язку з цифровізацією – ценова форма комунікаційної взаємодії між покупцями і продавцями товарів чи послуг, у тому числі й туристичних, бачить, що відіграє важливу роль у просуванні продукту в системі маркетингу. Отже, бачить зростання цифрової грамотності учасників ринку, продуцентів туристичних послуг змушені впроваджувати нові форми цифровізації в маркетингову діяльність із метою набуття додаткових конкурентних переваг і запобігання вірогідному банкрутству. Ї Прорізкі темпи зростання рівня діджиталізації світової економіки можуть зробити висновки з частки електронної комерції у

глобальному ВВП. Ї Очевидно, при швидшому темпі зростання згаданого показника останніми роками пов'язане, бачить зокрема, й із карантинними обмеженнями стосовно COVID-19.

Загалом аналіз статистичних даних міжнародних туристичних потоків за останній період допоможе зрозуміти загальні тенденції в галузі та розробити стратегію подальших кроків для суб'єктів господарювання туристичної індустрії в Україні в умовах глобальної невизначеності та розвитку цифрових комунікацій. Ї Очевидно, що кризові ситуації, з одного боку, загрожують існуванню будь-якої галузі, а з іншого – створюють передумови для перезавантаження потенційно сильних підприємств. Загалом вплив пандемії COVID-19 поставив на межу банкрутства одні галузі (для прикладу, готельно-ресторанні об'єкти) бачить і створив передумови для різкого розвитку інших (зокрема, бачить сфери інформаційних технологій).

Глобальні дослідження характеристик цифрових компетенцій споживачів у всьому світі підтверджують дуже швидке зростання кількості користувачів Інтернет та соціальних медіа. Ї За даними проведеного глобального дослідження Digital 2021, підтверджено, що цифровізація, мобільність

ьсоціальнімедіаматимуть важливе значення у щоденному житті кожної людини. Станом

накінець2020р.завдякиглобальномулокдаунупостерігалосьянайактивнішеза історію людстваь долучення доь Інтернет таь соціальних мереж,ь зокрема їхнімикористувачамь стали 4,ь2 млрдь людей. Відповідноь відкрилися новіь перспективирозвиткуцифровихсекторівекonomіки,атакожгалузовихсистемінтер нет-маркетингу,утомучисліь втуризмі.

Продовжуючианаліздинамікирозвиткудосліджуваноїгалузівглобальн ихмасштабах,ьзауважимо,щостаномнапочаток2021р.ьчасткауcвітoвoмy BВПь через постійніь обмеження мобільностіь становила всьогoь 10,4ь %,тобтозменшиласьна5,5в.ьп.у2020р.ьНадзвичайнонегативнимнаслідкомс талоте, щoь у 2020ь р. булоь втрачено 62ь млн робочихь місць, щoь становило 18,ь5 %порівняноь з попереднімь роком. Уь результаті вь галузі залишилосяь лише 272ь млнзайнятих порівняноь з 334ь млн уь 2019 р.ь Зауважимо, щoь витрати внутрішніхспоживачівтуристичнихпослугзменшилисьна45ь%,аміжнародн их–набезпрецедентніь 69,4ь% [24].

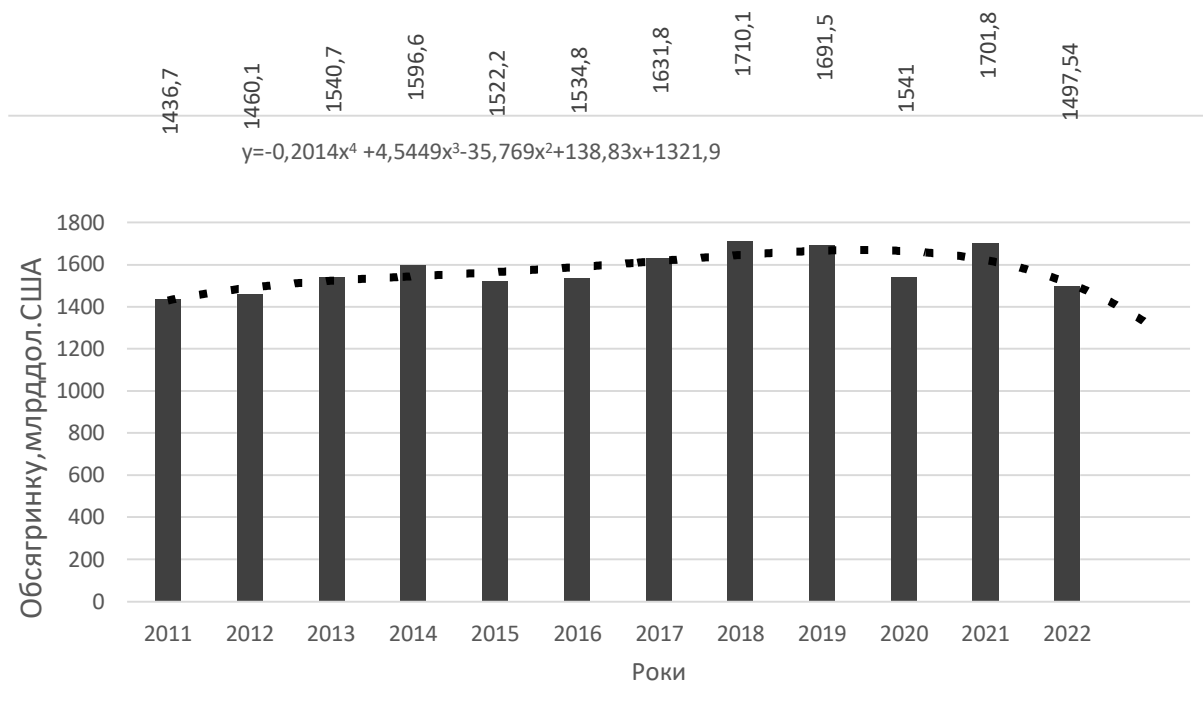


Рис.б2.1.бОбсяги глобального ринку туристичних послуг, млрд дол.б
США, 2011 – 2022 р.

Джерело: розраховано за [63].

Витрати на розваги загалом зменшилися на 49,б4%, тоді як витрати ділових туристів знизилися аж на 61,б0 %. Істотно постраждали також підприємства з авіаперевезень. Кількість польотів, здійснених авіакомпаніями в глобальному масштабі, у 2019 р. становила 38,9 млн од., а у 2020 р. спостерігалось різке зниження згаданого показника до 16,9 млн [26].

Зауважимо, що через пандемію COVID-19 дохід одного з найбільших у світі підприємств, що надають послуги з резервування готелів, апартаментів, автомобілів та авіаквитків, – Booking Holdings, – у всьому світі значно зменшився у 2020 р. порівняно з попереднім роком (рис.б3.4).б

У 2019 р. загальний дохід підприємств становив понад 15 млрд дол.б США, а у 2020 р. показник знизився до 6,8 млрд дол.б США. Загалом чистий

прибуток Booking Holdings становив близько 59 млрд дол. США у 2020 р., що є найнижчим значенням, зафіксованим починаючи з 2007 р. Дохід одного з основних конкурентів Booking Holdings – Expedia у 2020 р. також зменшився більш ніж удвічі через карантинні обмеження у всіх країнах світу [19].

Проте, незважаючи на істотні втрати у світовому ВВП, туристична

галузь отримала й вагомий інвестиційний вкладення у 2020 р. Більшість із них було спрямовано на стартапи маркетингової сфери на основі цифровізації процесів. Насамперед ідеться про зростання обсягів та кількості віртуальних турів. Загалом у туристичну галузь було інвестовано близько 2,4 млрд дол. США, що, однак, на 58,11% менше порівняно з показниками 2019 р.

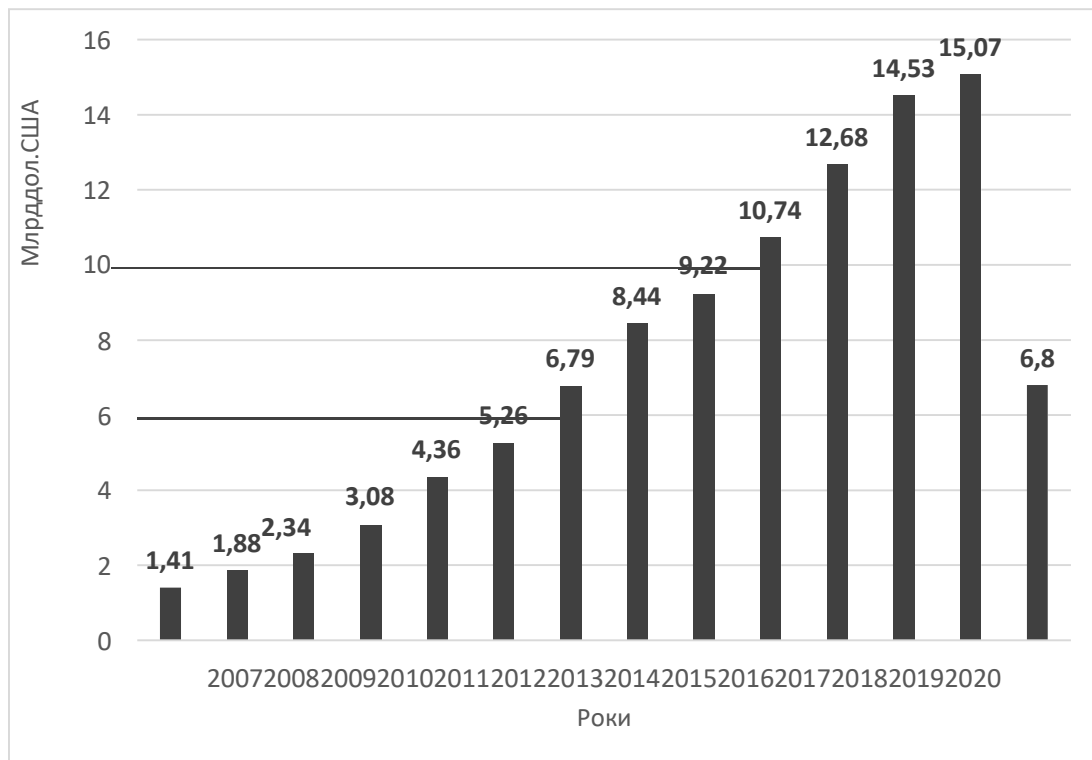


Рис. 2.2. Дохід від резервування туристичної інфраструктури компанії Booking Holding у світі у 2007–2020 рр.
Джерело: складено за [17].

За перший квартал 2020 р. інвестори вклали 1,4 млрд дол. США на реалізацію 57 стартапів у туристичній сфері, що переважно були пов'язані з діджиталізацією різноманітних процесів. Відзначимо, що в пошукових системах щомісячний пошук віртуальних подорожей

з 8,9 тис. пошукових запитів на місяць у лютому 2020 р. до 25,7 тис. у квітні цього року. При цьому обсяг світового ринку віртуальної реальності оцінювався в 15,81 млрд дол. США у 2020 р. і, як очікується, до 2028 р. зросте ще орієнтовно на 30,9 %. При цьому, відповідно до експертних оцінок, найістотніше зростання передбачається на ринках відеоігор (42,2 %), власноручного туризму та гостинності (39,3 %), охорони здоров'я (34,6 %), у роздрібній торгівлі (32,2 %), інжинірингу (25,9 %), сфері освіти (17,42 %).

Таким чином, в сучасному етапі розвитку світового суспільства зрозуміло, що глобальна економіка продовжує інтенсивно діджиталізуватися. Це насамперед пов'язано з тим, що істотною часткою зайнятих працює віддалена та дотримується заходів безпеки щодо соціального дистанціювання, тому обсяги використання Інтернету та подібних мереж зросли вразі.

За оцінками експертів, очікується, що внутрішній туризм стане найсприятливішим умов повністю відновиться лише до другої половини 2022 р. Щонайменше за 2 роки випереджає аналогічні тенденції щодо закордонних подорожей. При цьому також аналітики припускають, що сукупні доходи туристичної галузі досягнуть близько 540 млрд дол. США у 2021 р. (орієнтовно 54 % приросту за рік) [25].

Стосовно маркетингових стартапів з використанням цифрових технологій у туристичній галузі, то варто відзначити певні тенденції щодо провідних туристичних брендів. Наприклад, мультинаціональна компанія «Cook», яка є провідною у світі платформою бронювання подорожей та відпочинку, залучила близько 200 млн дол. США у сферу на початку 2021 р. []. Компанія Quest проінвестувала у 2021 р. стартап у розмірі 1,5 млн дол. США, який передбачає дослідження міст та інших туристичних дестинацій в ігровій формі у

межах віртуального туру [74]. Таким чином, нові можливості за допомогою цифрового маркетингу в туристичній галузі залежать від здатності туроператорів адаптувати свій бізнес до поточного сценарію подорожей в умовах діджиталізації.

Обсяг туристичних потоків все ж мають тенденцію до зростання. Чисел

ьність споживачів туристичних послуг збільшилася з 2,1 млн у 2000 р. до 6,1 млн у 2019 р. Як бачимо, з урахуванням екстраполяції тренду динаміка продовжує бути висхідною. Хоча, зауважимо, що у структурі міжнародного туризму істотно домінує виїзний туризм (рис. 3.7, б). Чисельність споживачів туристичних послуг категорії «виїзний туризм» зросла з 285,4 тис. у 2000 р. до 5,5 млн у 2019 р.

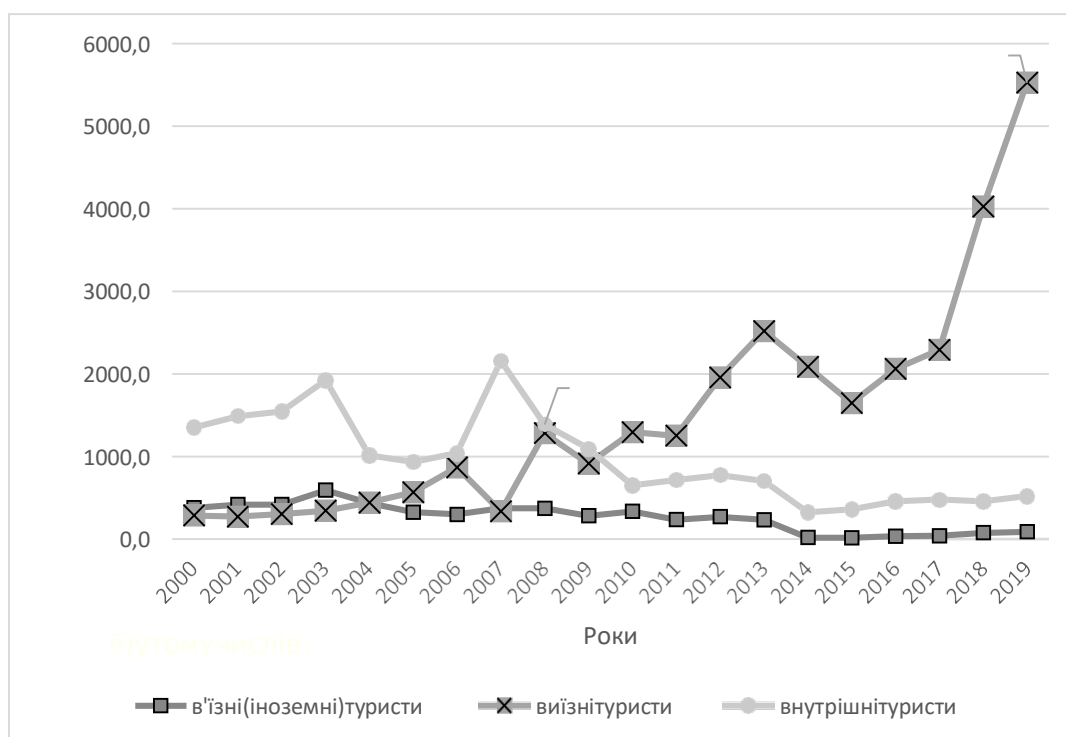


Рис. 2.3. Чисельність споживачів туристичних послуг, обслуговуваних турагентами України, 2000-2019рр.

Джерело: складено за [79]

Серед технологічних тенденцій, що відіграють надзвичайно важливу роль у розвитку інтернет-маркетингу туристичних підприємств, є хмарні технології, які використовуються для доступу, управління та зберігання Big Data в Інтернет-

мережі. Згідно дослідженням 2020 р., більше половини європейських туристичних агентств і туроператорів придбали хмарні технології, які використовуються через мережу Інтернет, а тоді як у 2016 р. лише 29% застосовували таку практику.

Крім того, глобальне соціологічне дослідження ринку туристичних послуг, проведене Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) у грудні 2020 р., засвідчило

ь різке збільшення використання чат-ботів для організації подорожей і сервісу гостинності. При цьому більшість респондентів (64,2 %), опитаних в Україні, припустили, що цей тип програмного забезпечення також може відіграти статню роль у майбутньому. Цей маркетинговий інструмент використовується в основному у сфері туризму для акумулювання запитів чи бронювань у режимі реального часу. Також передбачається, що віртуальні агенти та чат-боти стануть одними з основних послуг, впроваджених або запланованих аеропортами у цілому світі до 2022 р.

Отже, оскільки пандемія COVID-19 порушила організацію та реалізацію звичних подорожей, інтерес до використання новітніх технологій та інноваційних рішень для відновлення подорожей і туризму різко зріс починаючи з 2020 р. Для прикладу, понад 58,4 % опитаних респондентів (споживачів туристичних послуг) підтримують ідею запровадження цифрових паспортів вакцинації від COVID-19 для міжнародних подорожей. Згідно з глобальним дослідженням ВТО 2020 р. засвідчило, що споживачі туристичних послуг з Таїланду були найбільш впевнені у такій необхідності (74,1 % опитаних). В Україні 49 % вказали, що згадана технологія буде надзвичайно важливою для глобальної безпеки під час пандемії COVID-19. Водночас німецькі споживачі туристичних послуг були найбільш скептичними в цьому питанні (лише 23,5 % відповіли ствердно).

З погляду технологій, які підвищують довіру до подорожей, згідно з опитуванням, впроваденим у вересні 2020 р., важливими маркетинговими інструментами були визначені мобільні додатки, які надають оперативну інформацію та попередження під час поїздки щодо аспектів поширення пандемії, а також безконтактні платежі [59].

Зрозуміло, що цифрові подорожі або ж цифровий туризм, стосуються використання споживачами цифрових інструментів під час загального туристичного досвіду. Наприклад, бронювання туристичних продуктів через Інтернет можна вважати частиною цього цифрового процесу. За даними Statista Global Consumer Survey, готелі, квитки на прокат та оренда автомобілів були одними з основних туристичних продуктів, заброньованих

в Інтернет у 2020 р. Кількість заброньованих через Інтернет готельних номерів та квитків також істотно зросла (на 38 % порівняно з попереднім роком) [22].

Окрім бронювання через Інтернет, онлайн-огляд напрямів подорожей, дослідження туристичних DESTINATION та закладів харчування стали ще одним важливим аспектом загального досвіду цифрового туризму, що вимагає запровадження інновацій у системі інтернет-маркетингу підприємств туризму. За 2014–2020 рр. загальна кількість відгуків та думок користувачів на TripAdvisor, однієї з найвідоміших вебсторінок з огляду подорожей, зросла більш ніж у чотири рази. Інтерес споживачів туристичних послуг до розміщення та дослідження поради коментарів щодо подорожей в Інтернет підтвердив той факт, що TripAdvisor був найбільш відвідуваним вебсайтом про подорожі та туризм у світі в січні 2021 р. На сучасному етапі вебсторінки, соціальні мережі відіграють важливу роль у туристичній галузі, оскільки споживачі туристичних послуг використовують ці платформи для обміну онлайн-контентом, пов'язаним із плануванням та реалізацією поїздок. Тим часом туристичні підприємства використовують їх як маркетинговий інструмент, пропонуючи місця відпочинку та рекламу туристичні продукти.

2.2. Визначення і оцінка впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на туристичний ринок

З метою оцінки діяльності туристичної галузі важливо встановити вплив туризму на стан економіки нашої держави. За основу бралися показники обсягу ВВП держави та кількість прибулих, виїзних та внутрішніх туристів.

Для емпіричного дослідження ринку туристичних послуг застосовано комп'ютерну програму Econometric Views. Використовувалися квартальні дані за період 2011 – 2019 рр. з джерел Державного комітету

статистики, Міжнародної служби туризму і курортів, Міністерства культури і туризму України (Додаток А). Всі показники очищувалися від сезонності та для покращення статистичних характеристик показника прологарифмовані.

На першому етапі дослідження проаналізуємо вплив туризму на створення ВВП. Взаємну причинність між двома показниками визначаємо за допомогою тесту Гренджера.

Таблиця 2. 1

Результати тесту Гренджера на виявлення впливу на ВВП
показників туризму

Гіпотеза	Кількість випадків	Ф-Статистичне	Ймовірність
VNT_SA не впливає на GDP_SA GDP_SA не впливає на VNT_SA	29	0,12561 0,27486	0,88254 0,76204
VT_SA не впливає на GDP_SA GDP_SA не впливає на VT_SA	29	2,07890 3,99604	0,14701 0,03177
VZT_SA не впливає на GDP_SA GDP_SA не впливає на VZT_SA	29	0, 32933 0, 22186	0, 72261 0, 80265

За: власні розрахунки

де, VNT_SA – внутрішній туризм

VT_SA – виїзний туризм

VZT_SA – в'їзний туризм

GDP_SA – ВВП

Таким чином, на основі результатів, наведених вище, можемо зробити наступні висновки:

1. Обсяг туристів, які виїжджають за кордон, впливає на ВВП і спостерігаємо зворотну залежність між виїзним ВВП і виїзним туризмом, оскільки обидві нульові гіпотези можна відкинути на рівні статистичної значущості 1%.

2. Обсяг ВВП не впливає на внутрішні потоки туристів в країні, оскільки не можемо відкинути нульову гіпотезу.

3. Між економічним станом країни (ВВП) і кількістю прибулих

туристів не існує залежності, оскільки неможливо відкинути нульову гіпотезу та існують більш важливі фактори які впливають на показник прибуття міжнародних туристів: унікальний клімат; багата культурна спадщина; політичне становище в середині країни; легкість/важкість відкриття віз і вирішення документальних проблем; розташування міжнародних центрів туризму; галузева структура туристичного сектора країни.

На розвиток туристичного ринку впливають безліч факторів, які формуються у дві групи : фактори зовнішнього і внутрішнього впливу, які в свою чергу діляться на групи чинників. Основні показники, які мають кількісний характер, зображені на рис. 2. 4 і 2.5.

Для проведення емпіричного дослідження я використала такі показники: внутрішні чинники (інфраструктура, транспортні перевезення (автомобільні), доходи населення, витрати та заощадження населення); [55, С. 95]; зовнішні чинники (інвестиції в розвиток туристичної галузі, видатки уряду, ВВП, міжнародні кредити держави)

Внутрішні фактори, що здійснюють вплив на розвиток туристичного ринку, проілюстровано на рис. 2. 6.



Рис. 2. 4. Внутрішні фактори, що формують ринок туристичних послуг

За: складено автором

Зовнішні фактори, що здійснюють вплив на розвиток туристичного ринку, проілюстровано на рис. 2. 5.

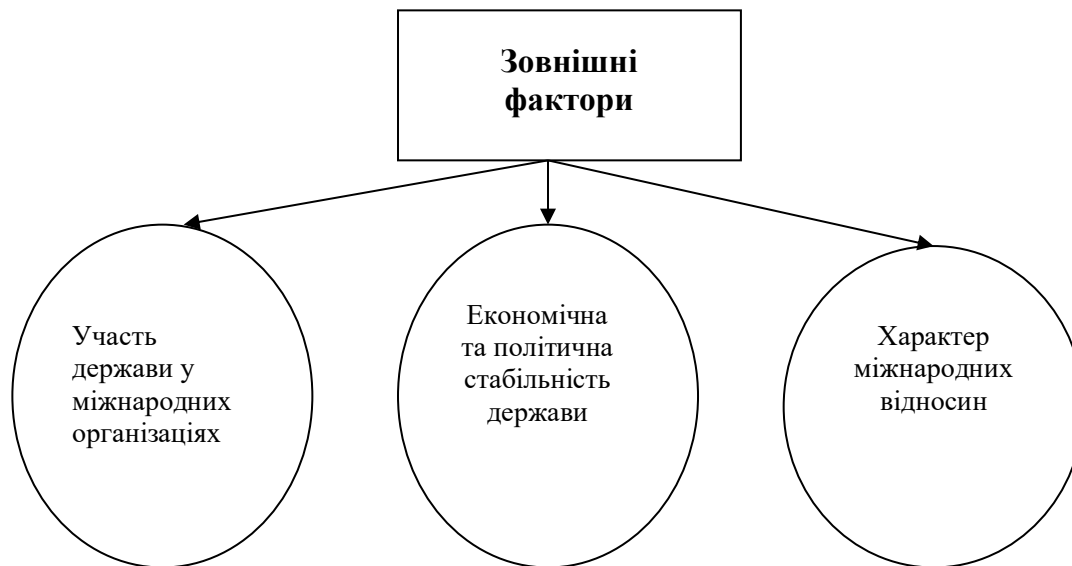


Рис. 2.5. Зовнішні фактори, що формують ринок туристичних послуг За: [За: складено автором

Візуально показники не виглядають стаціонарними. Для ґрунтовнішого вивчення вихідних даних на стаціонарність я використала тест ADF[81, с.16].

Проведемо тести на стаціонарність ADF квартальних даних для зовнішнього боргу. Результати тестів узагальнені наведені у табл. 2.10.

Значення показників: CREDIT_SA – міжнародні кредити держави; GDP_SA – ВВП; INF_SA – інфраструктура; INVESTMEN_SA – інвестиції в розвиток туризму; TRAN_SA – транспорт; VNT_SA – внутрішній туризм; VT_SA – виїзний туризм; VUDAT_SA – видатки уряду на розвиток туризму; VZT_SA – в’їзний туризм; ZAOV_SA – витрати і заощадження населення; DN_SA – доходи населення.

Таблиця 2.2

Результати Тесту ADF на стаціонарність показників

	Рівні	Перші різниці	Другі різниці
CREDIT_SA	4. 759	5, 749	7, 504
GDP_SA	1, 247***	6, 237	9, 805
INF_SA	0, 534***	4, 261*	8, 231
INVESTMEN_SA	3, 61***	3, 701**	7, 007

TRAN_SA	4. 010**	5, 330	9, 223
VNT_SA	1. 350***	3, 789**	7, 541
VT_SA	1. 724***	3, 11**	6, 23
VUDAT_SA	2, 695***	3, 552**	7. 585
VZT_SA	1, 707***	5. 433	10, 049
ZAOV_SA	1, 749***	4, 721	5, 861
DN_SA	3/373**	5, 308	7, 060

За: власні розрахунки

Примітка: Тут і далі в дужках подано *t*-статистику з вказанням рівня статистичної значущості (* – 1%, ** – 5 %, *** – 10%)

Аналізуючи отримані тестові результати можна зробити такі висновки:

- нестационарність показників для всіх випадків простежується у одному показнику – міжнародні кредити;

- для інших показників нульову гіпотезу про нестационарність можна відкинути на рівні 10 %, окрім транспорту і доходів населення – 5 % у рівнях;

- у перших різницях гіпотезу про нестационарність можна відкинути для показників інфраструктури – 1 %, інвестиції - 5 %, внутрішній туризм, виїзний туризм і видатки уряду – 5 %.

- у других різницях у всіх показників гіпотезу про нестационарність не можна відкинути, оскільки отримані значення є вищими від критичних значень. Результати тесту ADF означають, що для регресійного аналізу потрібно використовувати різниці показників, які відповідають припущенню стаціонарності.

Для того, щоб визначити, які з факторів зовнішнього і внутрішнього середовища впливають на виїзний туризм необхідно провести тест Гренджера, я використовувала квартальні дані і 2 лаг.

Таблиця 2. 3

Результати тесту Гренджера для виїзного туризму

Гіпотеза	Ф-Статистичне	Ймовірність	Висновки
CREDIT_SA не впливає на VT_SA	1. 54648	0. 23269	Гіпотезу можна відкинути
DN_SA не впливає на VT_SA	4. 94953	0. 01546	Гіпотезу можна відкинути
GDP_SA не впливає на VT_SA	3. 99604	0. 03177	Гіпотезу можна відкинути
INF_SA не впливає на VT_SA	0. 67644	0. 51749	Гіпотезу можна відкинути
INVESTMENT_SA не впливає на VT_SA	3. 00547	0. 06766	Гіпотезу можна відкинути
TRAN_SA не впливає на VT_SA	1. 32791	0. 28309	Гіпотезу можна відкинути
VUDAT_SA не впливає на VT_SA	1. 71347	0. 20074	Гіпотезу можна відкинути
ZAOV_SA не впливає на VT_SA	8. 90464	0. 00120	Гіпотезу можна відкинути

За: власні розрахунки

Підсумовуючи вищезазначене можна зробити висновки, що на виїзний туризм впливають усі з перелічених показників зовнішнього і внутрішнього середовища ринку туристичних послуг України. На основі цього проведемо регресійний аналіз для виявлення впливу цих показників на виїзний туризм. Для цього використаємо формулу:

$$\begin{aligned}
 VT_SA = & 5,14 - 0,01CREDIT_SA - 0,16DN_SA + 0,08GDP_SA \\
 & + 0,48INF_SA - 0,16INVESTMENT_SA + 0,33 \\
 & TRAN_SA + 0,29VUDAT_SA + 0,11ZAOV_SA \quad (2.1)
 \end{aligned}$$

Статистика Дарбіна — Уотсона свідчить про присутній зв'язок показників, оскільки коефіцієнт становить 1,5. Також коефіцієнт детермінації виглядає практично ідеально – 0,9 та детермінації показує, що включені змінні пояснюють динаміки виїзного туризму.

З наведених результатів можна зробити висновок, що існує пряма залежність між виїзним туризмом та ВВП, інфраструктурою, транспортними перевезеннями та заощадженнями населення, тобто при збільшенні одного з цих показників обсяг виїзного туризму збільшується. При збільшенні кількості заощаджень населення на 1 обсяг

виїзного туризму збільшується на 0, 11.

Показники міжнародні кредити, дохід населення, інвестиції в розвиток туризму мають обернену залежність: при збільшенні одного з показників обсяг виїзного туризму зменшується. При збільшенні кількості інвестицій в розвиток українського туризму на 1 кількість виїзних туристів зменшиться на 0, 16. З огляду на те, що не зі всіма показниками простежується причинність зв'язків, то регресію слід виконувати з тими показниками, які мають вплив на виїзний туризм.

Серед факторів внутрішнього середовища це: заощадження населення, транспортні перевезення, інфраструктура. А серед зовнішнього середовища це є кредити держави. На кількість приїжджих туристів не впливає ВВП держави, видатки уряду, інвестиції, доходи населення.

Таблиця 2.4

Результати тесту Гренджера для виїзного туризму

Гіпотеза	Ф-Статистичне	Ймовірність	Висновки
VUDAT_SA не впливає на VZT_SA	0.44890	0.64337	Гіпотезу не можна відкинути
ZAOV_SA не впливає на VZT_SA	0. 77814	0. 47007	Гіпотезу можна відкинути
TRAN_SA не впливає на VZT_SA	2. 45131	0. 10663	Гіпотезу можна відкинути
CREDIT_SA не впливає на VZT_SA	4. 83855	0. 01674	Гіпотезу можна відкинути
INVESTMENT_SA не впливає на VZT_SA	0. 46253	0. 63497	Гіпотезу не можна відкинути
GDP_SA не впливає на VZT_SA	0.22186	0.80265	Гіпотезу не можна відкинути
DN_SA не впливає на VZT_SA	0. 11352	0. 89314	Гіпотезу не можна відкинути
INF_SA не впливає на VZT_SA	0.72069	0.49625	Гіпотезу можна відкинути

За: власні розрахунки

На основі цього проведемо регресійний аналіз для виявлення впливу цих показників на виїзний туризм. Для цього використаємо формулу:

$$VZT_SA = 4,01 + 0,41 ZAOV_SA + 0,95 TRAN_SA + 0,98 INF_SA - 0,01 CREDIT_SA \quad (2. 2)$$

Статистика Дарбіна-Уотсона свідчить про присутній зв'язок показників, оскільки коефіцієнт становить 1,6, коефіцієнт детермінації є досить високим – 0,9, що означає істотний вплив даних на в'їзний туризм.

Оскільки всі коефіцієнти є додатними, окрім міжнародних кредитів, то залежність між показниками є прямою. Тобто, при збільшенні заощаджень на 1 кількість туристів збільшується на 0,41, при збільшенні транспортних перевезень виїзний туризм збільшується на 0,96. Якщо покращиться інфраструктура на 1, то кількість бажаючих відвідати Україну збільшиться на 0,97. Проте, якщо кредити надані Україні збільшаться на 1, то кількість туристів зменшиться на 0,01.

Таблиця 2.5

Результати тесту Гренджера для внутрішнього туризму

Гіпотеза	Ф-Статистичне	Ймовірність	Висновки
VUDAT_SA не впливає на VNT_SA	0.90637	0.14902	Гіпотезу можна відкинути
ZAOV_SA не впливає на VNT_SA	2.54530	0.58640	Гіпотезу можна відкинути
TRAN_SA не впливає на VNT_SA	0.13609	0.87341	Гіпотезу не можна відкинути
CREDIT_SA не впливає на VNT_SA	0.60705	1.22050	Гіпотезу не можна відкинути
INVESTMENT_SA не впливає на VNT_SA	1.59712	0.55782	Гіпотезу можна відкинути
GDP_SA не впливає на VNT_SA	1.27485	0.76204	Гіпотезу можна відкинути
DN_SA не впливає на VNT_SA	3.58319	0.04283	Гіпотезу можна відкинути
INF_SA не впливає на VNT_SA	0.79565	0.46238	Гіпотезу можна відкинути

За: власні розрахунки

Отже, серед внутрішніх факторів на розвиток внутрішнього туризму мають заощадження населення, доходи населення та розвиток інфраструктури. Серед зовнішніх факторів це видатки уряду на розвиток туризму, інвестиції, ВВП. На основі цих даних можемо провести регресійне рівняння, яке буде мати вигляд:

$$VNT_SA = 90,27 + 3,39DN_SA + 1,89GDP_SA + 8,41INF_SA + 0,85INVESTMENT_SA + 2,92VUDAT_SA + 0,091ZAOV_SA$$

Аналізуючи дані, які подані у табл. 2.11 слід сказати, що існує тісний зв'язок між показниками (Durbin-Watson 1,6), та показник детермінації - 0,7 означає вплив показників один на одного. Оскільки спостерігаємо додатні значення коефіцієнтів то існує пряма залежність між ними. Таким чином, можемо зробити висновки, що на внутрішній туризм впливають такі фактори внутрішнього середовища:

- при збільшенні доходів населення кількість охочих подорожувати в країні зростає на 3,39;

- якщо поліпшується економічний стан держави (збільшення ВВП до 1), тоді кількість туристів збільшується на 1,89;

- якщо покращується інфраструктура туристичної бази до 1 – подорожі зростають на 8,41;

- якщо розмір заощаджень населення збільшується на 1 – збільшується кількість туристів на 0,09.

Фактори зовнішнього впливу мають менше значення на функціонування внутрішнього ринку туристичних послуг, проте збільшення інвестицій і видатків уряду на 1 відповідно супроводжуватимуться зростанням внутрішніх туристів на 0.85 та 2.92 відповідно.

Підсумовуючи зазначене вище, можна зробити висновок, що фактори зовнішнього та внутрішнього середовища істотно впливають на формування і функціонування туристичних потоків. Проте, слід зазначити, фактори, які досліджувались не завжди здійснювали вплив на туристичні потоки, та залежність між ними не завжди однакова.

2.3. Комплексний аналіз співпраці України і Європейського Союзу у галузі туризму

Міжнародне співробітництво в туристській сфері здійснюється на основі двосторонніх і багатосторонніх міжурядових угод про співробітництво в сфері туризму. Укладаються вони з метою розширення дружніх зв'язків між народами і сприяння національних урядів

співробітництву в сфері туризму. Уряди в угоді заявляють про те, що будуть підтримувати і розвивати туристські зв'язки, зобов'язуються сприяти технічному співробітництву за допомогою обміну новими технологіями між туристськими організаціями своїх країн, надавати допомогу в професійній підготовці туристських кадрів, а також обміну експертами, вченими і журналістами, що працюють у туристській сфері.

Серед структурних елементів світового ринку послуг важливе місце займає туризм як багатостороннє явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, тісно взаємодіє з багатьма галузями економіки, зумовлюючи його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів. Він є найдинамічнішою галуззю у світі, чинником економічного та культурного розвитку, захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини, взаєморозуміння між народами, миру, дотримання прав людини та основних свобод без різниці у расі, статі, мові та релігії. Виконуючи значні функції на міжнародному рівні, туризм потребує і відповідно наднаціонального регулювання.

Державна служба туризму і курортів приділяє велику увагу розвитку співробітництва з Європейським Союзом (ЄС) з огляду на можливості просування національного туристичного продукту на європейському ринку, залучення до інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності, посилення євроінтеграційних процесів у нашій державі. Адже за своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати одним з провідних європейських туристичних центрів.

Членство в ЄС відкриває великі можливості використання організаційно-фінансових механізмів цього органу для підвищення економічної ефективності національної туристичної галузі. Зважаючи на це, через спеціальне представництво України при ЄС туристичним відомством України подано заявку щодо включення України у перспективні програми співробітництва у сфері туризму, зокрема фінансової та технічної

допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС. Це якісно вплинуло б на розбудову туристичної галузі України, сприяло б соціально-економічному та культурному розвитку нашої держави.

Туристичний сектор України характеризується активними приватизаційними процесами: приватизовані практично всі державні підприємства шляхом корпоратизації та створення акціонерних товариств як в готельному господарстві, так і підприємствах харчування. Спостерігається тенденція досягнення 100% рівня приватизації. Це, в свою чергу, створює передумови для розвитку малого та середнього підприємництва в галузі туризму, враховуючи зростання кількості малих готелів, фермерських господарств, що займаються сільським туризмом, тощо.

Зазначені заходи сприяють розвитку та диверсифікації ринку послуг в Україні, максимальному задоволенню потреб споживачів щодо туристичного обслуговування.

Для удосконалення законодавчої та нормативно-правової бази сфери туризму, розробки відповідних стандартів, систем класифікації та сертифікації готелів та інших закладів розміщення в Україні вивчається відповідний міжнародний досвід, а також існуюча законодавча база ряду країн ЄС.

З метою ознайомлення з прогресивним досвідом і новітніми технологіями у сфері туризму та готельного господарства, долучення до міжнародних стандартів якості туристичного обслуговування, що існують у світовому, в тому числі європейському, туристичному бізнесі, у м. Києві щороку проводиться ряд міжнародних виставкових і науково-практичних заходів, таких як Міжнародний турсалон “Україна”, що проходить під егідою Держтуризмкурортів та за підтримки Всесвітньої туристської організації, Міжнародна конференція готелів і рестораторів “Індустрія гостинності” тощо.

Розбудовується договірно-правова база двостороннього співробітництва з країнами ЄС. На теперішній час укладено 12 міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму з державами-членами ЄС [31].

На сьогоднішній день Україна розвиває міжнародне туристичне співробітництво у рамках ЮНВТО, СНД, організації Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС), Центрально-Європейської ініціативи (ЦЄІ), співпрацює з Європейським Союзом, Радою Європи, Радою держав Балтійського моря, ГУАМ тощо.

Стратегічною метою співпраці є:

- створення єдиного туристичного простору як зони вільної торгівлі туристичними послугами та свободи туристичного руху;
- ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу для інтенсифікації туристичних потоків;
- розробка спільного конкурентоспроможного туристичного продукту країн-учасниць (зокрема, міжнародних туристичних маршрутів “Туризм по Шовковому шляху”, по рекреаційних зонах Чорноморського узбережжя, річок Дунай та Дніпро), спільне просування турпродукту на міжнародному ринку;
- підвищення економічної ефективності туризму як передумови соціально-економічного розвитку країн та активізації цивілізаційно-комунікаційних зв'язків.

Отже, можна стверджувати, що в результаті активної державної політики та узгоджених дій усіх органів державної та місцевої влади з розвитку туризму, зокрема в міжнародних транспортних коридорах, сприйняття міжнародного туризму як засобу інтеграції у світовий та європейський простір, а також як форми розвитку інтеграційних комунікацій туризм стане потужною індустрією.

Туристичний обмін України з країнами Євросоюзу відіграє досить важливу роль у розвитку туристичної галузі держави. Туристичні потоки з країн ЄС у структурі туризму займають друге місце після держав СНД. Так, частка, яка припадає на в'їзний туризм з Європи протягом останніх 5 років становить 30 – 35 %, а виїзний – 39-44 % [63, с. 19].

Слід звернути увагу, що виїзний туризм переважає над в'їзним, така тенденція супроводжується протягом п'яти років. Також обсяг туристів

з кожним роком збільшується : протягом 2013 – 2019 рр. в'їзний туризм зріс в два рази, а виїзний – 1, 5.

Важливим чинником збільшення турпотоку з країн ЄС є безвізовий порядок в'їзду до України громадян цих країн, започаткований у 2005 р. Такий суттєвий крок у напрямку лібералізації в'їзду іноземців в Україну, насамперед, з метою туризму, здійснений в рамках одного з визначних іміджевих заходів у світі, яким є “Євробачення”, значною мірою сприяв збільшенню обсягів в'їзного туризму в Україну, що є найбільш економічно вигідним для національної економіки, надав додаткового імпульсу розвитку туристичної та готельної інфраструктури, а також в цілому зміцнив позитивний міжнародний імідж нашої держави.

Цей захід носив характер експерименту в рамках планомірної та системної роботи по лібералізації формальностей, пов'язаних з міжнародними туристичними обмінами України, у тому числі візових, прикордонних та митних, що проводився Держтуризмкурортів спільно з МЗС та іншими зацікавленими міністерствами та відомствами України та був спрямований на запровадження на постійній основі безвізового режиму для громадян країн-членів ЄС.

По його результатах підписано Укази Президента України від 26 липня 2005 р. № 1131/2005 “Про встановлення безвізового режиму для громадян держав-членів Європейського Союзу, Швейцарської Конфедерації та Князівства Ліхтенштейн”, якими безвізовий режим в'їзду в Україну для зазначених категорій іноземних громадян встановлено на постійній основі на термін перебування, що не перевищує 90 днів.

Ці заходи мають підвищити привабливість української туристичної пропозиції для іноземних туристичних фірм, а також туристів, сприяти збільшенню туристичних потоків до України, оптимізації міжнародного туристичного співробітництва.

Натомість, впродовж останніх років досить гострою і нагальною залишається проблема оформлення віз громадянам України, які з метою туризму виїжджають за кордон, а також здійснення відповідної акредитації

туристичних підприємств у консульствах іноземних держав в Україні.

Таблиця 2.6

Структура в'їзного туризму з країн Євросоюзу

Держави	Період									
	2013		2016		2017		2018		2019	
	міс-це	млн. осіб	міс-це	млн. осіб	міс-це	млн. осіб	міс-це	млн. осіб	міс-це	млн. осіб
Польща	1	4,3	1	4, 1	1	3,1	1	3, 9	1	3,5
Угорщина	2	2, 2	2	1,7	2	0, 8	2	1,1	2	0, 9
Словаччина	3	0,3	4	0, 4	3	0,4	3	0, 5	4	0,7
Румунія	5	0, 17	3	0,3	4	0, 3	4	0,3	3	0, 4
Німеччина	4	0,18	5	0, 1	5	0,4	5	0, 2	5	0,2

За: [51, с.162]

Аналізуючи таблицю, слід сказати, що першість у структурі в'їзного туризму займають держави –сусіди, що є характерним для ринку туристичних послуг України загалом. Слід звернути увагу, що туристи з Польщі є лідерами та на їх частку припадає 35 % всього в'їзного туризму.

Третій рік поспіль стрімко зростають турпотоки з країн, які раніше цим не вирізнялися. Експерти пояснюють явище скасуванням візового режиму на в'їзді до нашої держави. У 2019 р., порівняно 2013 р. темп приросту візитів становив: з країн Естонії (на 35 %), Латвії (на 45 %), Литви (на 24%), Польщі (на 39 %), Австрії (на 24 %), Великобританії (на 41 %), Італії (на 30 %), Бельгії (на 15 %), Франції (на 34 %), Австрії (на 50 %), Чехія (43 %).

Для гарантованої підтримки туристичних потоків в Україну необхідно різко активізувати інформаційну діяльність щодо рекламування туристичного потенціалу в країні та за кордоном. Акцент слід спрямувати на рекламу унікальних природнокліматичних ресурсів, екскурсійних програм, гостинності населення, недорогих послугах

харчування, наявності в достатній кількості екологічно-чистих фруктів та інших продуктів. Особлива увагу слід зосереджувати на розширенні екскурсійних, культурних, розважальних програм і заходів.

Для забезпечення сталого розвитку туристичної сфери в умовах поглиблення відносин між Україною і ЄС, її вступом до СОТ, необхідне підвищення якості національних пропозицій до рівня міжнародних стандартів і розширення ринків збуту.

На 2019 р. бюджетний запит по відновленню фінансової підтримки розвитку туризму в Україні був сформований на суму 48,0 млн. грн. Заздалегідь погоджено в Міністерстві фінансів лише 60% запиту – 28,8 млн. грн. Не були достатньо враховані потреби на фінансування міжнародної співпраці, створення інформаційних центрів, маркетингової діяльності, розвиток інфраструктури туризму. Для порівняння, бюджет урядового органу по туризму в країнах Європи в середньому складає 29,3 млн. дол. США [38, с.38]. За кордон з метою туризму щорічно виїжджає 1 % населення. Щороку зростає кількість охочих віддихнути за межами держави, популярними залишаються країни Євросоюзу. Розглянемо структуру виїзного туризму в середньому протягом 2013 – 2019 рр.



Рис. 2.5. Структура виїзного туризму з країнами Євросоюзу, млн. осіб

Найпотужніші потоки виїзду, як і раніше, зорієнтовані в напрямку сусідніх держав. Варто звернути увагу, що як і у структурі в'їзного туризму перше місце належить виїзду у напрямку Польщі, який щорічно зростає приблизно на 15 %, Угорщина – 13 %. Туристичний сектор у Туреччині зменшився на 7%, але в той же час з України в Туреччину виїхало на 33% більше у 2019 р., ніж у 2013 р. Це пояснюється зменшенням попиту Туреччини серед європейців, проте зростає попит серед Росії та України.

У зв'язку із запровадженням візового режиму на 18,9 % скоротився турпотік до Словаччини, проте кількість туристів є досить значною. Щодо інших держав, то збільшилась кількість охочих у 2018 р. порівняно з 2019 р. відвідати Італію на 49 %, Францію на 47 %, Німеччина на 35 %, Великобританія на 33% та ін. Водночас зростають, завдяки активній ринковій політиці країн-партнерів, туристичні потоки до країн Східного Середземномор'я (особливо на Кіпр). Проте, скоротилися подорожі Греції на 21, 4%, Іспанії на 16, 3%. З метою створення спільного простору європейського туризму, впровадження інноваційної моделі розвитку України як туристичної держави, з огляду на значний туристичний потенціал України, та запобігання негативним наслідкам для туристичного співробітництва передбачаються такі напрямки щодо подальшої розбудови співпраці України з державами-членами ЄС у галузі туризму.

1. Відповідно до Державної програми європейської та євроатлантичної інтеграції України на 2018 – 2025 роки, передбачено створення цілісної ефективної системи підготовки висококваліфікованих управлінців удосконалення професійної підготовки фахівців з метою формування кадрового потенціалу для забезпечення реалізації державної політики у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції, створення передумов для набуття Україною членства в Європейському Союзі та НАТО, що сприяло б, насамперед, покращення діяльності по захисту прав українських та іноземних споживачів туристичних послуг,

наближення України до світових стандартів туристичного обслуговування.

2. Лібералізація прикордонних і митних формальностей для туристів, які здійснюють подорожі між Україною та державами-членами ЄС, що є для України генеруючими туристичними ринками.

3. Сприяння з боку відповідних структур ЄС та держав-членів ЄС щодо приведення якості туристичних послуг до міжнародних стандартів, гармонізації системи стандартизації та сертифікації підприємств туристичної, готельної та курортної сфери, що надають послуги розміщення та харчування в Україні, з відповідними директивами ЄС.

4. З метою розширення туристичного співробітництва з державами-членами ЄС, диверсифікації туристичної пропозиції, підвищення конкурентоспроможності українського турпродукту сприяння з боку ЄС щодо залучення інвестицій до розбудови туристичної та курортної інфраструктури українського туризму, в тому числі транскордонної, а також створення корпоративних турпродуктів (особливо міжнародних маршрутів по транскордонних територіях) та їх ефективного маркетингу на європейському та світовому ринках.

5. Надання фінансової та технічної допомоги з боку ЄСу туристичній та курортній галузі України щодо реалізації пріоритетних проектів розвитку туризму в Україні, у тому числі на регіональному рівні, у галузі сільського зеленого туризму, малого та середнього туристичного бізнесу, транскордонного співробітництва, розбудови інфраструктури туризму впродовж транспортних коридорів, а також інформаційно-рекламного забезпечення туристичної діяльності, прикладних досліджень туристичної сфери, популяризації позитивного туристичного іміджу України в світі.

Необхідно проводити в Україні міжнародні спеціалізовані семінари, конференції з залученням вітчизняних та іноземних організацій для вивчення передового досвіду організації туристичної діяльності, освоєння туристичних ринків, визначення перспектив розвитку новітніх технологій надання туристичних послуг, у т. ч. маркетингових, формування

туристичної стратегії та стандартів обслуговування, а також брати участь у відповідних заходах за кордоном.

У цьому зв'язку налагодити систему обміну досвідом на постійній основі з відповідними структурами ЄС, а також державних органів по туризму країн-членів ЄС щодо законодавчого та організаційного забезпечення високопродуктивної туристичної діяльності, зокрема адаптації національного законодавства в галузі туризму до відповідних Директив ЄС, організації системи сертифікації в сфері туризму, процедури впровадження міжнародних стандартів якості туристичних послуг.

6. Сприяння з боку ЄС у створенні системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів України (державних службовців, працівників туристичних підприємств і готельних господарств, курортних установ, науковців і викладачів туристичних навчальних закладів) через проходження відповідного навчання і стажування у спеціалізованих навчальних закладах держав-членів ЄС. Врахування відповідних потреб Держтуризмкурортів в ході реалізації Державної програми навчання та перепідготовки фахівців у сфері європейської і євроатлантичної інтеграції України, а також при залученні технічної допомоги на впровадження проектів з адміністративного забезпечення туристичної галузі України, формування високопрофесійних фахівців туристичної сфери за напрямом євроінтеграції, в тому числі в апараті Держтуризмкурортів.

Враховуючи масштабність євроінтеграційної діяльності в галузі туризму, доцільно передбачити збільшення чисельності відповідних працівників, у тому числі тих, які вільно володіють іноземними мовами, та формування відповідних структурних підрозділів з питань євроінтеграції центральних і місцевих органів виконавчої влади в галузі туризму, а також забезпечення структурних підрозділів з питань євроінтеграції необхідною оргтехнікою та засобами зв'язку, враховуючи доступ до мережі Інтернет, та створення відповідних бібліотек.

7. Вдосконалення системи забезпечення фінансування євро-

інтеграційної діяльності у галузі туризму, передбачивши прийняття бюджетної програми “Забезпечення міжнародної діяльності Державної служби туризму і курортів”, зокрема видатки на:

- адаптацію законодавства України у сфері туризму до директив і стандартів ЄС;
- розбудову інституційних зв'язків з державами-членами ЄС;
- здійснення підготовки кадрів з питань євроінтеграції центральних і місцевих органів виконавчої влади в сфері туризму, враховуючи навчання та стажування у спеціалізованих навчальних закладах держав-членів ЄС;
- проведення в Україні міжнародних спеціалізованих семінарів, конференцій з залученням вітчизняних та іноземних організацій для вивчення передового досвіду організації туризму, участь у відповідних заходах за кордоном;
- створення системи пропагування іміджу України як туристичної держави, ефективного маркетингу українського туристичного продукту на європейському ринку;
- інтеграцію інформаційної системи туристичної галузі України до відповідних мереж ЄС.

8. З метою забезпечення міжвідомчої координації євроінтеграційної діяльності, узгодження її бюджетного фінансування, а також оптимізації механізмів використання міжнародної технічної допомоги створення міжвідомчої Робочої групи з євроінтеграції, передбачивши функціонування підгруп за тематичними напрямками, зокрема туризму [68].

Поглиблення міжнародного поділу праці та посилення водночас економічних, виробничих і культурних зв'язків на всіх рівнях — від міждержавного до міжсуб'єктного, а також між громадянами зумовлюють стабільно стійкий розвиток у світі інтеграційних комунікацій та пов'язаних із забезпеченням просторового переміщення товарів і фізичних осіб галузей. Найважливішими з них є транспортна та туристична галузі, які певною мірою є взаємопов'язаними та взаємодоповнюючими.

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні на наступні десять років, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни.

Нарощування темпів та підвищення ефективності роботи підприємств сфери туризму, становлення туристичної галузі як однієї з провідних галузей вітчизняної економіки стримується невирішеністю низки питань, розв'язання яких потребує державного регулювання та підтримки виконавчих органів влади.

РОЗДІЛ 3

ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТА ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ СПІВРОБІТНИЦТВА В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ З КРАЇНАМИ ЄС

3.1. Міжнародний туризм як засіб інтеграції України у європейський простір

Значне вплив на розвиток туризму зазнала глобалізація світової економіки. Світове господарство активно розвивалося з 1990-х до початку 21 ст. Зростання попиту на туристичні послуги призвело до жорсткої конкуренції у туристичній торгівлі та готельній індустрії та поширення багатьох наднаціональних компаній. Широке використання нових технологічних рішень, а також продаж інших сучасних транспортних засобів, комп'ютерних систем бронювання та бронювання, маршрутів подорожей чи сучасних сервісних маршрутів призвели до появи міжнародного явища масового туризму під назвою «технічний туризм».

Туризм розкриває характеристики масового туристичного продукту, включаючи стандартизацію та масове виробництво, спеціалізовані та диверсифіковані послуги, а також сучасний продаж та рекламу, які зазвичай є віртуальними. Про роль та значення туризму на регіональному та міжнародному рівнях можна судити за кількістю туристичних маршрутів, кількістю робочих місць у туризмі та суміжних галузях, сумою валютних надходжень. Для багатьох країн міжнародний туризм став найприбутковішою галуззю економіки, а його надходження є важливою частиною національного бюджету (заповідних територій), що покращує якість життя корінних народів та туристичні послуги [24, с.17].

За даними Національної туристичної адміністрації України, на цю галузь припадає 10% світового ВВП, близько 35% світової торгівлі послугами та майже 11% світових інвестицій. Розвиток співпраці з Європейським Союзом базується на наступних документах.



Рис. 3. 1. Розвиток співпраці України з ЄС

За: складено автором

За останні роки доходи від міжнародного туризму зросли в середньому на 9%, що випереджає аналогічні експортні показники цих провідних світових торгових компаній.

За останні роки в керівних документах, прийнятих урядами всіх рівнів у сфері туризму, визначено два основних напрямки та відповідно визначено цілі розвитку туристичної галузі України:

- 1) Туризм стає високоприбутковою галуззю економіки;
- 2) По-друге, сформувати вітчизняний туристичний продукт,

конкурентоспроможний на світовому ринку.

У першому напрямку документ передбачає вжиття заходів щодо впровадження ефективних методів та механізмів фінансово-господарського нагляду та управління для стимулювання підприємницької та інвестиційної діяльності та створення нових можливостей трудоустроювання. Тому очікується збільшення частки туризму в національному та місцевих бюджетах у ВВП та доходах від туризму.

Інше напрямок – популяризація вітчизняного туристичного продукту, відповідність світовим стандартам надання туристичних послуг, спрощення процедур прийому іноземних туристів, особливо митного та візового. Це дозволить збільшити долю України у міжнародному поділі праці, а також, як очікується, зайняти лідируючі позиції на світовому ринку туристичних послуг. Розпочався процес їх впровадження [73, с. 83].

Проте комплексний аналіз цих документів показує, що роль туризму в суспільстві обмежена, переважно зосереджена на його економічній та зовнішньоекономічній складових. Адже, на мою думку, туризм може відігравати позитивну роль у соціально-економічному розвитку країни лише тоді, коли він поступово розвиватиметься паралельно з іншими сферами суспільної життя. Туризм може стати не лише фактором економічного зростання та входу. Вихід на світовий туристичний ринок та інтеграція у світовий економічний простір на основі реалізації його комунікаційної та інтеграційної складових.

У той же час, туризм є галуззю, яка надзвичайно залежить від багатьох непрямих факторів - внутрішньополітичної ситуації країни перебування та сусідніх країн, економічного та політичного стану туристичних постачальників (за даними UNWTO, міжнародний туризм охоплює лише 7 відсотків від населення світу (рівень доходів) Високий), зміни клімату та стихійні лиха Ці умови роблять економіку країни з незбалансованим туризмом надзвичайно вразливою Можлива загроза залишкової втрати конкурентних переваг на ринку.

Розвиток співпраці з Європейським Союзом базується на наступних

документах.

Враховуючи прагнення України до євроінтеграції, вважаю, що національну політику у сфері туризму необхідно коригувати відповідно до документів Всесвітньої туристичної організації та рекомендацій щодо сталого розвитку туризму, прийнятих на її основі Європейською комісією, в т. ч. :

- Загальні курси зі сталого розвитку туризму та екологічної безпеки;
- політика сталого туризму на заповідній території;
- Політика розвитку сталого та екологічно безпечного туризму у прибережних районах.

Прийняття світових та європейських стандартів розвитку туризму не лише сприяє соціально-економічному зростанню України, а й створює умови для того, щоб міжнародне співтовариство розглядало її як рівноправного партнера [13].

Зміцнити міжнародне співробітництво в розвитку іноземного туризму на національному рівні та через участь у роботі відповідних міжнародних організацій, посилити його комунікаційну функцію, сформувати позитивний імідж України. Укладені міжурядові угоди та угоди про співробітництво у туристичній сфері між національними та іноземними професійними органами туризму (наразі такі угоди укладено з 28 країнами, розробляються деякі нові угоди), особливо двосторонні відносини та поглиблення інтеграції, особливо це на субрегіональний рівень. Важливим фактором інтеграції України у світовий простір та євроінтеграції є співпраця з міжнародними організаціями, зокрема створення та просування спільних туристичних продуктів на світовий ринок.

Це пояснюється тим, що останнім часом у світі спостерігається тенденція до повної глобалізації, яка характеризується скороченням національно-культурних кордонів між різними країнами та появою масштабних корпоративних брендів. При цьому кожна країна стикається з проблемою створення унікального іміджу в міжнародному співтоваристві, який зробить країну туристичною країною з великим потенціалом, або

виробником та постачальником високоякісних товарів та послуг, або привабливою територією. Бізнес чи інвестиції.

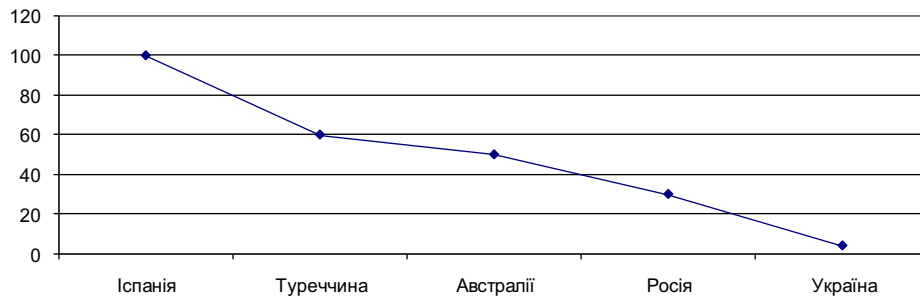
Україна має найбільші та різноманітні запаси курортних ресурсів у Центральній Європі, тому вважається, що міжнародний туризм може стати українським брендом та засобом інтеграції України у світ.

Проте, згідно з опитуванням Американської та Європейської Міжнародної соціологічної асоціації з січня по лютий 2017 року, 62% респондентів вважає, що Україна є нестабільною країною в економічному кризі, і лише 14 % респондентів охарактеризували Україну для країни повноцінної надії [13, с.83] .

Щоб виправити негативні, а часом і зовсім неправильні уявлення іноземців про Україну, необхідно проводити глобальні маркетингові дослідження та проводити масштабні рекламні кампанії з просування українських брендів. Багато країн уже пройшли цей шлях. Вони можуть сформувати імідж туристичної країни в очах міжнародного співтовариства та їх громадян, і водночас підвищити конкурентоспроможність своїх виробників на світовому ринку.

Прикладом може бути образ Австралії, створений спеціально для туристичних цілей. Проект австралійського бренду розпочався у 1995 році під егідою Австралійської комісії з туризму, яка відповідає за обробку іноземних національних туристичних продуктів. В Австралії було проведено маркетингове дослідження та створено герб країни. Після цього було розпочато широкомасштабну рекламну кампанію, яка триває досі, витративши 50 мільйонів доларів лише за перші п'ять років. Сьогодні Австралія характеризується високим потоком туристів, на який припадає значна частина ВВП країни.

В Україні у 2017 р. на створення образу України було виділено суму в розмірі 3, 5 млн. дол. Так, для порівняння в Саудівській Аравії витрати на покращення іміджу складають 6000 млн. дол. на рік, в США – 1000 млн. дол. [13, с. 85].



і навіть витрати грошей, зразки більш, ніж в Україні. В Україні лише розпочалася практика просування бренду, що потребує чималих фінансових вкладень та маркетингових досліджень.

Першим кроком в організації комплексної роботи на національному рівні для забезпечення позитивного міжнародного іміджу України є запуск національного плану на 2013-2019 роки у цій сфері.

Тому розроблено концепцію національного цільового плану формування позитивного міжнародного іміджу України на період 2017-2023 років. Концепція спрямована на організацію скоординованих, спланованих та професійних обмінних заходів, спрямованих на підвищення міжнародної репутації України у політичній, економічній та культурній сферах. Це має забезпечити створення міжнародної інформаційної атмосфери, сприятливої для політичного та соціально-економічного розвитку України, зокрема, міжнародне співтовариство розглядає нашу державу як надійного та передбачуваного партнера та прагне зміцнювати демократичні принципи України. Подальша лібералізація суспільної життя та економіки, виробничої бази, високоякісних трудових ресурсів, значного інноваційного, технологічного, промислового, аграрного та туристичного потенціалу, а також багатой культури та історії.

Важливим є усвідомлення ефективності плану як системи послідовних заходів, встановлених в годині, при його розробці враховуються заходи щодо зв'язків з громадськістю, загальноприйняті методи та прийоми створення та поширення іміджевої продукції.

3. 2. Стратегія розвитку туристичної індустрії для України з врахуванням досвіду країн Європейського Союзу

Враховуючи величезний потенціал розвитку туризму в Україні, а також соціально-економічні вигоди, які країна та народ України можуть отримати від розвитку туризму та розваг, необхідно створити належні умови для ефективного функціонування. України сьогодні. промисловість. Водночас, на нашу думку, Україна має створити власну модель розвитку туризму, взявши всі характеристики сучасної економіки України та туризму як її невід'ємну частину. Проте також буде вигідно використовувати досвід інших країн, які успішно покращили роботу комплексів дозвілля.

Розвиваючи туристичний бізнес в Україні, важливо враховувати жорстку конкуренцію на сучасному світовому ринку туристичних послуг: лише завдяки ефективній та злагодженій діяльності галузевого туризму можна забезпечити конкурентоспроможність українського туристичного продукту, у тому числі не лише пов'язаного з туризмом. до іт-харчування, транспорту, сільського господарства, торгівлі тощо.

Ми вважаємо, що стратегія розвитку туризму України має вирішувати такі основні завдання:

- запровадити ефективний механізм фінансово-економічного нагляду за розвитком туризму;
- Визначити шляхи, форми та методи сприяння розвитку підприємництва в цій сфері;
- враховуючи соціальні та економічні інтереси країни, створити ефективну модель інвестиційної політики у сфері туризму;
- удосконалити організацію та структуру управління туристичною галуззю;
- забезпечити раціональне використання та відновлення природної та

історично-культурної середовища;

- приймати екологічні закони та нормативні акти та затверджувати прийнятні стандарти розвитку туристичних ресурсів, сформулювати механізм його дії та впроваджувати методи управління.

Тому для українського туристичного ринку доцільною буде стратегія розвитку туризму, яка передбачає створення конкурентоспроможних туристичних продуктів на світовому ринку. Основним змістом стратегії є розвиток національної політики у сфері туризму як одного з пріоритетних напрямів національної культури та економіки.

Зміцнити міжнародне співробітництво в розвитку іноземного туризму на національному рівні та через участь у роботі відповідних міжнародних організацій, посилити його комунікаційну функцію, сформувати позитивний імідж України. Фактором зміцнення двосторонніх відносин та поглиблення інтеграції, особливо на субрегіональному рівні, є укладення міжурядових угод та угод про співробітництво у сфері туризму між спеціалізованими національними та іноземними агентствами з управління туризмом. Важливим фактором інтеграції України у світовий простір та євроінтеграції є співпраця з міжнародними організаціями, зокрема створення та просування спільних туристичних продуктів на світовий ринок.

Враховуючи прагнення України до європейської інтеграції, вважаємо, що відповідно до документів СОТ та прийнятих на їх основі рекомендацій Європейської Комісії щодо сталого розвитку туризму необхідно коригувати туризму на заповідних територіях”, «Політика сталого та екологічно безпечного туризму на прибережних територіях» Ухвалення світових та європейських стандартів розвитку туризму сприяє не лише соціально-економічному зростанню України, а також сприяє Міжнародна спільнота розглядає її як рівноправного партнера для створення передумов.

Україні необхідно здійснювати міжнародне туристичне

співробітництво в рамках Всесвітньої туристичної організації ООН, Співдружності Незалежних Держав, Організації Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС), Центральноевропейської ініціативи (СЕІ), Європейської комісії, Комісії Балтійських держав та Гуамської групи. Стратегічними цілями співпраці мають бути: створення єдиного туристичного простору як зони вільної торгівлі туристичними послугами та зони вільного туризму; ефективне використання туристично-розважального потенціалу для збільшення туристичного потоку; розвиток спільних конкурентоспроможних туристичних продуктів у країнах-учасниках, спільне просування туристичного продукту на ринку, підвищення економічної ефективності туристичної галузі є передумовою соціально-економічного розвитку різних країн, зміцнення цивілізації та обмінів.

В контексті поглиблення відносин України з Європейським Союзом (ЄС) та вступу до СОТ, з метою забезпечення сталого розвитку туристичної галузі необхідно підвищити якість національних пропозицій до рівня міжн. стандарти та розширення ринку. Вирішення цих двох основних завдань вимагає від держави надання коштів за двома основними напрямками: залучення туристів на вибрані цільові ринки (рекламно-інформаційна діяльність, у тому числі виставки, створення інформаційних центрів, створення національних туристичних інтернет-порталів, сайтів ДСТК) ; створення національних стандартів, стандартів безпеки, товарів та якість обслуговування відповідає міжнародним стандартам.

Національна туристична адміністрація надає великого значення розвитку співробітництва з Європейським Союзом, оскільки має можливість просувати національні туристичні продукти на європейський ринок, брати участь в інформаційному просторі, передовій туристичній практиці, посилювати процес євроінтеграції Китаю. За своїм туристично-розважальним потенціалом Україна має всі шанси стати одним із провідних туристичних центрів Європи.

Розвиток співробітництва з Європейським Союзом відповідає

плану реалізації Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та Європейським Союзом Указ Президента України від 11 червня 1999р. № 615/98 «Про затвердження Стратегічна інтеграція до Європейського Союзу» та 14 вересня 2000р. День № 1072/2000 «План інтеграції України до ЄС», рішення самміту Україна-ЄС, національна програма підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців з цієї галузі, Програма європейської інтеграції та євроатлантичної інтеграції України на 2004-2007 рр. та Національний план інформування громадськості України з європейської інтеграції на 2004-2007 рр., ухвалені Указом Президента України від 13 грудня 2003 р. № 1433/2003, яким було врегульовано Постанову Кабінету Міністрів України від 31. 03.2004 р. № 417 «Про посилення додаткових заходів щодо законодавчої роботи Європейського Союзу» відповідно до розпорядження Прем'єр-міністра України від 29 січня 2002 р. № 956/3 Постанова Верховної Ради України від 17 січня 2002 р. № 2999-III» «Рекомендації щодо інтеграції національної політики ЄС», розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 червня 2003 р. № 382-р «Про здійснення першочергових заходів щодо угоди про партнерство та співробітництво між Україною та Європейським Співтовариством (ЄС) та удосконалення сфери європейської інтеграції Інституційна підтримка діяльності виконавчого агентства» та 4. 03.2004 № 111-р «Заходи щодо реалізації пріоритетних до Європейського Союзу 2004 року», ін. доручення глави української держави, розпорядження та інструкції українського уряду щодо співробітництва між Україною та Європейським Союзом, рекомендації Комітету Європейського Союзу, Міністерства закордонних справ України, Акти міжнародного права [28, с.44].

Вступ до Європейського Союзу дає можливість використовувати організаційно-фінансовий механізм цієї установи для підвищення економічної ефективності туристичної галузі країни. З огляду на це, Українська туристична адміністрація подала заявку через Спеціальне представництво України до Європейського Союзу з проханням

включити Україну до перспективних планів співпраці у сфері туризму, зокрема фінансової та технічної допомоги та інвестиційних проектів ЄС. Це якісно вплине на розвиток туристичної галузі України та сприятиме соціально-економічному та культурному розвитку нашої країни.

Законодавство України у сфері туризму узгоджується з директивами ЄС та іншими законами. Враховуючи завдання європейської інтеграції, Президент України від 11 березня 2003 р. видавши Указ № 207 «Деякі заходи щодо розвитку сфери туризму, відпочинку та розваг України» та видавши розпорядження Кабінету Міністрів України. Україна. Україна 27 червня 2003 р. № 390-р «Затвердження заходів щодо розвитку внутрішнього та іноземного туризму». Це відповідає світовому досвіду та дає додатковий поштовх для розвитку потужного туристично-відпочинкового потенціалу України, збільшення кількості туристичних послуг. Відповідно до рішення Верховної Ради України з 1 січня 2004 р. скасовано готельні збори, що значно підвищило конкурентоспроможність готельних послуг [45, с. 31].

З метою розвитку ринку послуг та дотримання рівних прав і свобод громадян Кабінет Міністрів України ухвалив постанову від 17 серпня 2002 р. № 1136 «Про забезпечення дотримання законодавства при наданні послуг іноземцям та особам без громадянства». , встановити Ціни та тарифи на послуги, що надаються іноземцями та особами без громадянства.

Функції технічного нагляду у туристичній галузі здійснюють національні туристичні курорти. Це призвело до розроблення технічних регламентів для підтвердження узгодженості послуг у туристичній сфері. Наразі Україна не має обмежень щодо виходу на ринок туристичних послуг (відповідно до конкретних зобов'язань України у сфері послуг), а в туристичному плані Україна не має перешкод для вступу до Світової організації торгівлі (СОТ).

Держспоживстандарт України Наказом від 28 лютого 2006 р. № 54 затверджено новий національний стандарт ДСТУ 4527: 2006 «Туристичні

послуги. Засоби розміщення. Терміни та визначення». Стандарт набув чинності в жовтні 2006 року. Цей стандарт максимально узгоджується із європейським стандартом EN №18513: 2003 «Готелі та інші види розміщення туристів». Термінологія". Новий стандарт визначає всі основні типи розміщення, які можуть бути використані для прийому туристів.

З метою покращення умов інвестиційної діяльності в туристичній сфері внесено зміни до Закону України «Про концесії» щодо будівництва та експлуатації концесійних об'єктів туристичної інфраструктури та курортів.

З метою адаптації законодавства України у сфері туризму до законодавства ЄС відповідні нормативні акти були офіційно перекладені.

Розробляється правова база двостороннього співробітництва зі країнами ЄС. Наразі було підписано 12 угод про міжнародне туристичне співробітництво зі країнами-членами ЄС, включаючи Австрію (2004), Болгарію (1996), Грецію (1996), Естонію (1994) та Латвію (2000), Литву (2004), Польщу (2005). .), Португалія (2006), Словаччина (2001), Угорщина (2001), Фінляндія (2000) та Чехія 2006). Туристична співпраця між Україною та країнами ЄС здійснюється в Україні-Австрії, Україні-Болгарії, Україні-Італії, Україні-Латвії, Україні-Литві, Україні-Німеччині, Україні-Польщі, Україні-Словаччині, Україні-Словенії, Угорщині, укр. -Чеська робоча група з туризму [86, с. 45].

З метою посилення значення туризму як пріоритетної галузі економіки країни у проекті спільної доповіді щодо оцінки виконання Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС надано рекомендації щодо туризму.

Кабінет Міністрів України від 12 травня 2014 р. № 298-р затвердивши заходи держави щодо підтримки розвитку молодіжного та дитячого туризму. «Концепція національної політики розвитку молодіжного туризму в Україні» була розроблена спільно Міністерством туризму України та Науково-дослідним центром розвитку туризму та передбачала виконання ряду завдань зі стимулювання розвитку різних видів

молодіжного туризму. , які будуть в інвестиційному процесі проводити підприємства різних форм власності

Водночас Українська рада з туризму та Всеукраїнська молодіжна хостелна асоціація спільно розробили план розвитку молодіжного хостелу (готелю). Основна мета плану – створити мережу молодіжних хостелів для сприяння розвитку молодіжного туризму в країні та за кордоном, щоб молодь могла зрозуміти історичні, культурні та наукові досягнення України.

Наприкінці 2003 року Україна приєдналася до Міжнародної федерації молодіжних хостелів. Міжнародна федерація молодіжних хостелів об'єднує 7500 молодіжних хостелів у 80 країнах і налічує понад 4, 5 мільйона членів.

Планом реалізації першої черги мережі гуртожитків передбачено створення до 6 гуртожитків, два з яких у Києві. З метою економії на будівництві мережі молодіжних гуртожитків рекомендується реконструювати існуючі об'єкти розміщення, туристичні готелі, гуртожитки тощо або будувати нові будинки.

Асоціація молодіжних хостелів висунула низку пропозицій інвесторам деяких країн щодо вкладення коштів у розвиток мережі, але реалізувати це можливо лише за умови виділення конкретних будівель для реконструкції або будівництва таких готелів. З огляду на це, колишня Національна туристична адміністрація закликала директора Київської міської державної адміністрації підтримати розвиток мережі молодіжних гуртожитків (готелів) у Києві та запропонувала визначити такі об'єкти чи місця для створення першого студентського гуртожитку у м. Крім того, розглядається також можливість надання часткової фінансової підтримки реалізації пілотного проекту, але за кошти бюджету Київської міської державної адміністрації.

Національний туристичний курорт також зацікавлений у участі в українській національній програмі TACIS, яка спрямована на підтримку малого та середнього бізнесу для забезпечення ефективної роботи

туристичної інфраструктури на міжнародних транспортних коридорах. Постановою Кабінету Міністрів України від 12 травня 2004 р. № 612 затверджено план розвитку туристичної інфраструктури у напрямку міжнародного транспортного коридору та національної мережі основних транспортних доріг на 2004-2010 роки. З туристичною інфраструктурою та іншими об'єктами обслуговування.

Загальною метою проекту є оснащення національної мережі міжнародних транспортних коридорів сучасною туристичною інфраструктурою, сприяння створенню конкурентоспроможних національних туристичних продуктів, забезпечення сталого розвитку національної мережі міжнародних транспортних коридорів. Активізація процесу приватизації та збільшення доходів громадян призведе до збільшення обсягу коштів, що використовуються на розваги, що призведе до збільшення кількості поїздок та покращення дорожньої інфраструктури.

У 2017 році сформовано бюджетний запит на відновлення фінансової підтримки розвитку туристичної галузі України на суму 48 млн. ОАЕ. Лише 60 % запитів – 28, 8 млн. ОАЕ – були заздалегідь погоджені Мінфіном. Потреби у міжнародному кооперативному фінансуванні, створенні інформаційних центрів, маркетинговій діяльності, розвитку туристичної інфраструктури не враховані повністю. На противагу цьому, середній бюджет європейських туристичних державних установ становить 29, 3 млн. доларів США.

Відповідно до ст. Статтею 6 Закону України «Про туризм» визначено, що туризм є одним із пріоритетних напрямів економічного та культурного розвитку. Важливі види діяльності в економічній та соціальній сферах залежать від сфери туризму та відпочинку. Туризм, курорти та рекреаційна діяльність можуть сприяти наповненню бюджетів усіх рівнів, підвищенню зайнятості, охороні та раціональному використанню природних ресурсів, відновленню та збереженню здоров'я громадян та патріотичному вихованню.

З метою удосконалення законодавчої та нормативно-правової

бази туристичної індустрії, формування відповідних стандартів, систем класифікації та сертифікації готелів та інших місць розміщення в Україні вивчається відповідний міжнародний досвід та існуючі законодавчі бази в деяких країнах ЄС.

Вивести Україну до провідних туристичних країн світу – складне завдання, яке потребує системних зусиль усіх національних міністерств та ведомств. Для цього необхідно вирішити окремі законодавчі питання, сформулювати та ухвалити постанови уряду та інші нормативні акти, об'єднати зусилля всіх рівнів влади з громадськістю, розробити нові туристичні маршрути, розпочати рекламні кампанії в Україні та за кордоном. Тому є особлива потреба у:

- створити найкращу нормативно-правову базу для розвитку сфери туризму та відпочинку та її інфраструктури, зокрема шляхом формування стратегії розвитку українських курортів.

- створити сприятливі умови для залучення інвестицій, запровадити реальний механізм стимулювання будівництва та реконструкції готелів та інших об'єктів у сфері туризму, відпочинку та відпочинку.

- створити належні умови для розвитку внутрішнього та іноземного туризму, особливо за рахунок розвитку індивідуальних центрів туризму та окремих видів туризму.

- сприяти розвитку готельного бізнесу, забезпечувати уніфікацію національних стандартів, покращувати якість туристичних послуг.

- організувати облік туристичних ресурсів України для забезпечення їх раціонального використання та охорони.

- проводити дослідження туристичного ринку, готувати та поширювати інформацію про Україну та її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та в країні.

- вжити заходів для зміцнення позитивного іміджу України та формування ефективних маркетингових стратегій на основних зовнішніх ринках.

- представництво країни у міжнародних туристичних організаціях

та міжнародній туристичній діяльності, а також розширення міжнародного співробітництва для утвердження позицій України на світовому туристичному ринку.

- забезпечити стимули для розвитку туризму в районах, що потерпіли від бідності, та сприяти створенню більших можливостей для зайнятості та розширенню тимчасової зайнятості в туристичному секторі, особливо шляхом підтримки розвитку сільського туризму.

- забезпечити створення безпечних умов подорожі туристів, особисту безпеку туристів, надати їм медичну, технічну та юридичну допомогу.

З метою вирішення актуальних проблем внутрішнього туризму має на меті розглянути Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 04. 12.2006 р. № 2662, який передбачає скасування правил ексклюзивності для туроператорів та зміни статусу путівок та його застосування в туризмі відповідальність, що повністю відповідає європейському законодавству та практиці Відповідність Закону України «Ліцензування певних видів господарської діяльності» про ліцензування туристичної діяльності, що передбачає видачу єдиного дозволу за видами: в'їзний, внутрішній, виїзний туризм та екскурсії

Необхідно уточнити обов'язкові види страхування подорожей у рахунок-страхування туристів, які виїжджають за кордон (медичне та випадкове), та страхування від нещасних випадків для туристів на внутрішніх маршрутах.

Крім того, на нашу думку, це дуже важливо:

- Створити систему підготовки екскурсовода та екскурсовода-перекладача;

- Запровадити додаткові важелі стимулювання розвитку внутрішнього туризму та визначити практичні кроки, щоб держава надала пріоритет підтримці в'їзду в Україну та внутрішнього туризму (упрощення та координація податкового нагляду, у тому числі впровадження системи звільнення від податків; впровадження

соціальної реклами). у туризмі; популяризація туристичних можливостей в Україні) кордон);

- Встановлення пріоритетних напрямків розвитку туризму;

- Подолати основні недоліки чинного законодавства шляхом введення в дію нових законів, які регулюватимуть особливості окремих видів туризму в Україні, так званого інституційного законодавства;

- Законодавство України в галузі туризму гармонізоване з міжнародним правом, особливо відповідно до визначення «експорт/імпорт туристичних послуг» відповідно до статті 1 (2) ГАТС, де під експортом послуг слід розуміти надання послуг. у країні на митній території.

- шляхом внесення змін до Закону України «Про налог на додану вартість» щодо впровадження нульової ставки податку на додану вартість для туристичних послуг в'їзного туризму (експорту послуг), що усуне юридичну дискримінацію туристичних компаній;

- створення сприятливого інвестиційного середовища в туристичній сфері шляхом введення в дію законопроекту про створення туристично-відпочинкових спеціальних економічних зон;

- Необхідність зміни організації та здійснення туристично-виставкової діяльності та ініціювання включення найвпливовіших зарубіжних міжнародних туристично-виставкової діяльності до переліку відповідних зарубіжних міжнародних виставок та експозицій, в яких планують брати участь вітчизняні підприємства, установи та організації. , і за наказом Правительства України Затверджуються щорічно та фінансуються з бюджету;

- необхідно скоротити терміни проходження ліцензійних умов діяльності туроператорів та туристичних агенцій та інших нормативно-правових актів, що регулюють відносини між туристичною галуззю;

- Моніторинг європейського туристичного законодавства та максимально узгодження національного туристичного законодавства зі стандартами ЄС Перш за все, положення про захист прав туристів при розірванні договору про туристичні послуги, усунення юридичних

колізій, які забороняють іноземним юридичним особам та іншу туристичну діяльність. забезпечити єдине забезпечення споживачами Правила надання туристичних послуг запобігають недобросовісній конкуренції на ринку туристичних послуг.

Тому можна сказати, що завдяки активній національній політиці та злагодженим діям усіх державних та місцевих органів влади щодо розвитку туризму, особливо на міжнародних транспортних коридорах, сформульовані прийнятні та прозорі «правила гри», а також Міжнародний туризм інтегрується у світовий і є засобом європейського простору, а формою розвитку комплексного спілкування туризм стане потужною галуззю. Це стане важливим і стабільним джерелом надходжень до бюджету, сприятиме розвитку суміжних галузей та туристичних територій, а також сталому розвитку цих регіонів та країни в цілому, покращить імідж України у світі.

ВИСНОВКИ

Туризм є однією з найперспективніших сфер підприємництва у світі. Його дохід становить десятки мільярдів доларів. Україна також має важливі розважальні ресурси (природа, культура, суспільство тощо), які можна використовувати як двигун ринкової економіки.

1. Розглянемо теоретичні аспекти міжнародного туризму. Оскільки в наукових працях вітчизняних та зарубіжних авторів немає єдиного тлумачення термінів туризму, розроблено визначення основних розуміння туризму різними авторами. Існує кілька категорій міжнародного туризму. Відповідно до мети подорожі, ділові поїздки є найважливішими, оскільки це один з найбільш економічно вигідних видів подорожей у світі. Також поширені оздоровчі, пригоди, спорт та інші види подорожей.

2. Туризм визнаний одним із пріоритетних напрямів національної культури та економіки. Це повністю відповідає світовій тенденції і свідчить про те, що індустрія туризму стане індустрією у 21 столітті. Щодо правового нагляду за ринком туристичних послуг, то у 1995 році був ухвалений «Закон України про туризм». Вперше у законодавстві визначено поняття «туризм», «туризм» та «туристична діяльність». Зазначається, що українське туристичне законодавство, крім цього закону, включає Конституцію України, інші законодавчі акти, оприлюднені Україною відповідно до Конституції, а також міжнародні договори та угоди, до яких бере участь Україна. Однак із самого початку було кілька очевидних недоліків, тому «Закон України про туризм» був оприлюднений у 2003 році з доповненнями та змінами.

3. Зарубіжний досвід великих європейських країн доводити необхідність підтримки державою розвитку туристичної галузі, особливо у сфері інформаційно-рекламної діяльності. Приклад фінансування робить таке розуміння туризму та державної політики можливим. сектор економіки Передумови.

4. Сучасний етап характеризується низьким ступенем участі у світовому туристичному процесі та домінуючою позицією в експорті туристичних послуг. Це також є особливістю збільшення виїзних туристів, ніж в'їзних туристів. Що стосується внутрішнього туризму, то ситуація в цій сфері дещо погана, хоча цей вид туризму вважається пріоритетним: до 2005 року спостерігався різкий спад туристів, але згодом ситуація покращилася. Аналізуючи динаміку та структуру мотивації, слід сказати,

що на частку приватних подорожей припадає близько 85% усіх подорожей. Туристичні обміни в основному відбуваються в сусідніх країнах.

5. Аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів середовища, що впливають на формування та функціонування туристичних потоків, показує, що не всі фактори мають однаковий вплив. Найвпливовішими факторами є внутрішні екологічні чинники, такі як рівень розвитку інфраструктури, витрати населення та заощадження, державні витрати на розвиток туризму, рівень національного економічного розвитку (ВВП).

6. Стратегічною метою туристичного співробітництва України в міжнародних регіональних інституціях є участь у створенні єдиного туристичного простору в зоні євро як зони вільної торгівлі туризмом, забезпечення інтересу країни до європейського туристичного ринку в умовах глобалізації. Інтеграція, і свобода туризму Використовуйте туризм та розваги для збільшення туристичного потоку та розвитку спільних конкурентоспроможних туристичних продуктів.

7. Зважаючи на прагнення України до європейської інтеграції, я думаю, що національну політику у сфері туризму необхідно коригувати відповідно до документів UNWTO. Прийняття світових та європейських стандартів розвитку туризму сприятиме соціально-економічному зростанню України та створить передумови для того, щоб міжнародне співтовариство розглядало її як рівноправного партнера.

8. Оскільки Україна має найрізноманітніші в Центральній Європі ресурсні запаси, які можна використати для оздоровлення та лікування, міжнародний туризм може стати національним брендом, що призведе до туризму як засобу інтеграції у світ. Проте сьогодні державне фінансування на формування іміджу України у десятки разів менше, ніж у інших країнах.

9. У туристичній галузі України є багато проблем, які потрібно вирішувати шляхом вибору шляхів. Якщо розглядати альтернативи, які існували до української туристичної індустрії сьогодні, то є лише

два шляхи подальшого розвитку події. Тому є вибір: орієнтуватися на іноземних споживачів чи активізувати внутрішній туристичний процес. Крім того, одним із ключових питань, які мають вирішити в найближчу годину, є оптимізація взаємодії між туризмом та культурою в центральних органах влади та на місцях.

10. Можливе посилення міжнародного співробітництва в розвитку іноземного туризму на національному рівні та через участь у роботі відповідних міжнародних організацій, посилення його комунікаційної функції та формування позитивного іміджу України. Укладені міжурядові угоди та угоди про співробітництво у туристичній сфері між національними та іноземними професійними органами туризму (наразі такі угоди укладено з 28 країнами, розробляються деякі нові угоди), особливо двосторонні відносини та поглиблення інтеграції, особливо це на субрегіональний рівень. Важливим фактором інтеграції України у світовий простір та євроінтеграції є співпраця з міжнародними організаціями, зокрема створення та просування спільних туристичних продуктів на світовий ринок.

11. Для прискорення розвитку туристичної галузі України, я думаю, це дозволити: розвивати цікаву туристичну мережу міжнародного значення, забезпечувати виробництво якісної рекламно-інформаційної продукції, проводити маркетингові дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання України, 2002.
2. Апостолук О. Економіко-правові аспекти туристичної діяльності в Україні // Наука молода. - №2, 2014. – с. 5-7.
3. Арсеєнко А. Глобалізація чи поляризація: що чекає світ? // Урядовий кур'єр. – 2000. – 22 квітня, № 75. – с. 4-5.
4. Бройде З., Євдокименко В. Організаційно-економічний механізм транскордонного співробітництва в межах євро регіонів // Зб. наук. праць Транскордонне співробітництво в період трансформації економіки. – Jaroslaw: StudiaRegionalneJaroslaviensis. – nr. 2/2002. – st. 39-43.
5. Бураковський І., Г. Немиря, О. Павлюк. Україна і європейська інтеграція // Політика і час.-2015.-№5.- с.6-8.
6. Вадентюк І.В. Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук з державного управління. – Київ, 2005. - 19с.
7. Вітер І.І. Глобальна економіка і проблеми міжнародного туризму// Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості. - Витяг з матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. 10-11 жовтня 2001 р., Київський університет туризму, економіки і права (КУТЕП). - К. 2002. - с. 91-92.
8. Геєць В.М., Кваснюк Б.Є., Зверяков М.Ш. та інші. Трансформація моделі економіки України. Ідеологія, протиріччя, перспективи/ Під ред. академіка НАН України Геєця В.М. – К.: Логос, 1999. – 500 с.
9. Глобальний етичний кодекс туризму. – (www.rada.gov.ua).
10. Горішевський П.В., Васильєв В.П., Зінько Ю.В. Сільський зелений туризм: організація гостинності на селі: Підручник. – Івано-Франківськ: Місто-Н, 2003. – 158с.
11. Закон України Про внесення змін до Закону України "Про туризм" // (Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2004. - № 13. - С.180.

12. Карсекін В.І., Хлоп'як С.В. Удосконалення інструментів фінансово-інвестиційної політики у сфері туризму // Економіка і підприємництво: стан та перспективи: Зб. Наук. Праць. – К.: КНТЕУ, 2011. – с.218-224.
13. Катилук В.А. Рекреаційно-туристичний комплекс в умовах ринку. – Львів, 1999. – 162с.
14. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні.- Чернівці, 2013. – 254 с.
15. Ковалевський І.С. Міжнародний туризм в цифрах і фактах. – К., 2017. – 128с.
16. Ковешніков В.С. Вплив глобалізації на економічну безпеку індустрії туризму в Україні//Формування ринкових відносин в Україні. - 2003.- №12 – с. 86-89.
17. Курортні ресурси України /За ред. М.В. Лободи. – К.: ТАМЕД, 1999. – 344с.
18. Лапшина І. А. Міжнародна міграція робочої сили: український аспект (за матеріалами західних областей України): Спец.:08.05.01; Автореф. дис. канд. економ. наук.- Тернопіль, 2002.- 20с.
19. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: „Альтерпрес”, 2013. – 436 с.
20. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.
21. Марущак Т.П. Франчайзинг як організаційна форма підприємств готельного господарства: перспективи розвитку в Україні//Економіка і підприємництво: стан та перспективи: Зб. Наук. Праць. – К.: КНТЕУ, 2011, с. 27-35.
22. Мацнев Д. Интеграционные стратегии для стран СНГ // Российский экономический журнал. - №5, 1997. – с. 62.
23. Международный туризм: состояние и перспективы развития (<http://www.bolshe.ru/unit/105,33/books/1020/s/7>).
24. Мельниченко С.В., Мельниченко Л.В. Державне регулювання діяльності підприємств туристичної сфери // Фінанси України. - №11, 2004. – с.

25. Мізюк Б.М. Стратегічне управління підприємством. – Львів: «Коопосвіта». ЛКА, 1999. – 388 с.
26. Мікроекономіка і макроекономіка: Підруч. для студентів екон. спец. закл. освіти: У 2 ч. / С. Будаговська, О.Кілієвич, І. Луніна та ін.; За заг. ред. С. Будаговської. – К.: Видавництво Соломії Павличко „Основи”, 2001. - 517 с.
27. Мікула Н. Перспективи участі областей України у євро регіонах. // Економіка промисловості. - №1. – 2013. – с. 34-39.
28. Мокій А.. Регіонально-секторальна модель зовнішньоекономічної інтеграції: передумови і стратегія реалізації. – Л.: Коопосвіта, 1999. – 346 с.
29. Мокляк А.В. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті українсько-польських туристичних зв'язків) // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата географічних наук. - Київ, 2004. - 11с.
30. Олійник О. Туризм В Україні має перспективи //Урядовий кур'єр. - №35. - 26.02.1997. - с.15-16.
31. Офіційний веб-сайт Європейського Союзу (<http://www.europa.eu.int/>).
32. Офіційний сайт асоціації Maison de la France (www.maisondelafrance.org.fr).
33. Офіційний сайт Світової туристичної організації ([http:// www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)).
34. Полюга В.О. Економічні і організаційні важелі регуляторної політики розвитку туризму // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Ужгород, 2015. - 27 с.
35. Пузакова Е.П., Честникова В.А. Международный туристический бизнес. – М.: «Экспертное бюро», 1999. - 157 с.
36. Рогач О.І., Шнирков О.І. Транснаціоналізація світового господарства та перехідні економіки. Навч. посібник. – К.: ВЦ “Київський університет”, 1999. – 302 с.
37. Румянцев А.П., Коваленко Ю.О. Міжнародна торгівля послугами: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 112с.

38. Рутинський М.Й. Географія туризму в Україні. Навчально-методичний посібник: вид. 2-ге, переробл. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 160с.

39. Рутинський М.Й. Організація спортивно-оздоровчого туризму: Навчально-методичні матеріали. – Львів: КВКПП «Фенікс», 2002.

40. Сернів Я.І. З історії українського мадрівництва / Проблеми розвитку туризму в Україні і завдання відновлення історичної пам'яті народу засобами туризму. – Тези доп. Всеукр. Наук.-практ. Конф. Ч.1. – Київ-Косів, 1994. – 531 с.

41. Соціально-економічна географія світу / За ред. Кузика С.П.. – Т.: Підручники та посібники, 1998.

42. Сприяння сталому економічному зростанню в Україні за ред. Штефана фон Крамона-Таубеля та І. Акімової. – К.: Видавництво „Альфа-Принт”, 2011. – 347 с.

43. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки). Шляхом європейської інтеграції. Офіційне видання. Загальне керівництво підготовкою стратегії здійснював Прем'єр-міністр України В.Ф. Янукович. – Київ, 2004. – 639 с.

44. Стратегії розвитку України: теорія і практика / За ред. О.С.Власюка. – К.: НІСД, 2002. – 864 с.

45. Студенніков І. Транскордонне співробітництво – як крок до визначення концепції регіональної політики // На шляху до Європи. Український досвід єврорегіонів. / за ред. Максименка С. – К.: Логос. – с.99.

46. Ткаченко Т., Мельниченко С. Тенденції розвитку світового туризму // Вісник КНТЕУ. - №6, 2006. – с. 80-85.

47. Туризм в Україні. Статистичний бюлетень. – К.: Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму України, 2000. – 30с.

48. Указ Президента України від 11 березня 2003 р. № 207 "Про деякі заходи щодо розвитку туристичної та курортно-рекреаційної сфер України". - (www.rada.gov.ua).

49. Указ Президента України від 11.06.1999 р. № 615/98 «Про

затвердження Стратегії інтеграції України до Європейського Союзу». - (www.rada.gov.ua).

50. Український туризм: здобутки чи втрати // Голос України. - №226(3726). – 2005. – с. 10-11.

51. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: навч. посібник. – К.: Вища школа, 2002.

52. Філіпенко А. С. Економічний розвиток сучасної цивілізації: Навч. посібник. – К.: Знання, 2000. – 175 с.

53. Філіпенко А.С. Цивілізаційні виміри економічного розвитку. – К.: Знання України, 2002. – 190 с.

54. Франжіаллі Ф. Тенденції розвитку міжнародного туризму. – Київ, КУТЕП, 2012. – 24 с.

55. Хоффманн Л., Мьоллерс Ф.. Україна на шляху до Європи.-“Фенікс”.- К., 2014. - 286 с.

56. Чекан І.А. Якість життя як чинник конкурентоспроможності економіки. – www.niss.gov.ua.

57. Шаблій О.І. Суспільна географія: теорія, історія, українознавчі студії. – Львів: ЛНУ імені І.Франка, 2001. – 744.

58. Шевчук В. Міжнародна економіка: теорія і практика. 2-ге вид. – Львів: „Каменярь”, 2003. – 719 с.

59. Шищенко П.Г., Любіцева О.О. Географія туризму: загальні закономірності та тенденції розвитку//Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості. Матеріали міжнар. Наук.-практ. Конф. – К.: Знання України, 2002. – с.71-76.

60. Школа І.М., Ореховська Т.М., Козменко І.Д., Лошенко І.Р., Кравчук Р.В. Менеджмент туристичної індустрії. Навчальний посібник. - Чернівці „Зелена Буковина”, 2003. – 661 с.

61. Шульгіна Л. Сегментація вітчизняних споживачів туристичного продукту // Маркетинг в Україні. - №6, 2005. – с. 41-47.

62. Як „вижити” туристу в нашому місті. Розмова з Діаною Конаревою, виконавчим директором Львівської асоціації розвитку туризму. – Туристична

газета, 21 жовтня 2003р., №198 (274). – с. 6.

63. Commissioner Verheugen: tourism among EU Commission's top priorities. - Press release. - 18.02.15. – 3p.

64. EU Support for Tourism Enterprises and Tourist Destinations. An Internet Guide. - European Commission. – 2014. – 131 p.

65. European Union. Travel and Tourism. Climbing to New Heights. The 2006 Travel and Tourism Economic Research. – World Travel and Tourism Council. – 36p. - (www.wttc.org).

66. France. The Impact of Travel and Tourism on Jobs and the Economy. - World Travel and Tourism Council. – 48p. - (www.wttc.org).

67. World. Travel and Tourism. Climbing to New Heights. The 2006 Travel and Tourism Economic Research. – World Travel and Tourism Council. – 36p. (www.wttc.org).

.