

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
Факультет міжнародного туризму та економіки  
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

## Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи  
другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему

ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА НАЦІОНАЛЬНУ ЕКОНОМІКУ КРАЇНИ

Виконала: студентка II курсу, групи МТЕ-122м

Спеціальності 242 Туризм

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма Туризмознавство

СУША М.І.

(прізвище та ініціали)

Керівник МАМОТЕНКО Д.Ю.

(прізвище та ініціали)

Рецензент \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Національний університет «Запорізька політехніка»**

Інститут, факультет Міжнародного туризму та економіки

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Другий (магістерський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 242 Туризм  
(шифр і назва)

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство  
(назва освітньої програми (спеціалізації))

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувачка кафедри ТГРБ**

Валентина ЗАЙЦЕВА

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

СУШІ Марії Ігорівни

(прізвище, ім'я по батькові)

- Тема роботи (проекту) Вплив туризму на національну економіку країни  
керівник роботи (проекту) МАМОТЕНКО Д. Ю., к.е.н., доцент,  
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 18 жовтня 2023 року № 397
- Строк подання студентом роботи (проекту) 01.12.2023 р.
- Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використано статистичні дані Державної служби статистики України та країн світу, аналітичні та статистичні звіти міжнародних організацій, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела
- Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)  
Розділ 1. Теоретичні аспекти туризму у формуванні національної економіки. Розділ 2. Оцінка та аналіз впливу туризму на національну економіку. Розділ 3. Шляхи забезпечення розвитку туризму як важливої складової національної економіки
- Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)  
9 таблиць, 4 рисунка

## 6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

| Розділ                    | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата     |                  |
|---------------------------|-------------------------------------------|------------------|------------------|
|                           |                                           | завдання видав   | завдання прийняв |
| <b>1</b>                  | МАМОТЕНКО Д.Ю. доцент каф. ТГРБ           | 01.09.2023       | 02.09.2023       |
| <b>2</b>                  | МАМОТЕНКО Д.Ю., доцент каф. ТГРБ          | 23.09.2023       | 25.09.2023       |
| <b>3</b>                  | МАМОТЕНКО Д.Ю., доцент каф. ТГРБ          | 16.10.2023       | 18.10.2023       |
| <b>Нормо<br/>Контроль</b> | ГРЕСЬ-ЄВРЕЙНОВА С.В., доцент каф. ТГРБ    | 28.11-10.12.2023 |                  |

7. Дата видачі завдання 1 вересня 2023 року

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п     | Назва етапів кваліфікаційної роботи             | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
|-----------|-------------------------------------------------|-------------------------------|----------|
| <b>1</b>  | <b>Узгодження теми, складання змісту</b>        | 20.08-01.09.2023              | Виконано |
| <b>2</b>  | <b>Вивчення літературних джерел</b>             | 01.09-10.09.2023              | Виконано |
| <b>3</b>  | <b>Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу</b>  | 01.09-01.10.2023              | Виконано |
| <b>4</b>  | <b>Групування та аналіз зібраного матеріалу</b> | 01.09-11.10.2023              | Виконано |
| <b>5</b>  | <b>Виконання першого розділу</b>                | 01.10.2023                    | Виконано |
| <b>6</b>  | <b>Виконання другого розділу</b>                | 20.10.2023                    | Виконано |
| <b>7</b>  | <b>Виконання третього розділу</b>               | 05.11.2023                    | Виконано |
| <b>8</b>  | <b>Формування висновків та рекомендацій</b>     | 06-09.11.2023                 | Виконано |
| <b>9</b>  | <b>Оформлення кваліфікаційної роботи</b>        | 10-11.11.2023                 | Виконано |
| <b>10</b> | <b>Перевірка роботи на плагіат</b>              | 12-15.11.2023                 | Виконано |
| <b>11</b> | <b>Перевірка роботи керівником</b>              | 16-20.11.2023                 | Виконано |
| <b>12</b> | <b>Одержання відгуку та рецензії</b>            | 22-23.11.2023                 | Виконано |
| <b>13</b> | <b>Попередній захист кваліфікаційної роботи</b> | 16-20.11.2023                 | Виконано |
| <b>14</b> | <b>Подання роботи на кафедру</b>                | 01.12.2023                    | Виконано |
| <b>15</b> | <b>Захист кваліфікаційної роботи</b>            | 15.12.2023                    | Виконано |

Студентка

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Марія СУША

(ім'я та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Дар'я МАМОТЕНКО

(ім'я та прізвище)

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 89 с., 4 рис., 9 табл., 5 додатків, 70 джерел.

Об'єкт дослідження –туризм як складова національної економіки..

Мета роботи – дослідження, аналізу та оцінки впливу туризму на розвиток національної економіки.

Методи дослідження: загальнонаукові та специфічні методи пізнання об'єктивної природи економічних явищ та процесів, аналізу і синтезу, наукових узагальнень, індукції і дедукції, критичного аналізу, аналогій, порівняння, табличні та графічні, системного аналізу та наукової абстракції.

В першому розділі кваліфікаційної роботи розкрито сутність національної економіки та туризму, як складової третинного сектора економіки, визначено негативні та позитивні фактори впливу туризму на національну економіку та мультиплікаційний ефект від туризму. У другому розділі досліджено, проаналізовано та оцінено сучасний стан розвитку міжнародного туризму в світі та його вплив на ВВП країн. У третьому розділі кваліфікаційної роботи визначено напрямки максимізації позитивного впливу туризму на національну економіку та стратегію розвитку туризму України як потенційного напрямку економічного зростання на базі досвіду провідних країн світу.

Практичне значення результатів спрямоване на використання розробленого механізму державної підтримки розвитку національної економіки за рахунок розвитку ринку міжнародного туризму у післявоєнний період. Також матеріали кваліфікаційної роботи можна застосувати при викладанні дисципліни «Економіка туризму».

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА, ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРИЯ, ПЛАТІЖНИЙ БАЛАНС КРАЇНИ, МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИЙ ЕФЕКТ, ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР, ВВП.

## АНОТАЦІЯ

**Суша М. І. Вплив туризму на національну економіку країни. –**  
Кваліфікаційна робота.

У роботі розглянуто теоретичні основи туризму в структурі національної економіки; проведено аналіз та оцінку впливу туризму на національну економіку України та провідних національних економік; виявлено шляхи забезпечення розвитку післявоєнного туризму як важливої складової вітчизняної національної економіки на базі досвіду інших країн. Цінність результатів дослідження полягає у розробці механізму державної підтримки розвитку вітчизняної економіки за рахунок розвитку ринку міжнародного туризму у післявоєнний період..

*Ключові слова:* національна економіка, туризм, туристична індустрія, платіжний баланс країни, мультиплікаційний ефект, туристичний збір.

## ANNOTATION

**Susha M. I. The impact of tourism on the national economy of the country. –** Qualification work.

The paper examines the theoretical foundations of tourism in the structure of the national economy; analysis and assessment of the impact of tourism on the national economy of Ukraine and leading national economies; ways of ensuring the development of post-war tourism as an important component of the national economy based on the experience of other countries have been identified. The value of the research results lies in the development of a mechanism of state support for the development of the domestic economy due to the development of the international tourism market in the post-war period.

*Key words:* national economy, tourism, tourist industry, country's balance of payments, multiplier effect, tourist tax.

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ВВП – валовий внутрішній продукт

ВЕФ – Всесвітній економічний форум

грн – гривень

див. – дивись

дод. – додаток

ін. – інше

КВЕД – Класифікація видів економічної діяльності

млн – мільйон

млрд – мільярд

НБУ – Національний банк України

ООН – Організація Об'єднаних Націй

ПДВ – податок на додану вартість

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

СНР – Система національних рахунків

ст. – століття

США – Сполучені Штати Америки

табл. – таблиця

тис. – тисяча

% – відсоток

\$ – долар США

UNWTO – Всесвітня туристична організація

## ЗМІСТ

|                                                                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП                                                                                                                   | 9  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТУРИЗМУ В ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ                                                | 12 |
| 1.1. Сутність та структура національної економіки                                                                       | 12 |
| 1.2. Туризм як складова національної економіки                                                                          | 15 |
| 1.3. Фактори позитивного і негативного впливу туризму на національну економіку                                          | 23 |
| Висновки до 1 розділу                                                                                                   | 35 |
| РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ ВПЛИВУ ТУРИЗМУ НА НАЦІОНАЛЬНУ ЕКОНОМІКУ                                                      | 37 |
| 2.1. Аналіз та оцінка змін в розвитку міжнародного туризму та його впливу на світову економіку                          | 37 |
| 2.2. Дослідження сучасних тенденцій та прогноз розвитку міжнародного туризму                                            | 51 |
| Висновки до 2 розділу                                                                                                   | 55 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЯК ВАЖЛИВОЇ СКЛАДОВОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ                              | 58 |
| 3.1. Напрямки максимізації позитивного впливу туризму на національні економіки                                          | 58 |
| 3.2. Стратегія розвитку туризму України як потенційного напрямку економічного зростання на базі досвіду провідних країн | 63 |
| Висновки до 3 розділу                                                                                                   | 71 |
| ВИСНОВКИ                                                                                                                | 73 |
| ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ                                                                                                        | 76 |
| ДОДАТКИ                                                                                                                 | 83 |
| Додаток А                                                                                                               | 84 |
| Додаток Б                                                                                                               | 85 |
| Додаток В                                                                                                               | 87 |

Додаток Г

88

Додаток Д

89

## ВСТУП

Актуальність роботи. Туризм відіграє помітну роль у зростанні економік у всьому світі. Країни, які приділяють значну увагу своєму туристичному сектору, мають можливість досягти помітного економічного зростання. Покращення туристичної діяльності, як правило, стимулює інвестиції в державний і приватний сектори, людський капітал, створення доходів і зайнятість, які в кінцевому підсумку сприяють економічному зростанню. Неспроможність уряду інвестувати в туристичний сектор матиме негативний вплив на державний і приватний сектори, людський капітал, формування доходів і загальне зростання економіки. Політики та практики також виявляють інтерес до дослідження рушійних сил туризму, які впливають на внесок різних секторів у зростання економіки. Дослідники та вчені використовували різні моделі та теорії економічного зростання, намагаючись пояснити зв'язок між туристичною діяльністю та економічним зростанням. Незважаючи на ці зусилля, дуже мало уваги приділено тому, як фактори туризму впливають на внесок різних секторів у зростання економіки.

Економічний ефект індустрії туризму для народного господарства України в статистичній та дослідницькій літературі в цілому оцінюється неоднозначно. Недосконалість статистики туризму, невизначеність самого економічного поняття «туристична індустрія» істотно ускладнюють виявлення реального економічного ефекту галузі на економіку країни. Сьогодні у вітчизняній науковій літературі велика увага звертається на вивчення проблематики, що стосується розвитку економічного аспекту в туристичній галузі. Зокрема, варто відмітити праці таких авторів, як Г. А. Яковлев, І. Т. Балабанов, З. М. Горбильов, Л. В. Білецька, А. Б. Здоров, С. П. Гаврилюк, Л. П. Дядечко, Т. В. Черевичко, М. П. Мальська та інші, у публікаціях яких досліджуються різні підходи до розуміння економічної сутності з точки зору туризму, розглядається класифікація його форм і видів,

аналізується структура та динаміка ринку туристичних послуг України, основні тенденції розвитку галузі туризму, її вплив на економічний та соціальний розвиток країни тощо.

Обраний напрямок кваліфікаційної роботи є своєчасним та актуальним, обумовлює логічність та взаємозв'язок теми роботи з назвами її структурних розділів та підрозділів, а також логікою побудови. Тема роботи виконана у відповідності до плану науково-дослідної роботи «Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства» (0121U113800).

У зв'язку з позначеної актуальністю, мета кваліфікаційної роботи полягає в проведенні дослідження, аналізу та оцінки впливу туризму на розвиток національної економіки. Поставлена мета дослідження обумовила необхідність вирішення таких завдань:

- розглянуто теоретичні аспекти національної економіки та туризму, як складової її частини;
- досліджено сучасні тенденції розвитку туризму в економіках світу та оцінено ступінь впливу туризму на економіку країн ;
- визначено шляхи забезпечення розвитку туризму як важливої складової національної економіки на базі досвіду провідних країн.

Об'єктом дослідження є туризм, як складова національно економіки.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та організаційно-практичних аспектів розвитку туризму в контексті складової частини національної економіки та його впливу на неї.

У роботі використано загальнонаукові та специфічні методи пізнання об'єктивної природи економічних явищ та процесів, аналізу і синтезу, наукових узагальнень, індукції і дедукції, критичного аналізу, аналогій, порівняння, табличні та графічні, системного аналізу та наукової абстракції.

В якості інформаційної бази були використані нормативно-правова база України, статистичні дані Державної служби статистики та міжнародних економічних установ, аналітичні звіти, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій,

Інтернет-джерела, власні дослідження.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що набуло подальшого розвитку дослідження мультиплікаційного ефекту від туризму на розвиток національної економіки.

Практичне значення результатів спрямоване на використання розробленого механізму державної підтримки розвитку національної економіки за рахунок розвитку ринку міжнародного туризму у післявоєнний період. Також матеріали кваліфікаційної роботи можна застосувати при викладанні дисципліни «Економіка туризму».

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні результати дослідження доповідалися й обговорювалися на II Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 2023 р.) за результатами яких опубліковано тези доповідей [70].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (70 найменувань) та додатків (5 позицій). Загальний обсяг роботи становить 89 сторінок комп'ютерного тексту, основний зміст роботи викладено на 75 сторінках. Робота містить 9 таблиць та 4 рисунка.

## РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТУРИЗМУ В ФОРМУВАННІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

### 1.1. Сутність та структура національної економіки

Національна економіка – велика, складна господарська система, яка являє собою взаємопов'язані сектори, сфери та галузі, тобто це народне господарство окремої країни [44].

Національна економіка – це складна господарська система, що склалася на певному рівні розвитку продуктивних сил, в умовах належного поділу праці і відповідно продуктів цієї праці між окремими учасниками процесів виробництва, розподілу, перерозподілу, обміну і споживання, що перетворюють цю систему в єдине ціле та відповідає принципам суверенності, цілісності й національної орієнтації [43].

Огляд наукових джерел свідчить, що при визначенні поняття «національна економіка» найчастіше використовуються два підходи:

1) Технологічний, відповідно до якого національна економіка розглядається як сукупність галузей, видів виробництва (видів економічної діяльності), регіональних утворень різного рівня. При цьому для її характеристики використовуються показники обсягів та якості виробленої продукції, виконаних робіт, наданих послуг, величина залучених внутрішніх та зовнішніх ресурсів, ефективність їх використання, рівень впровадження інновацій, конкурентноздатність на світовому ринку тощо.

2) Соціально-економічний, який передбачає розгляд національної економіки як сукупності виробничих відносин, яким властиві певний рівень розвитку продуктивних сил, тип економічної системи, характер суспільного відтворення, специфічний господарський механізм, рівень життя населення, власна інституціональна система та національно-культурні особливості [1, с. 14].

Деякі науковці [5], здійснивши узагальнення поглядів великої кількості

дослідників, виділяють три підходи щодо розуміння змісту поняття «національна економіка»: як національного ринку, як системи виробничих відносин та як народного господарства країни. При цьому автори наголошують на рівнозначності та правомірності застосування будь-якого з підходів, оскільки у межах кожного з них вирішується певні специфічні завдання.

Виходячи зі змісту наведених визначень, можна виділити декілька характерних рис, що притаманні національній економіці, які потребують врахування при розробленні та впровадженні моделі управління нею:

1) Вона являє собою складну економічну систему, яка, залежно від поставлених завдань, може розглядатись у широкому та вузькому значенні.

2) Повноцінне функціонування національної економіки як системи потребує підтримання певної пропорційності між її окремими складовими – підсистемами.

3) Поряд із загальними рисами, кожна національна економіка характеризується власними особливостями, які відрізняють її від інших подібних об'єктів.

4) Національна економіка «прив'язана» до певного територіального простору – обмеженого державним кордоном.

5) Властивості та особливості національної економіки проявляються в конкретних історичних умовах.

6) Визнання «нації» як визначальної риси, що дозволяє ідентифікувати поняття «національна економіка».

У науковій літературі зустрічаються також підходи, за якими уся національна економіка країни визначається як територіальне утворення, обмежене кордонами держави, де всі елементи та компоненти економічного життя – підприємства, заклади (зокрема, екстериторіальні), галузі, регіони функціонують як єдиний організм, спрямований на відтворення суспільного продукту і засобів його виробництва, а також умов життєдіяльності людини. Характеризуючи таке утворення, автори використовують

поняття «національний комплекс» [9], який, по суті, є синонімом поняття «національна економіка».

Дослідження, аналіз національної економіки та управління нею відповідно до поставлених цілей потребує її структуризації, виділення окремих підсистем та застосування принципів системного підходу.

На макроекономічному рівні склалось три основні підходи до структуризації національної економіки: за функціональною, галузевою (за видами економічної діяльності) та територіальною ознаками. В рамках загального (функціонального) підходу національна економіка розглядається як сукупність декількох, найбільш укрупнених груп ресурсів – природних, людських та капітал.

Галузевий підхід передбачає виділення окремих груп галузей (видів економічної діяльності), які мають ієрархічну підпорядкованість (наприклад, промисловість, яка поділяється на добувну та обробну, а ті, у свою чергу, мають ще більш дрібний поділ). Підставою для такого поділу виступає міжнародна система національного рахівництва.

За територіальним підходом національна економіка може бути представлена у вигляді її окремих частин (підсистем), які характеризують їх розташування у просторі. У якості таких підсистем національної економіки можуть розглядатись різноманітні територіальні утворення - економічні райони, адміністративно-територіальні одиниці, особливі просторові утворення – вільні економічні зони, території пріоритетного розвитку, різні види транскордонних об'єднань, кластерні структури тощо.

Національна економіка з точки зору територіального підходу являє собою багаторівневу ієрархічну систему, у складі якої можна виділити:

- міжкраїновий рівень, який характеризує зв'язки національної економіки із світовою економічною системою;
- макроекономічний рівень – характеризує темпи та пропорції регіонального розвитку національної економіки в цілому;
- міжрегіональний рівень, до якого відносяться різноманітні

економічні та інші зв'язки між окремими регіонами країни;

- внутрішньорегіональний рівень – діяльність в межах одного регіону;
- локальний (місцевий) – охоплює господарську діяльність в межах окремої частини регіонального утворення.

Під час дослідження структурних закономірностей розвитку національної економіки поширення набула теорія трьох секторів А. Фішера і К. Кларка (секторальна теорія, або теорія секторальних змін). Ця теорія обґрунтовує зміни структури зайнятості у процесі цивілізаційного розвитку суспільства в межах фазової тріади «доіндустріальне – індустріальне – постіндустріальне». Вона витримала випробування часом, є дієвою і сьогодні. Світовий банк, Міжнародна організація із промислового розвитку, Організація економічного співробітництва та розвитку та інші міжнародні організації для характеристики економіки країни та її порівняння з іншими використовують трисекторну модель, виділяючи аграрний, індустріальний та сервісний сектори.

## 1.2. Туризм як складова національної економіки

А. Фішер, К. Кларк і Ж. Фурастьє заклали основи поділу економіки на три сектори. Масове безробіття 1930-х рр., що було наслідком Великої депресії, стало однією з причин уваги вчених до агрегованих видів економічної діяльності, систематизації їх у певні сектори, з'ясування ролі кожного сектору у розвитку економіки країни та вирішення соціальних проблем, зокрема проблеми безробіття.

Одним із перших, хто розглянув структуру національної економіки з погляду виробничо-технічних секторів, був А. Фішер. Він виділив три сектори економіки: первинний (видобувний), вторинний (обробний) і третинний (сектор послуг). Для секторального структурування економіки А. Фішер застосував критерій «еластичність попиту за доходом». Відповідно до

вибраного критерію до первинного сектору відноситься сільське господарство та галузі з видобутку корисних копалин – еластичність попиту за доходом до 0,5; вторинний сектор представлений обробною промисловістю – еластичність попиту за доходом від 0,5 до 1 включно; третинний сектор включає різні види послуг (транспорт, туризм; торгівлю, дозвілля, освіту, художню творчість тощо) – еластичність попиту за доходом більше одиниці [49, с. 25 – 31].

Позитивною стороною трисекторної моделі А. Фішера є виділення третинного сектору як самостійного, акцентування уваги на його особливій ролі у суспільному виробництві й розширенні зайнятості. Причиною стрімкого зростання галузей третинного сектору вчений вважав високу еластичність попиту за доходом, технічні причини та зміну споживчих уподобань.

А. Фішер зазначає, що галузі третинного сектору можуть зробити структуру виробництва більш гнучкою та надати можливість для розширення зайнятості в інших видах економічної діяльності [50, с. 25]. А. Фішер не ототожнював поняття «послуги» і «третинний сектор». Він лише вказував на те, що деякі з тих видів діяльності, які А. Сміт вважав непродуктивними, можуть вважатися продуктивними з погляду праці, корисної для суспільств, які вийшли за межі основних потреб сільського господарства та виробництва.

К. Кларк продовжив і доповнив модель Фішера. Він також виокремив три сектори національної економіки: первинний, вторинний і третинний. До первинного сектору К. Кларк відносив сільське, лісове господарство, тваринництво, рибальство, полювання. До вторинного сектору – видобуток корисних копалин, промислове виробництво, будівельні та громадські роботи, газо- та електропостачання. До третинного сектору – інші види діяльності, основними з яких є торгівля, транспорт, державне управління, побутові послуги та інші продукти нематеріального виробництва [47, с. 337 – 338].

Критеріями поділу економіки на сектори за К. Кларком були:

залежність від природних ресурсів, технікоекономічні особливості галузі, рівень продуктивності праці, кількість зайнятих у кожному секторі. Так, особливістю продукції первинного сектору є те, що вона в основному складається із предметів першої необхідності. Зі зростанням загального добробуту частка національного доходу, що витрачається на предмети першої необхідності, буде зменшуватися.

Основна відмінність між продукцією первинного і вторинного секторів – зміна віддачі від збільшення масштабів виробництва (в первинному секторі зменшується, у вторинному – збільшується). Продукція первинного і вторинного секторів транспортабельна (на відміну від продукції/послуг третинного сектору) і може бути об'єктом купівлі-продажу в міжнародній торгівлі. Види економічної діяльності, що відносяться до третинного сектору, не можуть брати участь у міжнародній торгівлі, за винятком транспортних і банківських послуг, страхування [50, с. 338].

К. Кларк дійшов висновку, що економічному прогресу сприяє переміщення працездатного населення з сільського господарства у промислове виробництво, а з промисловості – у сферу послуг. Умовою економічного прогресу є зростання продуктивності праці або переміщення робочої сили з менш продуктивного сектору в більш продуктивний. Збільшення зайнятості в третинному секторі вчений пояснював змінами в попиті з боку споживачів. Видобуток корисних копалин К. Кларк відносив до прикордонної галузі, яка може включатися в сільське господарство або промислове виробництво. Але головною ціллю був не розподіл галузей за секторами економіки, а аналіз причин збільшення реального національного продукту, доходів і споживання. Вчений зробив акцент на ролі третинного сектору у вирішенні проблеми безробіття та виявив нові причини зростання зайнятості у ньому – зростання попиту не стільки на споживчі, скільки на виробничі послуги [48, с. 375–376].

Теорію К. Кларка продовжив Ж. Фурастьє. У праці «Велика надія ХХІ століття» (1949 р.) вчений вносить новий критерій для класифікації видів

діяльності – продуктивність, яка є мірою технічного прогресу.

Для видів господарської діяльності первинного сектору характерна продуктивність на середньому рівні; у вторинному секторі зростання продуктивності вище середнього; у третинному секторі відсутні або повільні темпи зростання продуктивності.

Згідно з теорією Ж. Фурастьє, розподіл робочої сили між трьома секторами проходить поетапно. Перший етап – традиційні цивілізації, в яких частка первинного сектору в зайнятості становить 70%, вторинного – 20%, третинного – 10%, суспільство з наукової позиції ще не дуже розвинене, використання техніки незначне. Перехідна фаза починається з індустріалізації, наслідком якої є механізація виробництва, у структурі зайнятості первинний сектор становить 40%, вторинний – 40%, третинний – 20 %.

У первинному секторі задіяно більше техніки, що скорочує кількість необхідних працівників, у вторинному – збільшується попит на техніку і робочу силу. Процеси механізації й автоматизації поширюються на всі види економічної діяльності, що спричиняє зниження попиту на робочу силу у первинному і вторинному секторах, а в третинному, навпаки, зростання. Отже, третинна цивілізація починається, коли зайнятість у первинному секторі скорочується до 10%, у вторинному – до 20%, у третинному – зростає до 70% [54].

У 50 – 60-х рр. XX ст. в індустріально-розвинених країнах спостерігалось зниження зайнятості у вторинному секторі й динамічне зростання у третинному. Ж. Фурастьє розглядав розширення третинного сектору як спосіб підвищення якості життя, соціальної захищеності, рівня освіти і кваліфікації працівників, вирішення проблем зайнятості та безробіття у довгостроковій перспективі. Такі висновки вчений зробив, аналізуючи зміни, які відбувалися всередині третинного сектору, та бурхливий розвиток технічного прогресу як основного чинника зростання сфери послуг. Він вважав, що сфера послуг буде вимагати тільки висококваліфіковану робочу

силу, а частка вторинного сектору у структурі економік високорозвинених країн буде зменшуватися. Однак, не всі прогнози Ж. Фурастьє справдилися повністю. Так, у 2017 р. індустріальний сектор Німеччини створював 30,7% ВВП, забезпечуючи робочими місцями майже 24,2% працездатного населення [50]. Сервісний сектор залучає як висококваліфіковану, так і низькокваліфіковану робочу силу.

У таблиці 1.1 наведено порівняльну характеристику структурування економіки відповідно до теорії трьох секторів Фішера-Кларка-Фурастьє.

Таблиця 1.1 – Структурування економіки в трьох секторних моделях  
А. Фішер, К. Кларка, Ж. Фурастьє

| Науковці                 | Критерій<br>структуру-<br>вання<br>економіки                                                                                                          | Сектори                                                                 |                                                                                                                                             |                                                                           |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
|                          |                                                                                                                                                       | Первинний                                                               | Вторинний                                                                                                                                   | Третинний                                                                 |
| А. Фішер<br>(1939 р.)    | Еластич-<br>ність попиту<br>за доходом                                                                                                                | Сільське<br>господарство;<br>галузі<br>видобутку<br>корисних<br>копалин | Обробна<br>промисловість                                                                                                                    | Різні види<br>послуг                                                      |
| К. Кларк<br>(1940 р.)    | Техніко-<br>економічні<br>особливості<br>галузі, зміна<br>віддачі від<br>збільшення<br>маштабів<br>виробництв,<br>рівень<br>продуктив-<br>ності праці | Сільське,<br>лісове<br>господарство,<br>тваринницьке<br>господарство    | Видобуток<br>корисних<br>копален,<br>промислове<br>виробництво,<br>будівельні та<br>громадські<br>роботи, газо- та<br>електропостачан<br>ня | Транспорт,<br>торгівля,<br>державне<br>управління,<br>побутові<br>послуги |
| Ж. Фурастьє<br>(1949 р.) | Технічний<br>прогрес,<br>рівень<br>продуктив-<br>ності                                                                                                | Сільське<br>господарство,<br>видобуток<br>корисних<br>копален           | Промислове<br>виробництво                                                                                                                   | Різні види<br>послуг,<br>будівництво                                      |

Невпинно на сьогоднішній день збільшується торгівля послугами, темпи зростання якої перевищують темпи зростання міжнародної товарної торгівлі.

Туристична індустрія за такого структурування національної економіки відноситься до третинного сектора національної економіки. Третинний сектор охоплює консультаційні послуги у сфері права та підприємництва, аудиту і бухгалтерії, реклами, комп'ютерної справи. Архітектори, лікарі, програмісти, бізнесові консультанти надають на комерційній основі свої послуги в усьому світі. Важливими складовими третинного сектору є міжнародний туризм, навчання іноземних студентів, фінансові послуги, розважальний бізнес, виготовлення аудіо- та відеозаписів тощо.

Отже, відповідно до теорії Фішера-Кларка-Фурастьє сектори економіки мають свій життєвий цикл. Під впливом цивілізаційного прогресу відбувається послідовний перехід провідної ролі секторів: від первинного до третинного. Розроблений науковцями секторальний підхід до класифікації національних економік забезпечує встановлення структури економіки кожної країни і співвідношення між ними.

Якщо панує первинний сектор, то це означає, що країна перебуває на аграрній стадії і неможливо її видати за індустріальну. Ця концепція виявила свою життєздатність упродовж 60–70-х рр. XX ст. і нині зберігає актуальність для політиків, аналітиків і науковців. Водночас структурні зміни, що відбуваються в економіках різних країн, зумовили подальший розвиток теорії трьох секторів у дослідженні структури економіки, який в основному пішов шляхом більш глибокого вивчення третинного сектору та його деталізації. При цьому особлива увага приділялася концепції постіндустріального суспільства та різноманітності послуг.

Д. Белл, засновник концепції постіндустріального суспільства, представив свій варіант п'ятисекторного структурування економіки. Вчений скоротив третинний сектор, обмеживши його транспортними та комунальними послугами; торгівлю, фінансову, страхову діяльність та

операції з нерухомістю відніс до «четвертинного»; до «п'ятиринного» включив охорону здоров'я, освіту, науково-дослідну діяльність, відпочинок, державне управління [52, с. 508]. Інформаційною та аналітичною базою дослідження слугувала структура економіки США.

Модель Д. Белла відображає основний постулат постіндустріального суспільства: знання відіграють провідну роль у соціальному та економічному розвитку країни. Знання було виділено як самостійний елемент продуктивних сил, а розбудову «знаннєвої економіки» або «економіки знань» було визнано пріоритетом наприкінці 90-х років XX ст. у політичних та економічних платформах провідних країн світу. Так, у 2000 р. на саміті в Лісабоні лідери держав-членів ЄС проголосили мету «зробити ЄС найбільш конкурентоспроможною і динамічною економікою, заснованою на знаннях» [52].

Для розбудови знаннєвої економіки має здійснюватися розроблення та реалізація таких трьох блоків державної соціально-економічної політики:

- 1) розроблення комплексної національної стратегії формування і забезпечення стабільного розвитку знаннєвої економіки;
- 2) реалізація цієї концепції на широкій соціальній базі участі та відповідальності всіх прошарків державної спільноти, включаючи, крім державних керманів, приватний сектор, освітян, науковців, інноваторів, інституції громадянського суспільства, мас-медіа тощо;
- 3) забезпечення тісної та ефективної кооперації, координації та балансування розвитку ключових секторів економіки, які зумовлюють успішність руху до знаннєвої економіки, а також прискорене створення сучасної інформаційної інфраструктури для широкого доступу до сучасних передових знань [51, с. 70].

М. Порат продовжив дослідження секторального структурування економіки США на основі галузевого підходу. Він розділив американську економіку на 6 секторів: сектор первинної інформації; сектор вторинної інформації; сектор третинної інформації; четвертинний сектор, що виробляє

товари; п'ятеринний сектор (інфраструктурний сектор) та шестиринний сектор (сектор домашнього господарства) [51]. Вчений звернув увагу на той факт, що близько половини усіх зайнятих у США можуть бути кваліфіковані як працівники інформаційної сфери, тобто відбувається як абсолютне, так і відносне зростання первинного та вторинного секторів інформації. На основі цього вчений зробив припущення про формування нового типу економіки – інформаційної.

На думку А. Чухно, П. Юхименко та П. Леоненко, спроба розділити третинний сектор на три сектори є не виправданою. Практика економічного розвитку довела, що спроба віднести галузі, які виробляють знання, до «четвертинного» і «п'ятеринного» секторів суперечить реальності. Адже це галузі, які постачають економіці найістотніші й найважливіші ресурси виробництва. І замість висунення їх уперед вони, навпаки, відсуваються все далі, хоча насправді відіграють провідну роль. До того ж це не поліпшує структуру економіки, а певним чином заплує її [44, с. 201].

Отже, нині найважливішого значення в економічному розвитку країни набувають освіта, наука, інформація. Водночас важливо, щоб досягнення освіти і науки пронизували та розвивали усю сукупність наявних у країні секторів, тим самим приводили до їх якісної еволюції.

Секторальні теорії розвивалися й еволюціонували від трьох до п'яти і більше секторів структурування економіки. Секторальна структура дає змогу охарактеризувати внутрішні процеси переходу від однієї стадії суспільного розвитку до іншої – від аграрної до індустріальної, від індустріальної – до постіндустріальної, виявити трансформаційні зміни в економіці.

Зміна співвідношення між секторами – це не заміна одного іншим, а глибокі якісні зміни в кожному секторі, структурі економіки загалом, що переводить її на новий рівень розвитку. Висока частка сільського господарства чи промисловості у структурі економіки ще не свідчить про відсталість країни. Так само, як домінування сфери послуг не робить економіку країни автоматично високорозвиненою.

Справжня проблема – не у скороченні частки промислового виробництва і сільського господарства, які створюють основну частину продуктової маси, а у тому, щоб зробити ці сектори максимально ефективними, підняти їх на новий науково-технічний рівень. Предметом дослідження в сучасних секторальних теоріях стає вивчення механізмів формування прогресивної структури економіки, визначення пріоритетних напрямів економічного розвитку та полюсів зростання в кожному секторі національної економіки.

### 1.3. Фактори позитивного і негативного впливу туризму на національну економіку

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. Туризм відноситься до третинного сектору економіки, проте на сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку XX ст. туризм за обсягами доходу справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки.

В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. Завдяки стрімкому розвитку світовий туризм у XX ст. був визнаний економічним феноменом. Протягом багатьох років туризм постійно демонстрував свою стійкість і здатність не тільки відновлюватись після економічних криз, але й сприяти ширшому економічному та соціальному відродженню.

За останні п'ятнадцять років галузь туризму сформувалась та отримала визнання як одна з найбільших у світі сфер діяльності по наданню послуг. Туризм відіграє важливу роль у створенні робочих місць, і, до пандемії COVID-19, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі було б створено 2500 нових робочих місць щодня. Охоплюючи багато секторів

економіки, майже неможливим стає визначення точної оцінки кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все ж кількість зайнятих у туристичній сфері мала постійно зростати.

Частка туризму в загальній економіці України є темою поглиблених дискусій і складає, згідно з офіційною статистикою, близько 3 – 4% ВВП, що значно нижче міжнародного середнього показника (який дорівнює 10%). Відтак туризм практично не береться до уваги при формуванні економічної політики на національному рівні. Однак останні дані від міжнародних структур (перш за все Всесвітньої туристичної організації ООН, ЮНВТО) підтверджують власні розрахунки внутрішніх експертів, які визначили цю частку на рівні близько 9% ВВП України. Це дає підстави вважати цей показник набагато важливішим для української економіки, аніж раніше [45].

Звертання до джерел наукової інформації доводить, що туризм є важливою складовою економіки багатьох держав, яка забезпечує зайнятість місцевого населення, бюджетні надходження, потік іноземної валюти та інвестицій, сприяє розвитку структури господарського використання територій тощо, за рахунок експлуатації місцевих ресурсів [46]

Пандемія COVID-19 найбільше вдарила по світовій туристичній індустрії. Потік туристів через пандемію коронавірусу у всьому світі скоротився на 65%. Туризм у понад 40 країнах світу залишається найважливішим джерелом прибутку для національних економік. Туристична індустрія через пандемію в 2020 р. втратила 2,4 трлн. доларів США [68]. За статистичними даними ООН, кількість туристів у 2020 році скоротилася на 1,1 мільярда осіб, тобто на 73%. Експортні доходи від міжнародних туристичних послуг у 2020 році також впали на 1,1 трлн. США, а саме на 63%, тобто прибуток впав до рівня початку 90-х років. У світовому ВВП прямий внесок туризму зменшився на 2,0 трлн. дол. США [42].

Проте, не зважаючи на тимчасову кризу, туризм залишається

найперспективнішою галуззю національної економіки, а розвиток туристичної галузі гарантує вагомий внесок у розвиток економік країн світу, що забезпечує створення нових робочих місць, наповнення бюджету держав податками та візитами.

До економічних функцій туризму, в першу чергу відносяться економічні вигоди, які він надає:

- туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури, а саме: готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо;
- туризм зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет);
- туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій;
- диверсифікація економіки, утворюючи галузі, які обслуговують індустрію туризму, забезпечуючи при цьому зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Також вплив туризму на соціально- економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає у більш швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті.

До економічних функцій туризму, в першу чергу відносяться економічні вигоди, які він надає. Туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет).

Крім цього, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Не менш важливою економічною функцією туризму являється диверсифікації економіки, утворюючи галузі, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає у більш швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті. У багатьох країнах туризм входить у першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він:

- збільшує місцеві доходи;
- створює нові робочі місця;
- розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг;
- розвиває соціальну та виробничу інфраструктури у туристичних центрах;
- активізує діяльність народних промислів і розвиток культури та сприяє їм;
- забезпечує зростання рівня життя місцевого населення;
- збільшує валютні надходження.

Прямий внесок туристичної галузі до ВВП – це сума прямих туристичних витрат резидентів чи нерезидентів у державі для відрядження та відпочинку, а також цільових державних витрат на утримання туристичних визначних пам'яток. Розраховується як обсяг виробництва послуг, які туристи надають у відносних або абсолютних вимірах [10, с. 71]. Індукований внесок туристичної галузі у ВВП передбачає собою частину ВВП, що формується за рахунок доходу певних осіб, які прямо чи

опосередковано зайняті в туристичній індустрії [10, с. 73].

Загальний внесок туристичної галузі в зайнятість полягає у великих інвестиціях, ланцюгових поставках та індукованому впливі на прибуток [14].

Непрямий внесок туристичної галузі до зайнятості – це кількість робочих місць, створених для забезпечення формування непрямих внесків туризму до ВВП.

Індукований внесок туристичної галузі в забезпечення зайнятості – це робочі місця, створені за рахунок доходів, отриманих прямо чи опосередковано від осіб, зайнятих у туристичній індустрії [2, с. 73].

Платіжний баланс стає макроекономічною моделлю, яка регулярно відображує операції в економіці, які здійснюються між світовими державами та національною економікою [5, с. 161].

Платіжний баланс – це взаємозв'язок між платежами, здійсненими суб'єктами господарювання певної держави в інших країнах, а також надходжень, отриманих ними від інших держав на певний період часу (квартал, рік) [5, с. 162]. Коли стається так, що надходження з-за кордону перевищують платежі, це означає, що баланс активний, а коли навпаки – пасивним. Разом із активним сальдо в платіжному балансі збільшується приплив іноземної валюти в державу, зростають валютні резерви. Пасивний баланс призводить до витікання іноземної валюти з держави, а валютні резерви, відповідно, зменшуються [7, с. 39].

Туризм як товар можна імпортувати до країни та експортувати з неї. Туристичний імпорт – це привезення туристичного враження з іншої країни, яке стоїть поряд з паралельним вивезенням грошей із держави, де проживає турист. Туристичний експорт – це вивезення з країни туристичного враження, яке стоїть поряд із паралельним завезенням грошей у державу особою, яка не є її резидентом.

Таким чином, внесок туризму в національну економіку формується такими доходами, як оподаткування туристичної діяльності, частка ВВП від сектора туризму, частка зайнятості у сфері туризму та платіжний баланс, що

є кінцевим результатом між імпортом та експортом турпослуг.

Але позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається тільки у тому випадку, якщо він розвивається всебічно тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він в державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу.

Туризм може мати і негативний вплив на економіку. Так, виробництво туристської продукції і послуг вимагає перекидання ресурсів з інших сфер економіки, де потреба в них також висока. Тому для складання повної картини треба оцінити, наскільки доцільно залучення в туризм рідкісних для нього ресурсів замість використання їх в інших сферах. У сучасній світовій практиці як основні показники економічного ефекту туристської індустрії для національної економіки тієї або іншої країни використовують такі змінні:

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

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

Негативні впливи туризму, на жаль, часто беруть верх над позитивними. Зокрема, це відноситься до якості води, повітря, шуму, знищення місцевої дикої фауни туристами, руйнування історичних пам'яток.

Необхідно також відзначити соціальну і гуманітарну ролі міжнародного туризму. Соціальне значення туризму – це туризм як вид відпочинку, який допомагає відновити сили і працездатність людини і

відповідно – психофізіологічні ресурси суспільства. Він сприяє раціональному використанню вільного часу людини, збагачує соціально-економічну інфраструктуру та міжрегіональне співробітництво країн, держав і народів. Говорячи про соціальний характер туризму в цілому, слід підкреслити, що головна його соціальна функція – відтворювальна, що дозволяє оновити сили та внутрішні ресурси людини, що витрачені в процесі трудової діяльності, так і при виконанні повсякденних побутових обов'язків.

Гуманітарні функції туризму дозволяють поєднати відпочинок з пізнанням життя, побуту, історії, культури, традицій, звичаїв свого та інших народів. Цікаві маршрути, різноманітна тематика екскурсій (історичні, архітектурні, етнографічні) розширюють кругозір, розвивають інтелект, формують естетичний смак, допомагають краще усвідомити реальну картину світу. Особливо важлива ця сторона туризму у вихованні підростаючого покоління. Гуманітарне значення туризму виходить за рамки тільки пізнавальної функції, бо він багато в чому сприяє взаєморозумінню народів, розвиткові мирних, дружніх відносин. Добросусідські відносини між державами є найважливішою умовою для туристського обміну.

При аналізі значення туризму виділяють його прямий і непрямий вплив на економіку країни. Прямий вплив – це обсяг витрат туристів за винятком обсягу імпорту, необхідного для повного забезпечення товарами і послугами туристів. Підприємства, до яких безпосередньо надходять витрати туристів, також потребують купівлі товарів і послуг інших секторів місцевої економіки. Наприклад, готелі користуються послугами будівельників, комунальних організацій, банків, страхових компаній, виробників харчових продуктів та ін. Таким чином, генерована економічна активність, отримана з цих послідовних етапів витрачання, і є непрямим впливом, або ефектом мультиплікатора. Однак, воно не охоплює всі витрати туристів під час прямого впливу, бо частина грошей виходить з обороту через імпорт та оподаткування.

За підрахунками Світового банку [7], на імпорт товарів для туристів

діють:

- мультиплікатор продажу, що вимірює додаткові обороти бізнесу в результаті збільшення витрат туриста;
- мультиплікатор виробництва, що вимірює обсяг додаткового виробництва в економіці за рахунок збільшення витрат туристів;
- мультиплікатор доходів, що вимірює додаткові доходи (заробітна плата, орендна плата, відсотки від позик і прибутку), що утворюються в економіці в результаті збільшення витрат туристів.

На обладнання для індустрії туризму припадає 15 – 55% надходжень в залежності від рівня розвитку економіки і орієнтованості туристичної індустрії на місцеві ресурси, ніж більша частка прибутку, витрачена в межах регіону, тим вище ефект мультиплікатора. При цьому в кожній національній економіці він має цілком певні кількісні залежності і може бути обчислений у вигляді деякого коефіцієнта. Для визначення впливу міжнародного туризму на зміну одного з економічних показників даний коефіцієнт помножують на витрати туристів. При оцінці значення мультиплікатора важливо визначити його вид.

Різноманітність – це основа економічної стабільності. Коли одна галузь переживає різкий економічний спад, а інша процвітає, можливість кризи знижується або – якщо він все-таки настає – його наслідки згладжуються. Туризм ж замість того, щоб сприяти диверсифікації економіки, деколи заміщає сектор сільського господарства. Більш того, міжнародний туризм породжує певні соціальні витрати і додаткові витрати на підтримку навколишнього середовища, які «лягають на плечі» приймаючого регіону і його жителів.

Отже, хоча міжнародний туризм і володіє значним потенціалом як інструмент економічного розвитку, він не є засобом від усіх економічних проблем. Уряд має докласти чимало зусиль до оптимізації, а не максимізації прибутку від туризму, беручи до уваги ті витрати, які може спричинити за собою його розвиток.

Слід зазначити, що можливість виникнення і величина витрат від туризму для країн, що розвиваються, набагато вище, ніж для процвітаючих. Розвинені країни за визначенням мають сильну економіку, яка здатна з легкістю покрити всі витрати туризму. Зазвичай економіки таких країн диверсифіковані, а урядові інвестиційні програми зосереджені не тільки на туризмі. Таким чином, розвиток туризму дає країні наступні переваги та недоліки (див. табл. 1.2):

Таблиця 1.2 – Переваги та недоліки розвитку міжнародного туризму, які впливають на розвиток країни

| Переваги розвитку міжнародного туризму                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Недоліки розвитку міжнародного туризму                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– збільшення грошового потоку, у тому числі приплив іноземної валюти, а отже, і зростання доходів населення;</li> <li>– зростання ВВП;</li> <li>– поповнення бюджету через збільшення податкових зборів приймаючого регіону та інших надходжень;</li> <li>– створення нових робочих місць, тобто збільшення зайнятості населення;</li> <li>– залучення капіталу, в тому числі іноземного;</li> <li>– ефект мультиплікатора – розвиваючи сферу туризму, країна поступово розвиває й інші галузі;</li> <li>– розвиток інфраструктури;</li> <li>– реформування структури відпочинку, яка може бути використана як туристами, так і місцевим населенням;</li> <li>– підвищення якості життя місцевих жителів унаслідок демонстраційного ефекту.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– зростання цін на місцеві товари і послуги, на земельні та інші природні ресурси і нерухомість;</li> <li>– відтік грошей за кордон при туристському імпорті;</li> <li>– можливість обмеження розвитку інших галузей;</li> <li>– сезонний характер туризму;</li> <li>– екологічні і соціальні проблеми.</li> </ul> |

Занадто бурхливий розвиток туризму і повна залежність від нього ставить наступну проблему: якщо припинити подальший розвиток туризму, це загрожуватиме економічним спадом; якщо ж його не обмежувати, то природні та культурні ресурси країни зубожіють, приходять в непридатність і знецінюються. У подібному випадку прийняти рішення, як правило, досить складно. Іноді уряди країн дивляться на туризм занадто оптимістично. Реалізуються в пріоритетному порядку активні інвестиційні програми, спрямовані на розвиток туризму, можуть перешкодити задоволенню більш значущих для країни потреб. Наприклад, грошові кошти, вкладені в міжнародний туризм, могли б бути використані на освіту, охорону здоров'я та інші соціальні потреби.

Ступінь впливу туризму на країну, регіон або туристський центр зводиться до трьох основних чинників сталого розвитку туризму:

- 1) екологічного – забезпечує сумісність розвитку туризму із збереженням навколишнього середовища і різноманіття біологічних ресурсів;
- 2) соціально-культурного – забезпечує сумісність розвитку з культурою і цінностями місцевого населення туристських рекреацій;
- 3) економічного – забезпечує економічну ефективність розвитку і управління ресурсами таким чином, щоб їх «вистачило» майбутнім поколінням.

Стійкий туризм визначається як зразкова форма економічного розвитку, цілями якої є:

- поліпшення якості життя приймаючого населення;
- забезпечення високого рівня вражень у відвідувачів;
- підтримання якості навколишнього середовища, від якої залежать як населення, так і відвідувачі.

Враховуючи значний вплив туризму на світову економіку, важливо вивчити зв'язок між туризмом та економічним зростанням. Збільшення попиту стимулює економіку, створюючи робочі місця в різних секторах, від гостинності до транспорту, що приносить більше доходу та можливості для

зростання в межах громади. Інвестуючи в людей і проекти, які змінюють ситуацію, можна реалізувати потенціал сектора, щоб сприяти зростанню та створювати можливості для всіх.

У туризмі є роботи, які безпосередньо пов'язані з туризмом і витратами на туризм; наприклад, коли турист подорожує до Барселони, він витратить гроші на готелі, екскурсоводів і заходи. Але є й такі, що опосередковано пов'язані з туризмом; наприклад, коли туристи йдуть до ресторану в місті або роблять покупки в місцевому магазині, вони роблять свій внесок у місцеву економіку. Взаємозв'язок туризму призводить до мультиплікаційного ефекту, який посилює економічний вплив туризму на регіон чи країну (див. додаток А).

Вплив туристичної діяльності на економічний розвиток визначається поточним механізмом мультиплікатора, створеним існуючим потоком доходів і витрат у секторі внаслідок міжнародних туристичних переміщень. Туризм також має мультиплікаційний ефект на інші галузі. Наприклад, турист витрачає гроші на готельний номер і у цьому випадку готель купує товари та послуги в інших підприємств, наприклад продукти харчування, білизну та туалетні приналежності. Ці підприємства, у свою чергу, купують товари та послуги в інших компаній, і цикл продовжується. Це означає, що економічний вплив туризму не обмежується індустрією туризму, а поширюється на різні сектори економіки. Витрати міжнародних туристів на туризм можуть генерувати дохід, який може призвести до нових джерел доходу, інвестицій, заощаджень і споживання.

Онлайн-туристичні агентства також відіграють важливу роль у сприянні економічному зростанню та розвитку. Вони допомагають зв'язувати мандрівників з різними готелями, рейсами та видами діяльності. Однак вони не просто допомагають їм знайти потрібне місце для проживання чи бронювання рейсу. ОТА також надають мандрівникам натхнення, знання та ідеї, які допомагають їм прийняти найкращі рішення щодо подорожі. Їх рекламна діяльність може швидко прискорити економічне зростання регіонів,

які вони рекламують. Наприклад, ОТА можуть рекламувати різні напрямки та види діяльності, про які вони можуть не знати. Незалежно від того, чи це місце призначення в сільській місцевості чи в менш відвідуваній місцевості, наприклад у багатьох країнах, що розвиваються.

Коли туристи витрачають більше грошей під час подорожі, а витрачені ними кошти реінвестуються в місцеву економіку, туризм безпосередньо впливає на економіку. Туризм підвищує економічну активність. Приплив туристів підвищує попит місцевого бізнесу на послуги та продукти, створюючи робочі місця, збільшуючи доходи та зменшуючи бідність.

Прямі вигоди включають вигоди, пов'язані з туризмом (розміщення, транспорт, туристичні пам'ятки). Непрямі вигоди надходять від допоміжних видів діяльності для туризму, таких як будівництво та роздрібна торгівля.

Туризм також приносить користь країнам, що розвиваються, іншими способами, такими як покращення сприйняття їхньої країни на світовій арені та збільшення іноземних інвестицій. Малі островні країни більше залежать від іноземного туризму, ніж великі країни. Острівний туризм може стати порятунком для багатьох людей у цих місцях, особливо щодо створення робочих місць та економічних можливостей. Однак такі проблеми, як обмежена інфраструктура, політична нестабільність і відсутність місцевих туристичних продуктів, все ще існують.

5 «А» туризму – пам'ятки, види діяльності, доступність, розміщення та зручності – відіграють важливу роль у визначенні успіху туризму в будь-якому місці. Удосконалюючи ці сфери, ринки, що розвиваються, можуть краще використати свій туристичний потенціал.

Онлайнові туристичні агенції можуть відігравати вирішальну роль у стимулюванні економічного зростання на цих ринках:

- вони мають потенціал отримати доступ до невикористаних можливостей, які часто не помічають;
- вони можуть рекламувати менш відомі туристичні точки з потенціалом;

- вони можуть співпрацювати з урядами та місцевими зацікавленими сторонами туризму на ринках, що розвиваються.
- вони більш гнучкі та краще оснащені, щоб швидко реагувати на зміни потреб ринку;
- вони можуть дозволити місцевим гравцям розширити свої охоплення, відкрити нові ринки та створити економічну цінність;
- вони можуть надати місцевим підприємствам платформу для демонстрації своєї продукції.

### Висновки до 1 розділу

Національна економіка – велика, складна господарська система, яка являє собою взаємопов'язані сектори, сфери та галузі, тобто це народне господарство окремої країни. Сучасна галузь туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс, та відноситься до третинного сектору економіки. Внесок туризму в національну економіку формується такими доходами, як оподаткування туристичної діяльності, частка ВВП від сектора туризму, частка зайнятості у сфері туризму та платіжний баланс, що є кінцевим результатом між імпортом та експортом турпослуг.

При аналізі значення туризму виділяють його прямий і непрямий вплив на економіку країни. Прямий вплив – це обсяг витрат туристів за винятком обсягу імпорту, необхідного для повного забезпечення товарами і послугами туристів. Підприємства, до яких безпосередньо надходять витрати туристів, також потребують купівлі товарів і послуг інших секторів місцевої економіки. Наприклад, готелі користуються послугами будівельників, комунальних організацій, банків, страхових компаній, виробників харчових продуктів та ін. Отже, генерована економічна активність, отримана з цих послідовних етапів витрачання, і є непрямим впливом, або ефектом

мультиплікатора. Однак, воно не охоплює всі витрати туристів під час прямого впливу, бо частина грошей виходить з обороту через імпорт та оподаткування.

Туризм може мати і негативний вплив на економіку. Так, виробництво туристської продукції і послуг вимагає перекидання ресурсів з інших сфер економіки, де потреба в них також висока. Тому для складання повної картини треба оцінити, наскільки доцільно залучення в туризм рідкісних для нього ресурсів замість використання їх в інших сферах. У сучасній світовій практиці як основні показники економічного ефекту туристської індустрії для національної економіки тієї або іншої країни використовують такі змінні:

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

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

## РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ ВПЛИВУ ТУРИЗМУ НА НАЦІОНАЛЬНУ ЕКОНОМІКУ

### 2.1. Аналіз та оцінка змін в розвитку міжнародного туризму та його впливу на світову економіку

Туризм – це набагато більше, ніж просто відпочинок і дослідження віддалених місць. Насправді ця величезна галузь відіграє значну роль у підтримці процвітання світової економіки. У 2019 році галузь подорожей і туризму склала 10,4% світового ВВП – це 10 трильйонів доларів. У 2022 році промисловість досягла 7,6% ВВП. Це включає не тільки прямі витрати туристів у готелях, ресторанах і атракціонах, але й непрямі витрати в таких галузях, як транспорт, покупки та розваги. Ці дані вказують на стійкість галузі туризму та її потенціал для відновлення. Індустрія подорожей і туризму продовжуватиме робити внесок у світову економіку.

У період з 1950 по 2005 рр. скорочення міжнародних туристських прибутків спостерігалось лише тричі: у 1982 році – у результаті спаду світової економіки, а також у 2001 та 2003 роках – унаслідок активізації міжнародного тероризму. Світова криза 2008 – 2009 рр. спричинила четверте й останнє зниження прибутків туристичної галузі аж до 2020 року. Однак тоді відновлення відбулося дуже швидко – за туристичними прибутками та доходами від туризму світовий ринок вийшов на докризовий рівень уже у 2010 р.

У 2019 р. туризм був одним із найбільших секторів у світі, на нього припадало 10,4% світового ВВП (9,2 трлн дол США), 10,6% усіх робочих місць (334 млн) і був відповідальним за створення 1 із 4 всіх нових робочих місць у всьому світі [35].

У перший рік кризи в галузі охорони здоров'я у 2020 р., кількість в'їзних туристів у всьому світі знизилася приблизно до 407 мільйонів, що є найнижчим показником із 1989 р. Пандемія коронавірусу значно вплинула на

туристичний попит. Міжнародний туризм зазнав значних збитків. Так, у період із січня по грудень 2020 р. кількість іноземних туристів у світі скоротилася приблизно на один мільярд людей, або на 73%. У 2021 р. отримані статистичні дані вказували на зниження цього показника на 88% (див. табл. 2.1) [36].

Таблиця 2.1 – Світові тенденції розвитку міжнародного туризму

| Рік     | Міжнародні туристичні прибуття, млн. осіб | Темпи приросту (падіння) по відношенню до попереднього року, % | Динаміка росту в абсолютному значенні по відношенню до попереднього року, млн. осіб |
|---------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 2000 р. | 673                                       | 6,5                                                            | 46                                                                                  |
| 2001 р. | 678                                       | 1                                                              | 5                                                                                   |
| 2002 р. | 698                                       | 2,9                                                            | 20                                                                                  |
| 2003 р. | 689                                       | -1,4                                                           | -9                                                                                  |
| 2004 р. | 760                                       | 10,6                                                           | 49                                                                                  |
| 2005 р. | 861                                       | 4,6                                                            | 52                                                                                  |
| 2006 р. | 911                                       | 6,5                                                            | 50                                                                                  |
| 2007 р. | 929                                       | 2                                                              | 18                                                                                  |
| 2008 р. | 894                                       | 2                                                              | 18                                                                                  |
| 2009 р. | 957                                       | -4,2                                                           | -35                                                                                 |
| 2010 р. | 1003                                      | 8,2                                                            | 63                                                                                  |
| 2011 р. | 1056                                      | 5                                                              | 46                                                                                  |
| 2012 р. | 1100                                      | 4                                                              | 47                                                                                  |
| 2013 р. | 1146                                      | 5                                                              | 50                                                                                  |
| 2014 р. | 1206                                      | 4                                                              | 45                                                                                  |
| 2015 р. | 1243                                      | 6                                                              | 57                                                                                  |
| 2016 р. | 1332                                      | 4                                                              | 40                                                                                  |
| 2017 р. | 1407                                      | 7                                                              | 89                                                                                  |
| 2018 р. | 1464                                      | 5                                                              | 75                                                                                  |
| 2019 р. | 1470                                      | 4                                                              | 54                                                                                  |
| 2020 р. | 400                                       | -73                                                            | -1064                                                                               |
| 2021 р. | 415                                       | 4                                                              | 15                                                                                  |
| 2021 р. | 969                                       | 57                                                             | 554                                                                                 |

У 2021 році кількість міжнародних туристичних прибуттів у всьому світі дещо зросла порівняно з попереднім роком, але залишилася набагато нижчою за показники, зафіксовані до кризи в галузі охорони здоров'я. Незважаючи на значне скорочення кількості в'їзних мандрівників

Незважаючи на значне щорічне зростання, кількість міжнародних туристичних прибуттів залишалася нижчою за рівень до пандемії, становлячи приблизно 963 мільйони у 2022 році.

UNWTO зазначило, що у 2021 р. кількість міжнародних туристів збільшилася на 4% (458 млн осіб проти 407 млн. осіб у 2020 р.). Проте 2021 р. був ще одним складним роком: кількість прибуттів все ще була на 72% менше, ніж до пандемії. Відновлення потребувало посилення координації та збільшення кількості вакцинацій [38]. Але у 2022 р. ситуація на світовому туристичному ринку значно покращилася і кількість туристичних прибуттів вже складала 969 млн осіб (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Кількість міжнародних туристичних прибуттів у 2010–2022 рр. за регіонами, млн осіб

| Регіони             | 2010 р. | 2015 р. | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Світ загалом        | 957,2   | 1,206   | 1,464   | 407,0   | 458,0   | 969,0   |
| Америка             | 151,8   | 194,1   | 219,3   | 69,6    | 89,7    | 156,2   |
| Азія та Тихий океан | 208,0   | 284,5   | 360, 1  | 59,1    | 24,8    | 102,3   |
| Європа              | 490,8   | 611,8   | 742,1   | 239,6   | 301,3,8 | 594,9   |
| Африка              | 50,5    | 54,4    | 69,1    | 18,7    | 19,6    | 46,6    |

Джерело: розраховано автором за даними [38]

На Близькому Сході кількість туристичних прибуттів у 2022 р. скоротилася на 24% порівняно з 2020 р., і на 79% у порівнянні з 2019 р. На 65% нижче рівня 2020 р. і на 94% у порівнянні з показниками до пандемії, оскільки багато напрямків залишалися закритими для необхідних подорожей

[37]. Середня оплата за подорож в 2021 р. склала 1500 доларів США у порівнянні з 1300 дол США у 2020 р. Це пов'язано з великими відкладеними заощадженнями та більш тривалим перебуванням, а також вищими цінами на транспорт та проживання.

У кризовий період ринок туризму стає дуже вразливим. Особливо це відчутно під час військового стану. При цьому попит на туристські продукти та послуги скорочується, але не повністю згасає [1, с. 96]. Отже, туризм можна віднести до високо ризикових видів економічної діяльності, оскільки найбільш значущими факторами ризику вважаються економічна, політична та соціальна нестабільність у тому чи іншому регіоні [2, с. 24].

Франція та Бельгія отримали порівняно менше зниження витрат на туризм – на -37% і -28% відповідно у 2019 р. Саудівська Аравія (-27%) і Катар (-2%) також опублікували дещо кращі результати ніж у 2021 р. [38]. Більшість експертів з міжнародного туризму (64%) тепер очікують, що міжнародні прибуття повернуться до рівня 2019 р. лише у 2024 р. або пізніше, у порівнянні з 45% у вересневому опитуванні [39]. Зміни динаміки чисельності міжнародних туристичних прибуттів за 2019 – 2022 рр. показані у табл. 2.3 та див. додаток А.

Таблиця 2.3 – Динаміка чисельності міжнародних туристичних прибуттів за 2019 – 2022 рр., %

| Число туристів у регіонах світу | 2019 р. | 2020 р. | 2022 р. |
|---------------------------------|---------|---------|---------|
| Світ загалом                    | 3,8     | -73     | -72     |
| Північна Америка                | 1,5     | -68     | -62     |
| Європа                          | 4,2     | -68     | -63     |
| Азія та Тихий океан             | 4,0     | -84     | -94     |
| Африка                          | 2,0     | -77     | -74     |
| Близький та Середній схід       | -6,8    | -73     | -79     |

Безперечними країнами-лідерами за кількістю туристів серед країн у світі є Франція, США, Іспанія (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Країни лідери за кількістю туристів 2018 – 2020 рр.

| №   | Країна         | Прибуття, (млн осіб) 2018 р. | Прибуття, (млн осіб) 2019 р. | Прибуття, 2020 р. (%) |
|-----|----------------|------------------------------|------------------------------|-----------------------|
| 1.  | Франція        | 89,4                         | 90,2                         | *                     |
| 2.  | Іспанія        | 82,8                         | 83,5                         | -76,1                 |
| 3.  | США            | 79,2                         | 79,3                         | -72,0                 |
| 4.  | Китай          | 62,9                         | 65,7                         | -84,1                 |
| 5.  | Італія         | 61,6                         | 64,5                         | -57,3                 |
| 6.  | Туреччина      | 45,8                         | 51,2                         | -72,3                 |
| 7.  | Мексика        | 41,3                         | 45                           | -46,5                 |
| 8.  | Таїланд        | 38,2                         | 39,8                         | -79,4                 |
| 9.  | Німеччина      | 38,9                         | 39,6                         | -63,0                 |
| 10. | Великобританія | 38,7                         | 39,4                         | -60,5                 |

У 2021 р. США та Китай були безумовно провідними туристичними ринками за загальним внеском подорожей і туризму у ВВП. У 2021 році в рейтингу слідом йшли також Німеччина, Японія та Італія. У 2021 році Франція залишалася країною з найбільшою кількістю міжнародних туристів у світі. Того року європейський напрямок прийняв майже 50 млн. іноземних відвідувачів, тоді як Мексика та Іспанія посіли друге та третє місця, відповідно, із лише понад 30 млн. в'їзних туристів.

Загальний внесок подорожей і туризму у світовий ВВП у 2021 р. зріс на 21,7% порівняно з попереднім роком після різкого падіння у 2020 році через пандемію коронавірусу (COVID-19). Загалом внесок подорожей і туризму у світовий ВВП у 2021 році склав 5,81 трлн. дол. США, що означає збільшення приблизно на один трильйон дол. США порівняно з 2020 роком, але не наздоганяє цифри до пандемії. Того року в рейтингу слідували Німеччина, Японія та Італія.

З 2005 р. Європа є глобальним регіоном, який приваблює найбільшу

кількість міжнародних туристів. Хоча в 2022 р. кількість в'їзних туристів до Європи значно зросла порівняно з попереднім роком, вони ще не наздогнали рівень до пандемії. У цьому регіоні Південна та Середземноморська Європа була найпопулярнішою зоною для міжнародного туризму, зафіксувавши понад 300 млн. в'їзних прибуттів до пандемії та близько 139 млн. прибуттів у 2021 році. Що стосується загалом місця європейського туризму на міжнародному ринку, то, за критерієм «туристичні прибуття», його частка у 2019 році становила 51%, за експортом туристичних послуг (доходів від туризму) – 39%.

Таблиця 2.5 – Держави-члени ЄС, які найбільше залежать від туризму,  
(у % від ВВП)

| №   | Назва країни              | % від ВВП |
|-----|---------------------------|-----------|
| 1.  | Хорватія                  | 25        |
| 2.  | Кіпр                      | 22        |
| 3.  | Греція                    | 21        |
| 4.  | Португалія                | 19        |
| 5.  | Австрія, Естонія, Іспанія | 15        |
| 6.  | Італія                    | 13        |
| 7.  | Словенія, Болгарія        | 12        |
| 8.  | Мальта                    | 11        |
| 9.  | Франція                   | 10        |
| 10. | Німеччина                 | 9         |

Туристична галузь ЄС завжди одна з найбільш успішних:

- 2,4 млн. підприємств, понад 90% з яких припадає на сектор МСП,
- 12% зайнятості на ринку праці Євросоюзу,
- 23 млн. прямих і непрямих робочих місць,
- 37% працівників туризму
- 267 мільйонів європейців (62% населення) здійснюють щонайменше одну поїздку з метою відпочинку, а 78% європейців проводять відпустку у

своїй країні чи іншій країні ЄС (див. дод. Б).

За даними Єврокомісії, щороку туризм приносить Іспанії близько 145 мільярдів євро. А дохід німецьких готелів, турпідприємств та інших компаній даного сектору становить 240 мільярдів євро на рік.

На додатку В зображені втрати туристичного сектору економіки від пандемії. Показники за квітень – травень 2020 р. відображають рівень втрат туристичного сектору ЄС, спричинених пандемією: у Італії (-96%), Хорватії (-86%), Кіпрі (-78%) та Франції (-70%) відбулося найбільше падіння. Іспанія (-51%), Румунія та Словенія (-56% кожна) також зазнали значного впливу пандемії.

Загалом, у квітні-травні 2020 року витрати на туризм у Європі впали на 68,4% порівняно з тим же періодом минулого року. За звичайних обставин туристичний сектор може допомогти забезпечити різноманітні можливості працевлаштування для мігрантів, жінок, студентів та літніх працівників не лише у великих містах, але й у віддалених сільських та прибережних районах, а також в інших економічно нестабільних місцях, де альтернативні можливості можуть бути обмежені. Наприклад, частка зайнятості в туризмі становить 15,7 % від загальної зайнятості в Ісландії, 13,5 % в Іспанії, 10,3 % в Ірландії, 10,0% в Греції та 9,8% в Португалії 5 % (див. дод. В, Г).

Європа має дуже розвинену туристичну інфраструктуру (колективні засоби розміщення (КЗР), тематичні парки, кафе та ресторани тощо) і великою кількістю рекреаційних зон, сприятливих для розвитку найрізноманітніших видів туризму (пляжного, гірськолижного, екскурсійного тощо). Крім того, в Європі найвища концентрація міжнародних туристських маршрутів, колосальні інвестиції в інфраструктуру, маркетинг і рекламу, розвинені міжрегіональні зв'язки. Є країни (зокрема, Чехія, Чорногорія), у яких туристичний сектор становить близько половини всіх експортних надходжень. Іншими словами, сучасна Європа є найбільшим туристичним ринком, що займає, за абсолютними показниками, передові позиції серед інших макрорегіонів.

Найбільша частина європейського ринку (більше 75%) припадає на країни Євросоюзу, найбільшими туристичними центрами якого є Франція, Іспанія, Італія та Німеччина. Всі вони входять до топ-10 світових лідерів із туристичних прибутків та доходів від туризму.

Згідно з базою даних Кноета, у 2018 році прямий внесок туристичної галузі у ВВП Євросоюзу становив 3,87% [8]. Трійка країн-лідерів, що входять до ЄС, за цим показником (внесок у ВВП країни) виглядає таким чином – Греція (8,48%), Австрія (7,71%), Португалія (7,1%). Разом із тим європейські країни за вказаним індикатором не можуть конкурувати зі світовими лідерами, такими як Макао (50,28%), Мальдіви (32,49%), Сейшели (27,22%). Така ситуація є цілком природною – європейська економіка є диверсифікованою; концентрація виключно на туризмі означала б відмову від інших видів економічної діяльності у сфері виробництва та секторі послуг, що є неможливим у сучасних умовах.

Оцінку розвитку європейського туризму можна робити не лише за прибуттям, туристичними витратами та надходженнями, а й за комплексними показниками. Одним з них, як відомо, є індекс конкурентоспроможності сфери туризму (Travel & Tourism Competitiveness Index – TTCI), що розраховується щорічно. Конкурентоздатність конкретної країни оцінюється за семибальною шкалою за 90 індивідуальними показниками. Показники агрегуються у чотирнадцять груп, кожна з яких має різну питому вагу. Потім визначаються чотири субіндекси, усереднення яких дозволяє визначити зведений TTCI.

Підсумки оцінки конкурентоспроможності, отримані експертами Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) у 2019 році, вкотре продемонстрували значну роль європейського туризму. У топ-10 країн, що отримали найвищі оцінки, потрапили 6 європейських держав, причому три з них (Іспанія, Франція та Німеччина) зайняли найвищі рядки рейтингу [56]. Слід підкреслити, що дані результати були отримані до пандемії COVID-19. Проте, варто зазначити, що вже тоді експерти звернули увагу на низку

негативних тенденцій, що загрожують сталому розвитку туризму, зокрема й європейському. Так, у звіті ВЕФ підтверджується вплив ефекту «овертуризму» (overtourism, надмірний туризм), що розпочався у 2015 році та став предметом пильної уваги закордонних дослідників [10; 11; 13]. Зазначеним терміном описується перевантаження туристських центрів або регіонів через надлишок відвідувачів, що призводить до погіршення якості життя місцевих жителів та спричиняє негативне сприйняття таких поїздок самими туристами.

Явище «овертуризму» найбільш яскраво проявляється на тлі зростання економіки індустрії туризму – його репутація як акумулятор гігантських доходів разом з мультиплікативним ефектом змушує уряди європейських країн стимулювати туристичну активність. Однак це посилює навантаження на інфраструктуру і викликає незадоволення місцевих жителів, які все частіше вимагають ввести обмежувальні заходи. Наприклад, у Барселоні у 2018 році проходили протести городян на туристичних пляжах, з'являлися антитуристичні графіті. Особливу занепокоєність у місцевих жителів викликає перехід однієї з головних визначних пам'яток міста – парку Гуеля – з громадського простору в зону, зайняту майже виключно туристами (щорічна відвідуваність парку перевищує 9 млн. чол.).

Опитування показують, що 60% жителів виступають за стримування туристичних потоків; на їхню думку, Барселона досягла або перевищила свої можливості для подальшого розвитку туризму [15]. Разом із тим розвиток європейського туристичного ринку в період з 2000 до 2020 років йшов у позитивному напрямі (за винятком короткотривалого спаду через світову економічну кризу), що підтверджує відому тезу про невисоку, але стійку динаміку зростання зазначеного сектору. Якщо як критерій зростання ринку взяти ряд індикаторів, за якими веде щомісячне спостереження Євростат, і проаналізувати їх протягом двох десятирічних періодів, розділених кризами 2009 і 2020 років, то ця динаміка дійсно буде характеризуватись відносною стабільністю.

За даними Statista Mobility Market Insights, дохід світового ринку подорожей і туризму скоротився в 2020 році, знизившись приблизно на 55 відсотків порівняно з 2019 роком. У цьому сенсі сегменти круїзів і пакетних відпусток повідомили про одне з найвищих падінь доходів у 2020 році. А саме:

- на 1 мільярд менше міжнародних туристів у 2021 р.;
- втрата 1,0 трильйона дол. США загальних доходів від експорту міжнародного туризму в 2021 р.;
- міжнародні туристичні прибуття зросли на 102% у 2022 р. порівняно з 2021 р., але залишилися на 37% нижче 2019 р.;
- у 2022 році надходження від міжнародного туризму відновили позначку в 1 трильйон дол. США та досягли 64% рівня до пандемії;
- міжнародні туристичні прибуття зросли на 86% у першому кварталі 2023 року та досягли 80% рівня до пандемії в тому ж кварталі.

До пандемії туризм (включно з прямим, непрямим впливом) створював 1 із 5 нових робочих місць у світі протягом 2014 – 2019 рр., а також 10,3% усіх робочих місць (334 мільйони) та 10,4% глобального ВВП (10 трильйонів дол. США) у 2019 році. Тим часом витрати міжнародних туристів у 2019 р. склали 1,9 трильйона дол. США. Останнє щорічне дослідження WTTC показує, що у 2022 році сектор туризму склав 7,6% світового ВВП; зростання на 22% порівняно з 2021 р. і лише на 23% нижче рівня 2019 р. У 2022 р. було створено 22 мільйони нових робочих місць, що на 7,9% більше, ніж у 2021 році, і лише на 11,4% менше, ніж у 2019 р. Внутрішній туризм зріс на 20,4% у 2022 р., а це лише на 14,1% менше, ніж у 2019 р. Витрати міжнародних туристів зросли на 81,9% у 2022 р., але все ще на 40,4% менше, ніж у 2019 р.

Міжнародний туризм у 2023 р. розпочався на сильній ноті: Близький Схід відновив рівень 2019 р. в першому кварталі. У першому кварталі 2023 р. кількість міжнародних туристів досягла 80% від допандемічного рівня. За оцінками, за перші три місяці за кордон здійснили 235 мільйонів туристів, що більш ніж удвічі більше, ніж за той самий період 2022 р. Міжнародні

туристичні прибуття досягли 80% від допандемічного рівня в першому кварталі 2023 р. (-20% порівняно з тим самим кварталом 2019 р.) завдяки сильним результатам у Європі та на Близькому Сході порівняно з 66% відновленням за рік.

Загалом у 2022 р. міжнародний туризм зріс на 86% у першому кварталі 2023 р. порівняно з тим самим періодом минулого року, демонструючи постійне зростання на початку року. За оцінками, 235 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі за перші три місяці, що вдвічі більше, ніж за той самий період 2022 р.

Близький Схід показав найсильніші показники (+15 %) і став першим у світі регіоном, який відновив показники до пандемії за повний квартал. У першому кварталі 2023 р.

Європа досягла 90% рівня до пандемії завдяки значному внутрішньорегіональному попиту.

Африка досягла 88%, а Америка – приблизно 85% від рівня 2019 р., тоді як Азія та Тихоокеанський регіон прискорили своє відновлення, досягнувши 54% рівня до пандемії. За субрегіонами Південна Середземноморська Європа (+1%) і Північна Африка (+4%) відновили показники 2019 р (див. дод. Б).

У 2022 р. надходження від міжнародного туризму відновили позначку в 1 трильйон дол. США, зрісши на 50% у реальному вираженні порівняно з 2021 р. і досягнувши 64% від рівня до пандемії.

Внесок туризму в економічне процвітання залежить від якості та прибутку туристичної пропозиції. ЮНВТО підтримує напрямки в їх збалансованому позиціонуванні на достатньо складних національних і міжнародних ринках. Будучи Агентством ООН з туризму, ЮНВТО визнає, що країни, що розвиваються, виграють від сталого туризму, і прагне допомогти в цьому. Сьогодні індустрія туризму є однією з форм міжнародної торгівлі послугами, яка дуже динамічно розвивається (див. дод. Б). Наприклад, за останні двадцять років середньорічний темп зростання потоку

іноземних туристів у всьому світі становив 5,1%, а надходження в іноземній валюті – близько 14% [70].

У 2022 році індустрія туризму надавала понад 22 млн робочих місць. Це не тільки робота в туристичних агентствах, готелях, а й в суміжних галузях. Індустрія туризму тісно пов'язана з багатьма іншими галузями. Важко виміряти точний внесок туризму через рівень фрагментації всередині галузі. Це пояснюється тим, що туристи також роблять свій внесок у сектори, не пов'язані з подорожами, такі як роздрібна торгівля, відпочинок і розваги. Туризм є важливою рушійною силою економічного процвітання, оскільки він сприяє створенню робочих місць і стимулює інновації та інвестиції.

Південна Африка є чудовим прикладом країни, що розвивається, яка успішно використовує туризм як невід'ємну частину свого плану економічного зростання. На галузь туризму припадає 3,7% ВВП ПАР. Це більше, ніж внесок сільського господарства, комунального господарства та будівництва. Велика кількість природних і культурних ресурсів країни робить її популярним туристичним напрямком для людей у всьому світі. Завдяки своїм приголомшливим пляжам, горам і різноманітним заповідникам дикої природи він став одним із найпопулярніших місць для туризму в Африці.

Південноафриканський туризм (SAT) і Департамент туризму погодили свій стратегічний план на 2020 – 2025 рр., щоб заохотити зростання та розвиток туризму в Південній Африці. Це включає забезпечення ефективного маркетингу для туристичних напрямків та покращення співпраці між різними рівнями влади в управлінні туризмом. Загальний дохід індустрії туризму ПАР у вересні 2022 р. зріс на 79,3% порівняно з вереснем 2021 р. Серед усіх варіантів розміщення найбільш суттєве зростання загального доходу відбулося у готелів із зростанням на 118,6% (див. додаток Б).

Єгипет є ще одним чудовим прикладом країни, що розвивається, яка досягла успіху в індустрії туризму. Очікується, що в 2023 р. доходи Єгипту від туризму досягнуть 13,6 мільярда доларів. Міністр туризму Ахмед Ісса

прагне досягти щорічного зростання від 25% до 30%. Це частина плану Єгипту щодо залучення 30 мільйонів туристів до 2028 р. Вони планують інвестувати 30 мільярдів доларів (30 тис номерів), щоб задовольнити очікуваний попит. Крім того, вони планують інвестувати в клієнтський досвід. Єгипетський уряд зосереджується на тому, щоб запропонувати кращий туристичний досвід. Сюди входить популяризація об'єктів культурної спадщини, туристичної діяльності на основі природи та інших різноманітних туристичних об'єктів, унікальних для Єгипту.

Індія – ще одна країна, що розвивається, яка швидко набирає обертів у туристичній індустрії. Загальний внесок Індії у ВВП подорожей і туризму посідав шосте місце у 2022 р. Очікується, що кількість робочих місць у сфері туризму зросте на 8,3%, що досягне майже 35 мільйонів робочих місць. Міністерство туризму Індії запустило схему Swadesh Darshan для просування тематичного туризму в Індії та використання її потенціалу для розвитку. Їхні цілі полягають у покращенні місцевої економіки, створенні робочих місць, сприянні розвитку галузевих навичок, збільшенні інвестицій у приватний сектор та збереженні місцевих культурних і природних ресурсів.

У майбутньому літньому сезоні в Північній півкулі очікуються сильні результати, які підкріплені високим відкладеним попитом, стійким відновленням повітряного зв'язку та нещодавнім відновленням роботи Китаю та інших основних азіатських ринків і напрямків.

Економічний внесок туризму в 2021 р. (виміряний у прямому валовому внутрішньому продукті туризму) оцінювався в 1,9 трлн дол США, що було вище на 1,6 трлн дол США ніж у 2020 році, але все ще значно нижче допандемічного рівня у 3,5 трлн дол США. Експортні доходи від міжнародного туризму у 2021 р. перевищили 700 млрд дол. США, що є стало покращенням порівняно з 2020 р. через більші витрати на подорожі, але менше половини від 1,7 трлн дол США, зафіксованих у 2019 році [54]. Світовий ВВП недоотримав майже 4,7 трлн дол США та 62 мільйони робочих місць у 2020 р. Це може призвело до втрати приблизно 1,1 мільярда

міжнародних туристів і зменшення експортних доходів на 1,2 трлн дол. США [55].

Загальний внесок подорожей і туризму у світовий ВВП у 2021 р. зріс на 21,7% порівняно з попереднім роком після різкого падіння у 2020 р. через пандемію коронавірусу (COVID-19). Загалом внесок подорожей і туризму у світовий ВВП у 2021 р. склав 5,81 трильйона дол. США, що означає збільшення приблизно на один трильйон дол. США порівняно з 2020 р., але не наздоганяє цифри до пандемії.

Частка туризму у ВВП коливається від 1% у країнах з високорозвиненою та диверсифікованою економікою до 10% у країнах з порівняно великим сектором туризму (Австрія – 8,5%, Німеччина – 0,9%, Великобританія – 1,9%, США – 1%, Іспанія – 4,2%). В багатьох малих країнах цей показник значно перевищує середні значення (у різних острівних державах, так зокрема, туризм забезпечує більш ніж 50% ВВП, а саме, в Антигуа – 58%, на Бермудських островах – 35%, Багамських островах – 52%) [44].

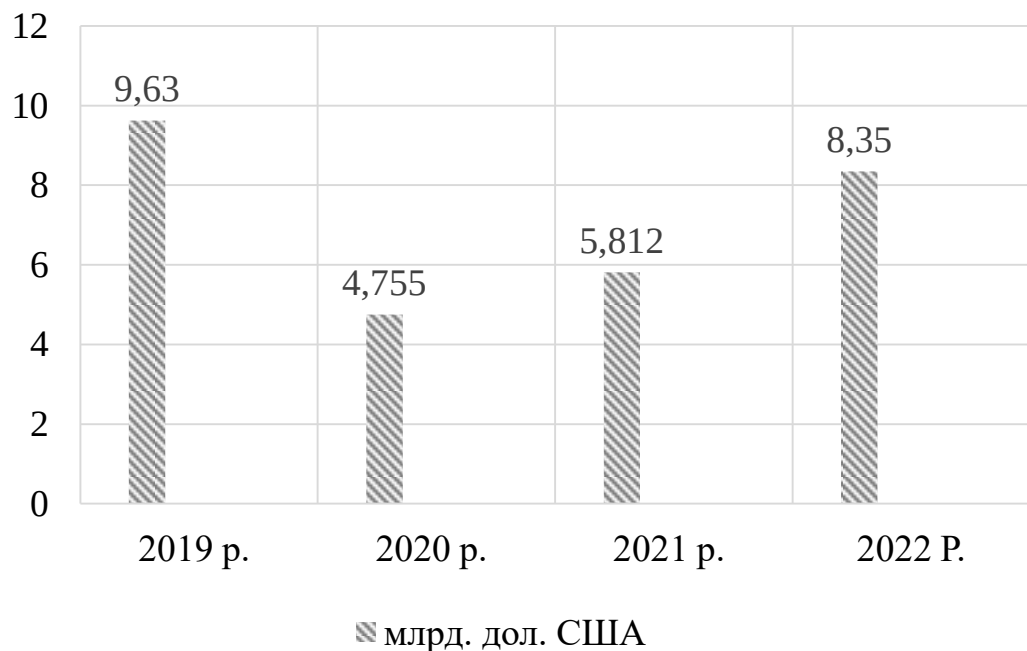


Рис. 2.1 – Загальний внесок туризму у ВВП у всьому світі з 2019 по 2021 рр.

Опитування групи експертів ЮНВТО вказує на те, що майже 70% експертів очікують кращих показників у 2023 р. Проте більшість продовжує вірити, що міжнародний туризм повернеться до рівня 2019 р. лише у 2024 р. або пізніше. У відповідь на складне економічне середовище 2023 р., очікується, що туристи все більше шукатимуть співвідношення ціни та якості та подорожуватимуть ближче до дому.

## 2.2. Дослідження сучасних тенденцій та прогноз розвитку міжнародного туризму

Криза 2020 р. стала найсильнішим ударом по туристичному ринку за всю його історію. Загалом, оцінки ЮНВТО, щодо спаду, наприклад, у Європі міжнародних поїздок у 2020 р. порівняно з 2019 р. понад 65% виправдалися. Варто зазначити, що остаточний результат вказаної динаміки залежить від сценарію завершення пандемії, тривалості карантинних заходів, характеру урядової підтримки галузі, можливостей самих туристичних компаній протистояти кризі. Глибина спаду також визначатиметься ступенем залежності тієї чи іншої країни від міжнародного туризму і швидкістю переорієнтації туристських потоків на внутрішній ринок.

У ситуації що склалася, важко точно спрогнозувати подальший розвиток туристичної галузі, проте, аналізуючи результати досліджень найбільших світових онлайн-платформ, інформаційних агентств, що спеціалізуються на індустрії подорожей та європейських постачальників передових інформаційних технологій, можна виявити спільні передбачувані траєкторії розвитку туристичної галузі на найближчі декілька років.

В основу проведеного аналізу було взято масштабне дослідження, проведене компанією Booking.com (онлайн-платформа у сфері туризму), в якому взяли участь 24000 мандрівників із 31 країни. Отримані результати компанія підкріпила власними даними та висновками за останні 25 років, спрогнозувавши зміну уявлень про подорожі на найближчий період.

Окрім цього важливим інформативним джерелом стали дослідження інформаційного агентства Skift, що спеціалізується на індустрії подорожей та європейського постачальника передових інформаційних технологій Amadeus, за допомогою яких більше 1,6 млрд туристів щорічно отримують доступ до послуг туристичних агенцій, авіакомпаній, готелів та інших тревел-постачальників. Проведена аналітична робота уможливила систематизацію найбільш ймовірних змін, які очікує туристичну галузь у найближчі роки за даними світових онлайн-платформ (див. табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Прогноз змін, які очікують туризм у найближчі роки за даними світових онлайн-платформ та інформаційних агентств

| №  | Booking.com                                                                              | Skift                                                                                                                                                                              | Amadeus                                            |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| 1. | більше задоволення у поїздках                                                            | подорожі на далекі відстані стануть довшими                                                                                                                                        | інтерес до високотехнологічних варіантів подорожей |
| 2. | імпровізація – важлива частина подорожей; гнучкість – важлива умова туристичної галузі   | поділ між різними напрямками бізнесу ставатиме дедалі умовнішим; абонемент на подорожі; круїзні компанії розвиватимуть свої острови; зміни на ринку створюватимуть нові можливості | прагнення «насолоджуватися моментом»               |
| 3. | подорожі як метод турботи про себе, відновлення балансу, розділення роботи та відпочинку | сільський та природний туризм, найближчі культурні пам'ятки                                                                                                                        | нові джерела натхнення для подорожей               |
| 4. | розширення кола спілкування мандрівниками                                                | зростання цінності та значущості подорожей                                                                                                                                         | повернення ділових поїздок                         |
| 5. | бажання підтримувати місцеві спільноти недалеко подорожі,                                | бізнес-мандрівки; відпустки у компанії друзів                                                                                                                                      | активний екотуризм                                 |

Як видно з аналітичної таблиці, останні два роки змінили погляд практично на всі аспекти життя загалом, і туризм зокрема. Правила та вимоги безпеки, що постійно змінюються, стали новою нормою та вимогою сучасності. Людство опинилося у ситуації, коли збільшується потреба у новітніх технологіях, що у свою чергу, спонукає до критичного аналізу впливу людини на екологію. Саме останніми десятиріччями актуалізувалося питання щодо готовності до захисту соціальної справедливості, навколишнього середовища – тобто світу у якому перебуває сучасна людина 24/7. Дійсно, за таких умов, світ став по-домашньому маленьким і водночас безмежно великим.

Особливим викликом для усіх сфер життя стала загроза COVID-19, яка ще не минула, у зв'язку із цим особливої актуальності набула потреба в аналізі очікувань мандрівників, що безпосередньо визначає вектори розвитку туристичних компаній. Проведений аналіз доводить, що саме внутрішній туризм у самодіяльній чи організованій формі має виступити і реаніматором, і драйвером для туристичного сектора економіки. Щоправда, це буде більш ймовірним у тих країнах, де є сприятливі природні умови та відповідна інфраструктура (варто зазначити, що у більшості європейських країн вказані фактори присутні).

Військова агресія росії в Україні становить негативний ризик для європейського та міжнародного туризму в цілому. Цей конфлікт посилив і без того високі ціни на нафту та витрати на транспортування, збільшив невизначеність і призвів до перебоїв у подорожах у Східній Європі.

Напрямки, які найбільше постраждали (крім росії та України), це Республіка Молдова – з падінням кількості рейсів на 69% з 24 лютого (порівняно з рівнем 2019 р.), Словенія (-42%), Латвія (-38%) та Фінляндія (-36%) за даними Eurocontrol. Кількість бронювань у росії на вихідні рейси також впала наприкінці лютого та на початку березня, але з тих пір відновилося, згідно з даними Forwardkeys.

Проте, незважаючи на конфлікт, європейський авіасполучення

стабільно зростають. Бронювання авіаквитків також свідчать про зростання попиту на подорожі всередині Європи та рейси зі США до Європи. Пом'якшення обмежень на поїздки сприяє нормалізації подорожей (36 країн скасували всі обмеження на подорожі, пов'язані з COVID 19, станом на 13 травня 2022 р.), але конфлікт продовжує становити серйозну загрозу для відновлення у майбутньому.

Можливі втрати туристичного ринку із-за війни росії з Україною 14 мільярдів доларів.

Військовий конфлікт ризикує перешкодити поверненню довіри до глобальних подорожей. Особливо це може вплинути на виїзний туризм США та Азії, особливо щодо подорожей до Європи, оскільки ці ринки історично більш схильні до ризику. Станом на 2020 р. виїзний туризм росії та України становив 3% світових витрат на міжнародному туризмі. У 2019 р. витрати росіян на поїздки за кордон досягли 36 млрд. доларів США, а витрати України – 8,5 мільярдів доларів. У 2020 році ці значення знизилися до 9,1 млрд дол. США та 4,7 млрд дол. США відповідно.

Як на туристичні напрямки, на росію та Україну припадає 4% міжнародних туристичних прибуттів до Європи, але це лише 1% надходжень Європи від міжнародного туризму, але це для сусідніх країн з росією і Україною, а також для європейських морських напрямків туризму.

Проте, доречно зауважити, що не дивлячись на тривалу світову рецесію був розрахований оптимістичний прогноз очікуемого зростання чисельності міжнародних туристів у 2023 – 2024 рр. (див. табл. 2.7). За оцінкою UNWTO, число туристів по всьому світу до 2030 р. становитиме 1,36 млрд осіб [57].

Експертами прогнозується, що обсяг світової туристичної галузі до 2033 р. зросте на 50% порівняно з 2019 р., до \$15,5 трлн [59]. За посиланням на прогноз WTTC. вказана сума становитиме близько 11,6% глобальної економіки. У 10-річному прогнозі аналізується економічний внесок основних світових туристичних ринків та розкривається п'ятірка найпотужніших економік у галузі подорожей та туризму станом на 2023 р. із погляду на

внесок у ВВП. Вони залишилися такими, як і до 2019 року: США, Китай, Німеччина, Велика Британія та Японія. Франція, Мексика, Італія, Індія та Іспанія замкнули першу десятку.

Таблиця 2.7 – Прогноз зростання чисельності міжнародних туристів у 2023 – 2024 рр., %

| Регіони                   | 2022 р. | 2023 р. | 2024 р. |
|---------------------------|---------|---------|---------|
| Світ загалом              | 4       | 32      | 63      |
| Північна Америка          | -       | 46      | 54      |
| Європа                    | 17      | 32      | 50      |
| Азія та Тихий Океан       | 5       | 15      | 49      |
| Африка                    | 17      | 33      | 50      |
| Близький та Середній Схід | -       | 50      | 50      |

Джерело: розраховано автором за даними [59]

Загалом до 2033 р. в туристичній галузі буде зайнято до 430 млн осіб порівняно з 334 млн у 2019 році. Це приблизно одне із дев'яти робочих місць у світі. Очікується, що сфера подорожей зростатиме набагато швидше, ніж економіка загалом. Світовий ВВП зростатиме у річному обчисленні приблизно на 2,6% на рік, у подорожах та туризмі очікується близько 5,1%. Протягом наступних 10 років туристична сфера США, яка є найбільшою у світі з річним обсягом виробництва \$2 трлн, поступиться Китаю. Прогнозується, що 2033 року туристичний сектор Китаю принесе \$4 трлн і становитиме 14,1% китайської економіки.

## Висновки до 2 розділу

До пандемії туризм (включно з прямим, непрямим впливом) створював

1 із 5 нових робочих місць у світі протягом 2014 – 2019 рр., а також 10,3% усіх робочих місць (334 мільйони) та 10,4% глобального ВВП (10 трильйонів дол. США) у 2019 році. Тим часом витрати міжнародних туристів у 2019 р. склали 1,9 трильйона дол. США. Останнє щорічне дослідження WTTC показує, що у 2022 році сектор туризму склав 7,6% світового ВВП; зростання на 22% порівняно з 2021 р. і лише на 23% нижче рівня 2019 р. У 2022 р. було створено 22 мільйони нових робочих місць, що на 7,9% більше, ніж у 2021 році, і лише на 11,4% менше, ніж у 2019 р. Внутрішній туризм зріс на 20,4% у 2022 р., а це лише на 14,1% менше, ніж у 2019 р. Витрати міжнародних туристів зросли на 81,9% у 2022 р., але все ще на 40,4% менше, ніж у 2019 р.

Можна виділити чотири економічні наслідки туризму:

1. Розвиток інфраструктури. Туризм забезпечує уряд і приватний сектор доходами для інвестування в інфраструктуру, необхідну для туристичної діяльності. Це включає будівництво та реконструкцію доріг, автострад та аеропортів. Наприклад, зростання туризму може призвести до покращення доступу та транспортних мереж, що виграє як місцева економіка, так і мандрівники.

2. Збереження культури. Туризм також відіграє важливу роль у збереженні історичних місць і культурних традицій. Оскільки багато відвідувачів з усього світу стікаються до місця призначення, щоб дізнатися про його історію та культуру, туризм може допомогти отримати достатні кошти для зусиль зі збереження культури.

3. Захист природних ресурсів. Туризм може створити стимули для захисту та збереження природних ресурсів та екосистем. Запроваджуючи практику сталого туризму, можна краще захистити території з важливим біорізноманіттям від знищення, одночасно забезпечуючи економічні вигоди для місцевої громади.

4. Місцеве підприємництво та розвиток малого бізнесу. Приплив туристів до місця призначення також може стимулювати зростання малого місцевого бізнесу. Ресторани та роздрібні магазини часто отримують

збільшення прибутку. У той же час підприємці можуть скористатися новими можливостями в туристичній галузі.

За умов, що склалися, туризм став більш гнучким, креативним, у певному сенсі «інакшим», що є важливим складником майбутнього розвитку і аж ніяк занепаду. Перспективи подальших досліджень повинні бути спрямовані на визначення ефективності функціонування суб'єктів туристичної галузі (як тих, що адаптувалися до нових умов, так і тих, що залишаються незмінними) та аналіз розвитку нових напрямів і видів туризму з оцінкою їх економічної ефективності.

### РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЯК ВАЖЛИВОЇ СКЛАДОВОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

#### 3.1. Напрямки максимізації позитивного впливу туризму на національні економіки

Онлайн-туристичні агентства відіграють важливу роль у туристичній індустрії, забезпечуючи зручність бронювання послуг лише за кілька кліків. За допомогою правильних стратегій ОТА можуть використовувати потужність туризму для максимізації його економічного впливу.

Існують три стратегії для максимізації позитивного впливу туризму: розуміння місцевої економіки, сприяння відповідальним і сталим туристичним практикам і адаптація до тенденцій, що розвиваються в індустрії туризму.

1. Розуміти місцеву економіку. Щоб краще обслуговувати своїх клієнтів, дуже важливо розуміти, як туризм може принести економічну користь різним регіонам залежно від типу туристичної агенції, якою керують. Ці знання можуть потім допомогти узгодити інтереси туристів із бізнес-цілями. Наприклад, туристи, які відвідують регіон, можуть стимулювати місцевий бізнес і представляти нові продукти, які інакше були б недоступні. Це може негативно вплинути на місцеву економіку.

2. Сприяння відповідальним та сталим туристичним практикам. Спосіб, коли ОТА рекламує та просуває свої послуги на основі практики відповідального та сталого туризму з роками змінився. ОТА можуть підтримати це, сприяючи сталим і етичним можливостям подорожей, які розширюють можливості місцевих громад. Наприклад, ОТА може пропагувати екологічно чисте житло, стійких туроператорів та ініціативи місцевої громади.

3. Адаптація до тенденцій розвитку індустрії туризму. Туристи часто шукають нових вражень, і ОТА можуть надати інформацію про заходи, які

відповідають їх інтересам.

Наприклад, останніми роками все більшої популярності набувають подорожі на основі досвіду, які зосереджуються на таких видах діяльності, як культурний досвід і пригоди на природі.

Отже, економічний вплив туризму величезний, і галузь має потенціал стати значним рушієм глобального економічного зростання. ОТА відіграють важливу роль у подальшому успіху цього сектору, і розуміння економічного впливу туризму на їх бізнес може допомогти їм приймати розумні рішення та продовжувати розвивати свій бізнес. Туризм впливає не лише на ці агентства, а й на готелі, авіакомпанії та інші суміжні підприємства. Крім того, галузь надає багато можливостей для росту та розвитку в туристичному секторі. Оскільки уряди в усьому світі прагнуть створити більш стійкі та екологічно свідомі моделі розвитку, індустрія туризму може стати ключовим джерелом доходу та робочих місць.

В умовах сьогодення Україна перебуває в центрі світової спільноти, політики та європейського ринку, у світлі змін у політичній, економічній та військовій сферах. А це впливає на розвиток економіки країни та політику щодо країн ближнього та далекого зарубіжжя, у тому числі на розвиток туристичної галузі. Туристична сфера є важливою галуззю для економіки кожного регіону України, оскільки вона створює значну економічну активність і можливості для працевлаштування. До початку повномасштабного вторгнення країни-агресора Україна приваблювала все більше туристів як із внутрішнього, так і з міжнародних ринків, сприяючи економічному розвитку країни.

Тому надзвичайно важливо розробити та впровадити національну стратегію конкурентоспроможного туризму, при цьому уряд повинен оцінити та визначити потенційні ланки або пов'язані з туризмом ланцюжки створення вартості в економіці та керувати нею для досягнення не лише економічних, але й соціальних результатів, які покращують якість життя населення, охороняти природне середовище, обмежувати негативний вплив туризму

тощо. Слід зазначити, що ефективна стратегія розвитку туризму має включати цілеспрямовану політику, інституційні та регуляторні механізми щодо стимулювання приватного інвестування.

Цікавим є практичний досвід державного регулювання сфери туристичного сектору у Великобританії, Польщі для України. Первинні умови розвитку туризму в Україні і Польщі були аналогічними, але завдяки більш ефективним перетворенням у структурі державного регулювання туризму та всієї економіки туризм у Польщі розвивався активніше та досяг кращих результатів. Також варто зазначити, що Польща має одні з найкращих показників у регіоні за середнім доходом на одного туриста.

Велика Британія є одним із світових лідерів у туристичній сфері, має чітко розроблену структуру державних органів у цій сфері та ефективний механізм взаємодії із приватним сектором, що є важливим через низький рівень розвитку структур туристичного бізнесу та середовища в країнах, що розвиваються.

Україна має недостатньо розвинену систему державного регулювання туризму, та неієв регіональні структури, які є відповідальними за його розвиток. Тому, враховуючи досвід країн-лідерів, перетворення таких систем повинно відбуватися у напрямках деякої децентралізації і регіонального координування окремих функцій і повноважень для місцевих туристичних органів, формування ефективної співпраці між державними органами, туристичними структурами та бізнесом, розроблення ефективного механізму покращення туристичного іміджу країни у світі та рекламування туристичного потенціалу за допомогою створення конкурентних пропозиції національних туристичних послуг.

Факторами, які повинні визначати характеристики туристичної політики в Україні, повинні бути: верховенство права, політична стабільність, розвинене громадянське суспільство, ефективна економіка, зростання рівня та якості життя, охорона культурної спадщини та довкілля. Як рушійна сила для гармонізації законодавства щодо макроекономічного

регулювання туризму в післявоєнній Україні, необхідно на національному рівні прийняти закон «Про комплексний розвиток туризму», в основі якого зазначити обов'язкові вимоги до туристичних послуг, інформацію, яку надають туристам, особливо про запобігання поширенню вірусних і інфекційних захворювань, тематичне страхування, заходи соціальної підтримки тощо. Необхідно встановити загальні умови фінансової підтримки для туристичних організацій, які займаються виробництвом і реалізацією туристичних послуг, за створення системи ефективного фінансового захисту прав та інтересів туристів.

Важливо також визначити пріоритетність галузі в нормативно-правових актах, що регулюють туризм, і підкреслити, що метою макроекономічного регулювання туристичного сектору є підтримка країн, що розвиваються, як достатньо привабливих напрямів туризму, сприяння конкурентоспроможності, диверсифікації та високій якості послуг, інновації та стійкий розвиток, особливо у випадку малих і середніх компаній, сприяють взаємозв'язку туризму з іншими структурними елементами соціально-економічного та культурного розвитку країни.

Тому надзвичайно важливо розробити та впровадити національну стратегію конкурентоспроможного туризму, при цьому уряд повинен оцінити та визначити потенційні ланки або пов'язані з туризмом ланцюжки створення вартості в економіці та керувати нею для досягнення не лише економічних, але й соціальних результатів, які покращують якість життя населення, охороняти природне середовище, обмежувати негативний вплив туризму тощо.

Слід зазначити, що ефективна стратегія розвитку туризму має включати цілеспрямовану політику, інституційні та регуляторні механізми щодо стимулювання приватного інвестування. Метою стратегії є підтримка підвищення конкурентоспроможності туризму в країнах, що розвиваються, шляхом забезпечення сталого розвитку.

Слід зазначити, що внесок туризму в економічне зростання країни,

створення робочих місць, збільшення національного потенціалу і скорочення бідності в Україні, залежить від наступних факторів:

- ступінь інтеграції сектору туризму до національної економіки завдяки багатовекторним зв'язкам з іншими галузями та інтеграції до регіональних та глобальних ланцюгів створення вартості;

- рівень доходу від туризму, включаючи іноземну валюту, який використовується для фінансування розвитку національної інфраструктури, підтримки місцевого бізнесу, розвитку навичок тощо;

- дієвість прийнятих урядом політик та стратегій, спрямованих на збільшення внутрішнього та іноземного інвестування у туристичну галузь, передачу технологій і ноу-хау тощо;

- національна діяльність, спрямована на забезпечення того, щоб туристична діяльність здійснювалася відповідно до принципів стійкого розвитку та відповідала економічним, екологічним та соціальним цілям.

Проаналізувавши статистичну інформацію ЮНВТО, зазначено наступні характеристики міжнародного туризму в країнах, що розвиваються:

- зумовлені відмінностями в соціально-економічному розвитку країн окремої групи, рівні розвитку інфраструктури туристичної галузі, забезпечення туристичними ресурсами, існує нерівномірність участі у міжнародному туристичному обміні країн, що розвиваються;

- перевага внутрішньорегіонального туризму над міжрегіональним;

- розвинені країни є основними зовнішніми ринками, що генерують туристичні потоки для країн, що розвиваються;

- країни із середнім рівнем доходу є найкращими напрямками, але країни з низьким доходом демонструють найвищі темпи зростання надходжень від міжнародного туризму.

### 3.2. Стратегія розвитку туризму України як потенційного напрямку економічного зростання на базі досвіду провідних країн

Більшість країн, що розвиваються, вважають туризм важливим рушієм економічного прогресу та зменшення бідності. Однак слід зазначити, що зв'язок між цими явищами не є автоматичним. Це значною мірою залежить від можливості туризму створювати робочі місця та системні зв'язки, особливо із сільським господарством та сферою послуг, а також стимулювати розвиток базової інфраструктури шляхом будівництва доріг, портів і аеропортів та надання послуг фінансових установ тощо. Важливою в даному випадку є факт національної стратегії, яка включає політичну, нормативно-правову та інституційну базу з достатніми механізмами для стимулювання розвитку перспективних напрямів на внутрішніх ринках та здійснення зусиль щодо мінімізації негативного впливу туризму на внутрішні ринки, довкілля та культурну спадщину.

У країнах, що розвиваються, міжнародний туризм може вважатися потенційним стратегічним напрямом економічного зростання, оскільки витрати на туризм, як альтернативну форму експорту, забезпечують іноземну валюту. Потім він використовується як імпорт основних товарів для наступних виробничих циклів, що, у свою чергу, призводить до зростання економіки в країнах-одержувачах.

Метою стратегії є підтримка підвищення конкурентоспроможності туризму в Україні шляхом забезпечення сталого розвитку (див. рис. 3.1).

Туризм має вирішальне значення для платіжного балансу та макроекономічної стабільності. Прямий внесок туристичного сектора у валовий внутрішній продукт, зайнятість, дохід і надходження в іноземній валюті є найбільшим у країнах, що розвиваються, які сильно залежать від туризму, особливо це у малих острівних державах.

Наслідки та характеристики туризму в країнах, що розвиваються, також можна розглядати через такі категорії, як:



Рис. 3.1 – Стратегія сталого і конкурентоспроможного туризму України

- зайнятість;
- національна економіка;
- інвестиції;

– диверсифікація економіки.

Тому при формуванні та розробці ефективної системи управління індустрією туризму необхідно проаналізувати та врахувати всі функції прямого та опосередкованого його впливу з метою формування позитивних та запобігання негативним тенденціям туристичної дестинації і місцева громада.

Туристичний бізнес відігравав важливу роль в економіці України, на нього припадало приблизно 7% ВВП країни станом на 2021 р. та забезпечувалося понад 1,5 млн. робочих місць. Ця галузь є значним джерелом надходжень в іноземній валюті для країни, у 2019 році надходження від туристичної сфери досягли 5,5 мільярдів доларів [5].

Постраждали регіони України особливо залежали і в майбутньому також залежатимуть від туризму, тому, що ця галузь робить значний внесок у місцеву економіку та загальний розвиток інфраструктури регіону. Кожен регіон України може похвалитися великою культурною спадщиною, включаючи історичні пам'ятки, природну красу та рекреаційні ресурси, різноманітну національну кухню кожного регіону, що приваблює туристів з усього світу. Однак війна в Україні серйозно вплинула на індустрію туризму, що призвело до зменшення кількості туристів, втрати робочих місць і зниження економічної активності.

Туристична інфраструктура багатьох регіонів України також постраждала, що ще більше посилило негативні наслідки конфлікту. Тому варто розуміти вплив військового конфлікту на індустрію туризму в постраждалих регіонах для подальших розробок та стратегій пом'якшення негативних наслідків і підтримати відновлення туристичної індустрії [18, 20]. Значення туристичної індустрії в розвитку економіки країни переосмислюються і змінюються в процесі глобалізації суспільства. Туристична індустрія формує своєрідне середовище, яке розвивається під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. Вплив останнього є значним, зокрема в період економічно-політично-військової трансформації в державі

та світі.

Зараз Україна перебуває в епіцентрі всіх вищезазначених змін протягом 9 років, що значною мірою впливає на розвиток економіки країни, в тому числі туристичної галузі. Зокрема, вплив зовнішнього чинника проявляється у дестабілізації безпеки всередині країни. Не менш важливими є внутрішні фактори, зокрема інвестиційний клімат, інфляція гривні, обмінний курс, економічна криза, соціальні та релігійні конфлікти тощо. Тому розвиток туристичної галузі в таких умовах залежить від реалій країни.

Туристична діяльність в період війни не припиняються повністю, вона шукає і випробовує нові напрямки, такі, як темний та військовий туризм. Якщо до цього часу в Україні дані види туризму не дуже були розвиненими та популярними, то саме зараз вони стають досить економічно-вигідними та перспективними, оскільки Україною цікавляться багато іноземних відвідувачів.

Туристична діяльність під час війни у деяких регіонах країни може бути досить страшною та небезпечною справою. Важливо вживати необхідні заходи для забезпечення безпеки туристів [11]. Основні правила безпеки, яких варто дотримуватись при подорожі під час війни:

- дослідити пункт призначення перш ніж вирушити в подорож, та регіон, який ви збираєтесь відвідати. Дізнатися про поточну ситуацію, включно з будь-якими поточними конфліктами, і зрозумійте потенційні ризики та небезпеки, пов'язані з поїздкою на цю територію;

- зареєструватись у своєму посольстві, якщо це громадянин іншої країни, реєстрація у посольстві чи консульстві є важливим кроком для будь-якого мандрівника, особливо під час війни, ще й у чужій країні. Це дасть можливість уряду країни-туриста знайти і допомогти в разі надзвичайної ситуації;

- бути в курсі останніх новин і подій у регіоні, який відвідуєте. Це допоможе прийняти обґрунтовані рішення щодо планів подорожі та вжити необхідних заходів, якщо ситуація погіршиться;

- уникати зон високого ризику, таких як військові об'єкти, урядові будівлі та інші потенційні цілі. Ці об'єкти можуть бути більш сприйнятливими до атак і можуть перебувати під суворою охороною;

- дотримуватися місцевих звичаїв та традицій, одягатися відповідно до регіону, уникати поведінки, яка може сприйматися як образлива чи неповажна;

- користуватися надійними транспортними службами та житлом і уникайте подорожей поодиночі чи вночі. Якщо можливо, подорожувати групами або з довіреним гідом;

- завжди мати резервний план на випадок надзвичайної ситуації, це включає наявність плану евакуації з території, знання розташування найближчого посольства чи консульства та наявність контактної інформації для надзвичайних ситуацій [19, 21].

Подорож під час воєнного стану в країні може бути ризикованим і складним досвідом. Однак, дотримуючись цих правил безпеки, турист може збільшити свої шанси залишатися в безпеці, живим та неушкодженим. Варто не забувати досліджувати пункти призначення, уникати зон підвищеного ризику, дотримуватись місцевих звичаїв, користуватися надійним транспортом і житлом і завжди мати запасний план [12, 13]. Туристична діяльність в Україні є важливою галуззю в економічній сфері, яка має значний вплив на економіку постраждалого регіону під час війни. Хоча війна негативно впливає на туризм, індустрія може відіграти вирішальну роль у відновленні економіки регіону. Ось кілька соціально-економічних чинників, які є важливими для розвитку туризму та економіки в постраждалих регіонах України від війни (див. рис. 3.2)

- створення робочих місць: індустрія туризму може створити робочі місця в різних секторах, таких як готельний бізнес, транспорт і роздрібна торгівля та можливості працевлаштування для місцевого населення. Це може допомогти полегшити економічні наслідки війни та забезпечити дохід постраждалому населенню;

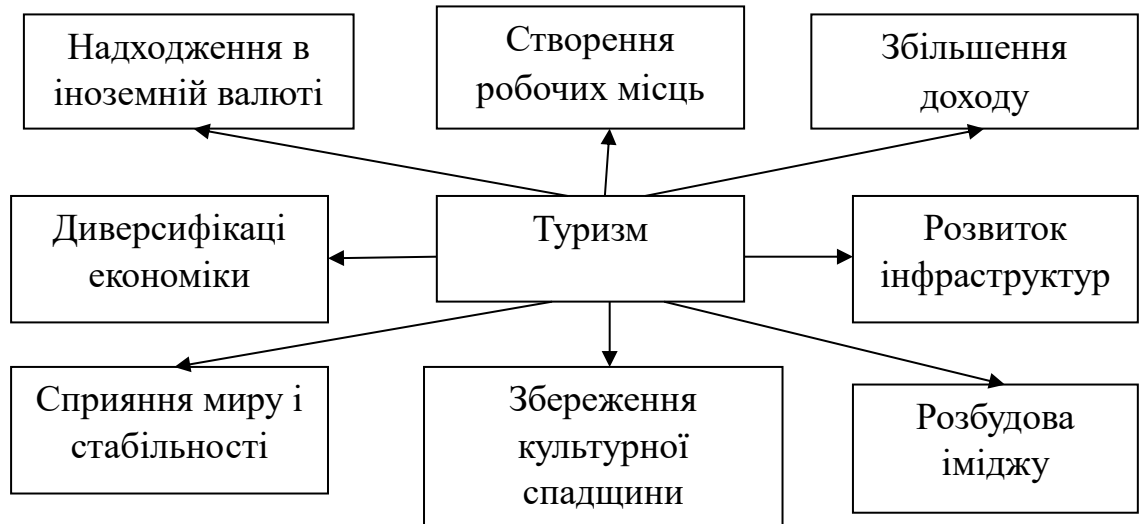


Рис. 3.2 – Вплив соціально-економічних чинників на розвиток туризму та економіки в постраждалих регіонах України від війни

- збільшення доходу: приплив туристів приносить дохід місцевій економіці. Це може допомагати підтримати місцевий бізнес і забезпечити вкрай необхідний поштовх для економіки регіону;

- надходження в іноземній валюті: туризм може генерувати надходження в іноземній валюті через витрати іноземних відвідувачів на товари та послуги в регіоні. Це може допомогти стабілізувати місцеву валюту та стати джерелом доходу для уряду;

- диверсифікація економіки: якщо зруйнований війною регіон значною мірою залежить від певної галузі, яка постраждала від конфлікту, наприклад, сільського господарства чи виробництва, туризм може забезпечити спосіб диверсифікувати економіку, створюючи більш стабільну економічну основу для регіону;

- розвиток інфраструктури: індустрія туризму також може стимулювати розвиток інфраструктури, такої як транспорт, розміщення та інші послуги. Це може допомогти покращити загальну інфраструктуру регіону, зробивши його більш привабливим для інвесторів і туристів;

- сприяння миру та стабільності: індустрія туризму може відігравати

вирішальну роль у сприянні миру та стабільності в постраждалому регіоні. Сприяючи розвитку туризму, галузь може створити відчуття нормальності та допомогти відновити репутацію регіону як мирного та привабливого місця;

- збереження культурної спадщини: індустрія туризму також може допомогти зберегти культурну спадщину регіону. Туристи часто відвідують регіони, щоб відчувати місцеву культуру та традиції, і це може допомогти зберегти ці традиції та популяризувати самобутність регіону [14, 17];

- розбудова іміджу: успішний туризм може допомогти покращити імідж регіону, зруйнованого війною, і сприяти зусиллям з розбудови миру. Це може призвести до збільшення інвестицій та економічного розвитку, а також до покращення відносин із сусідніми країнами та міжнародним співтовариством.

Стратегія загального просторового розвитку України має передбачати реорганізацію економічного простору задля створення та розвитку перспективних центрів економічного розвитку та зростання, демонстрації економічного потенціалу територій, розвитку людського капіталу. Важливою умовою екосистемного відновлення безпеки туристично-рекреаційного потенціалу є подолання інфраструктурних обмежень розвитку регіонів, що матиме вирішальне значення для розширення географії внутрішнього, а у перспективі і в'їзного туризму. У світлі окреслених вимог до розвитку туристично-рекреаційного потенціалу оптимальним для зосередження зусиль щодо конструювання інфраструктури, конкретизації туристичних об'єктів, залучення інвестицій і міжнародної кампанії з просування інтересів України у світі є військово-історичний туризм. Військово-історичний туризм тісно пов'язаний із меморіальним туризмом, орієнтований на збереження історичної пам'яті і вшанування жертв війни. Військовий туризм як окремий вид туризму є досить відомим у світі, проте його розвиток зазвичай пов'язаний з обмеженнями морально-етичного характеру [8].

У світі відомо достатньо багато прикладів, коли держави які швидко відновлювалися після завершення масштабних конфліктів інтенсифікували

розвиток військово-історичного туризму. Найбільш популярні дестинації для мілітарі-туристів знаходяться у США, Ізраїлі, Франції, Німеччині, Великій Британії, Франції, Іспанії, Китаї, а також у Польщі, Чехії та Україні [9]. Про популярність свідчить внесок військового туризму в економіку країн (див. рис. 3.3).

Війна в Україні не має аналогів в сучасній історії, відтак і пряме запозичення досвіду не є можливим. Однак, окремі моделі можуть бути імплементовані для досягнення системного ефекту у розвитку туристично-рекреаційного потенціалу.

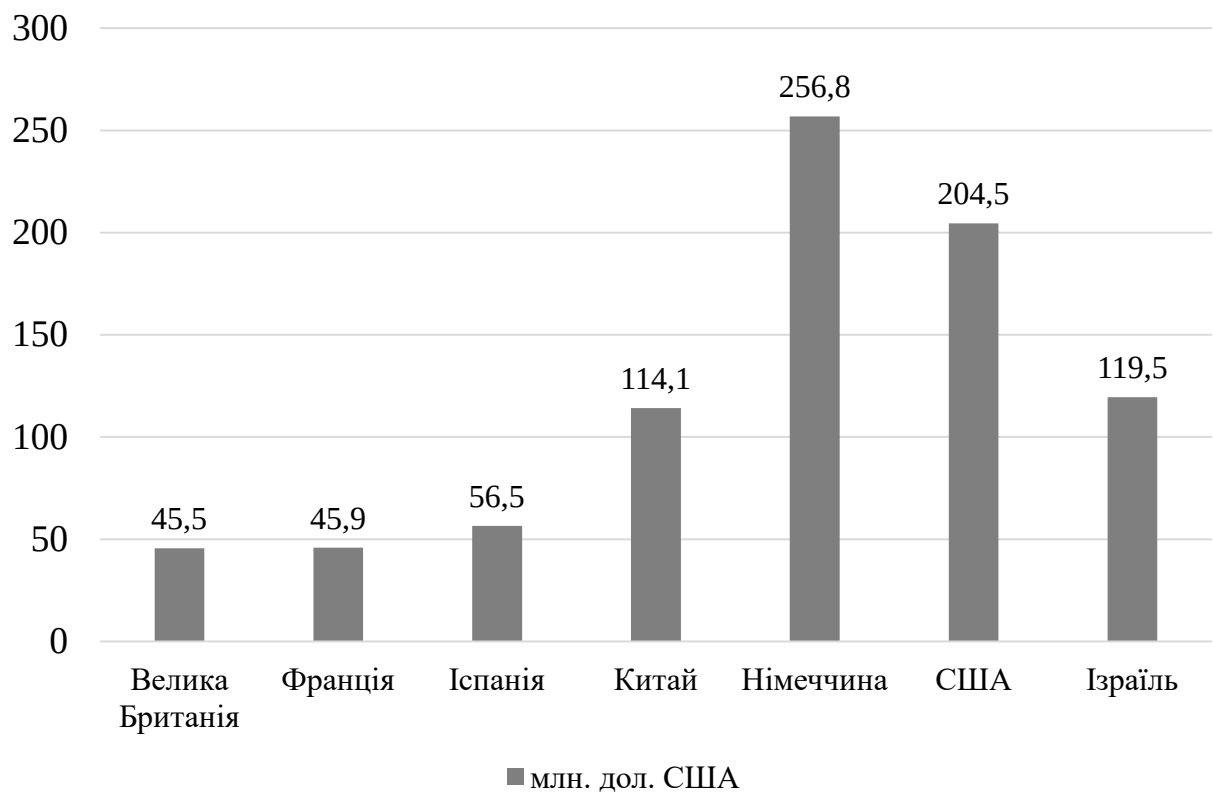


Рис. 3. 3 – Внесок від військового туризму в економіку країн, впродовж 2020 р. млн. дол. США [10]

Пріоритетними передумовами розвитку військово-історичного туризму в Україні мають стати:

- дослідження досвіду інших країн, які в даній ситуації досягли суттєвих успіхів;

- розвиток наукових досліджень ключових місць війни і подій, які відбувалися;
- створення інформаційно-фактологічної бази для розвитку «туризму пам'яті».

Військовий туризм на території України держави зберігатиме актуальність протягом багатьох років як інструмент підтримання пам'яті про військові злочини росії в Маріуполі, Бучі, Бородянці, Ірпені, Харкові, Ізюмі та інших містах і селах, а також задля вшанування місць, пов'язаних з війною в Україні, зокрема, Дебельцево, Чорнобаївка, о. Зміїний та ін.

Цінність посилення уваги до об'єктів і подій, що несуть суспільству відомості про звірства росії доповнюється і суспільним значенням декларування вічної пам'яті подій російсько-української війни.

Окреслена стратегічна мета розвитку туризму у воєнний час, таким чином, має не тільки суто економічне значення – підтримку міжнародного іміджу України, а й цивілізаційну та гуманістичну цінність. Не лише українці, а й увесь світ має усвідомлювати дійсні причини і наслідки війни.

Поставленої цілі можливо досягнути спільними зусиллями за фінансової підтримки уряду і коштів міжнародної технічної допомоги, з залученням зацікавлених сторін та за сприяння ДАРТ шляхом розробки центрального об'єкту потенціалу військово-історичного туризму в Україні – маршрутів пам'яті, які включатимуть частину зруйнованих окупантами об'єктів, які будуть збереженими для історії як демонстрація злочинів країни-агресора.

### Висновки до 3 розділу

У світі відомо достатньо багато прикладів, коли держави які швидко відновлювалися після завершення масштабних конфліктів інтенсифікували розвиток військово-історичного туризму. Найбільш популярні дестинації для мілітарі-туристів знаходяться у США, Ізраїлі, Франції, Німеччині, Великій

Британії, Франції, Іспанії, Китаї, а також у Польщі, Чехії та Україні. Про популярність свідчить внесок військового туризму в економіку країн .

Загалом туризм може надати зруйнованому війною регіону можливість відновити та відродити свою економіку, створити робочі місця та покращити якість життя місцевих жителів. Важко переоцінити важливість туризму для економіки постраждалого регіону під час війни. Ця галузь може створювати робочі місця, збільшувати доходи, диверсифікувати економіку, розвивати інфраструктуру, сприяти миру та стабільності і зберігати культурну спадщину. Інвестуючи в індустрію туризму, постраждалий регіон може почати процес відновлення та побудувати більш стабільне та процвітаюче майбутнє.

Внесок туризму в економічне зростання країни, створення робочих місць, збільшення національного потенціалу і скорочення бідності в Україні, залежить від наступних факторів:

- ступінь інтеграції сектору туризму до національної економіки завдяки багатовекторним зв'язкам з іншими галузями та інтеграції до регіональних та глобальних ланцюгів створення вартості;
- рівень доходу від туризму, включаючи іноземну валюту, який використовується для фінансування розвитку національної інфраструктури, підтримки місцевого бізнесу, розвитку навичок тощо;
- дієвість прийнятих урядом політик та стратегій, спрямованих на збільшення внутрішнього та іноземного інвестування у туристичну галузь, передачу технологій і ноу-хау тощо;
- національна діяльність, спрямована на забезпечення того, щоб туристична діяльність здійснювалася відповідно до принципів стійкого розвитку та відповідала економічним, екологічним та соціальним цілям.

## ВИСНОВКИ

Мультиплікативний вплив туризму проявляється у стимулюванні діяльності не тільки і не стільки підприємств, що задовольняють виключно туристичні потреби, але й суб'єктів багатьох суміжних ринків. Зростаючий туристичний потік приносить території неабиякі зиски – активізацію підприємництва в усіх секторах економіки, капіталізацію активів, створення робочих місць і, як результат, економічне та соціальне зростання

У першому розділі кваліфікаційної роботи розглянуто категорії «національна економіка» та її складова – «туризм». Національна економіка – велика, складна господарська система, яка являє собою взаємопов'язані сектори, сфери та галузі, тобто це народне господарство окремої країни. Сучасна індустрія туризму - одна з найбільш швидко прогресуючих галузей народного господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. Але позитивний вплив туризму на економіку країни відбувається тільки у тому випадку, якщо він розвивається всебічно тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він в державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку XXI ст. туризм за обсягами доходу справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки. В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. Завдяки стрімкому розвитку світовий туризм у 20 ст. був визнаний економічним феноменом. Протягом багатьох років туризм постійно демонстрував свою стійкість і здатність не тільки відновлюватись після економічних криз, але й сприяти ширшому економічному та соціальному відродженню.

Пандемія COVID-19 найбільше вдарила по світовій туристичній

індустрії. Потік туристів через пандемію коронавірусу у всьому світі скоротився на 65%.

У другому розділі кваліфікаційної роботи досліджено сучасний стан та тенденції розвитку туризму, як галузі народного господарства. Міжнародний туризм у 2023 р. розпочався на сильній ноті: Близький Схід відновив рівень 2019 р. в першому кварталі. У першому кварталі 2023 р. кількість міжнародних туристів досягла 80% від допандемічного рівня. За оцінками, за перші три місяці за кордон здійснили 235 млн туристів, що більш ніж удвічі більше, ніж за той самий період 2022 р. Міжнародні туристичні прибуття досягли 80 % від допандемічного рівня в першому кварталі 2023 р. (-20 % порівняно з тим самим кварталом 2019 р.) завдяки сильним результатам у Європі та на Близькому Сході порівняно з 66 % відновленням за рік.

Загалом у 2022 р. міжнародний туризм зріс на 86% у першому кварталі 2023 р. порівняно з тим самим періодом минулого року, демонструючи постійне зростання на початку року. 235 млн туристів здійснили міжнародні подорожі за перші три місяці, що вдвічі більше, ніж за той самий період 2022 р. Близький Схід показав найсильніші показники (+15%) і став першим у світі регіоном, який відновив показники до пандемії за повний квартал. У першому кварталі 2023 р. Європа досягла 90% рівня до пандемії завдяки значному внутрішньорегіональному попиту. Африка досягла 88%, а Америка – приблизно 85% від рівня 2019 р., тоді як Азія та Тихоокеанський регіон прискорили своє відновлення, досягнувши 54% рівня до пандемії. За субрегіонами Південна Середземноморська Європа (+1%) і Північна Африка (+4%) відновили показники 2019 р. У 2022 р. надходження від міжнародного туризму відновили позначку в 1 трильйон доларів США, зрісши на 50% у реальному вираженні порівняно з 2021 р. і досягнувши 64% від рівня до пандемії.

В умовах сьогодення Україна перебуває в центрі світової спільноти, політики та європейського ринку, у світлі змін у політичній, економічній та військовій сферах. А це впливає на розвиток економіки країни та політику

щодо країн ближнього та далекого зарубіжжя, у тому числі на розвиток туристичної галузі. Туристична сфера є важливою галуззю для економіки кожного регіону України, оскільки вона створює значну економічну активність і можливості для працевлаштування. До початку повномасштабного вторгнення країни-агресора Україна приваблювала все більше туристів як із внутрішнього, так і з міжнародних ринків, сприяючи економічному розвитку країни.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи запропонована стратегія загального просторового розвитку України, яка передбачає реорганізацію економічного простору задля створення і розвитку перспективних центрів економічного розвитку та зростання, демонстрації економічного потенціалу територій, розвитку людського капіталу. Важливою умовою екосистемного відновлення безпеки туристично-рекреаційного потенціалу є подолання інфраструктурних обмежень розвитку регіонів, що матиме вирішальне значення для розширення географії внутрішнього, а у перспективі і в'їзного туризму.

У світлі окреслених вимог до розвитку туристично-рекреаційного потенціалу оптимальним для зосередження зусиль щодо конструювання інфраструктури, конкретизації туристичних об'єктів, залучення інвестицій і міжнародної кампанії з просування інтересів України у світі є військово-історичний туризм. У світі відомо достатньо багато прикладів, коли держави які швидко відновлювалися після завершення масштабних конфліктів інтенсифікували розвиток військово-історичного туризму. Найбільш популярні дестинації для мілітарі-туристів знаходяться у США, Ізраїлі, Франції, Німеччині, Великій Британії, Франції, Іспанії, Китаї, а також у Польщі, Чехії та Україні

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 21–27.
2. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. *Бізнес Інформ*. 2021. № 3. С. 56–62.
3. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. *The actual problems of regional economy development*. 2022. № 3. С. 5–7.
4. Басюк Д. І., Барна М. Ю. Наукові основи стратегічного розвитку туристично-готельної галузі. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2018. № 54. С. 15–22.
5. Безверхнюк Т. М., Бабов К. Д., Цуркан О. І. Ресурсне забезпечення післявоєнного відновлення та розвитку України: потенціал курортно-рекреаційної сфери. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. Вип. 6(8). С. 459–470. URL : [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-6\(8\)-459-470](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-6(8)-459-470)
6. Безуглий В.В., Козинець С.В. Регіональна економічна та соціальна географія світу : посіб. Київ : Видавничий центр «Академія», 2003, 688 с.
7. Білоцерківський О. Б. Сучасний стан і перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету: Серія Економічні науки*. 2018. № 28 (2). С. 170–173.
8. Божко Л. Д., Холодок В. Д. Туризм: проблеми та перспективи розвитку під час війни. URL: <http://ku-khsac.in.ua/article/view/265423> (дата звернення 20.05.2023).
9. Бондаренко А., Дугієнко Н. Вплив пандемії Covid-19 на міжнародний туризм. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 3 (26). С. 3–7.
10. Вовк С.В. Всесвітня туристична організація як глобальний форум у сфері туристичної політики. Екон. аналіз: зб. наук. праць. 2014. № 2. Т. 18. С. 81–86

11. Воронкова Т. Є. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2020. №11. С. 82–87.
12. Гайдук А. Дослідження розвитку світової туристичної індустрії з використанням методу сценаріїв. *Маркетинг*. 2018. № 3. С. 152–159.
13. Герасимів З., Христенко Г. Особливості розвитку туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. С. 23–27.
14. Гресь-Євреїнова С. В., Мамотенко Д. Ю., Шелемєтьєва Т. В. Система моніторингу світового ринку туристичних послуг. *Інфраструктура ринку*, 2022. № 66. С. 23–28.
15. Державне агентство розвитку туризму. URL : <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 16.11.2023).
16. Державна служба статистики. URL : [https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2022/bl/makro/macro\\_1221.pdf](https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/bl/makro/macro_1221.pdf) (дата звернення 20.05.2023).
17. Дишкантюк О. В., Потьомкін Л. М., Власюк К. В. Індустрія гостинності та туризму в умовах Covid19: світова практика та українські реалії. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 61. С. 11–17.
18. Живко З., Лелюк Н. Управління безпекою туристичної галузі в умовах пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. С. 23–28.
19. Зайцева В., Бут Т., Пуліна Т. Ринок туристичних послуг України : навч. посіб. Запоріжжя : Просвіта, 2019. 292 с.
20. Законодавство України про туризм і готельну справу: збірник офіційних текстів законів станом на 1 лютого 2012 р. Київ : «Центр учбової літератури». 2012. 242 с.
21. Кукліна Т., Цвілій С., Журавльова С. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії. *Підприємництво та інновації*. 2022. Вип. 23. С. 12–15.
22. Леміш К., Бабіна Н., Швачко В. Дослідження тенденцій розвитку міжнародного туризму. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 60-1.

С. 14–17.

23. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Підручник. К.: «Альтерпрес», 2013. 436 с.

24. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. Київ : «Центр учбової літератури», 2016. 544 с.

25. Мальська М. П. Теоретико-методологічні засади оцінки місця і ролі сфери послуг у системі національної економіки країни. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2011. №. 28. С. 253–261.

26. Малярчук, Н. М., Чирва, О. Г. Проблеми та перспективи розвитку незвичайних видів туризму на території України після закінчення російсько-української війни на прикладі військового туризму. *Економічні горизонти*. 2022. Вип. 4(22). С. 34–42. URL : [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(22\).2022.267014](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(22).2022.267014) (дата звернення 20.10.2023).

27. Найбільш відвідувані країни світу 2023. URL : <https://rtraveler.ru/travel/eksperty-nazvali-samye-poseshaemye-strany-mira/> (дата звернення: 12.11.2023).

28. Непочатенко В. Covid-19 і туризм: аналіз ситуації та економічні шляхи виходу із кризи. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. URL : [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7\\_2020/54.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2020/54.pdf). (дата звернення: 16.11.2023).

29. Погуда Н. В., Примак Т. Ю., Івченко Л. О. Дослідження чутливості туристичних потоків до впливу світових та локальних факторів. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія Економіка і управління*. 2020. Том 31(70). № 2. С. 119–124.

30. Подлепна П. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 2. С. 203–206.

31. Пробоїв О.А. Вплив міжнародного туризму на економічну політику країни в умовах пандемії COVID-19. Класичний приватний університет. *Приазовський вісник*. Вип. 1(24) 2021. С. 22–29.

32. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р., № 324/95-ВР. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95> (дата звернення 20.05.2023).

33. Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6241> (дата звернення: 20.05.2023).

34. Статистичний щорічник України URL : [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ1\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm) (дата звернення 20.05.2023).

35. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. Київ : Музична Україна, 2022. 256 с.

36. Соціально-економічні та гуманітарні наслідки російської агресії для українського суспільства. URL : [https://razumkov.org.ua/uploads/article/2022\\_Gum.pdf](https://razumkov.org.ua/uploads/article/2022_Gum.pdf) (дата звернення: 16.11.2023).

37. Статистичний щорічник України URL : [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/publ1\\_u.htm](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm) (дата звернення: 16.11.2023).

38. Туристична діяльність в Україні у 2019 році. Архів Державної служби статистики України. URL : [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr\\_dil/arch\\_tyr\\_dil.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm) (дата звернення 20.05.2023).

39. Туристичний барометр України URL : <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-poster-2020.pdf> (дата звернення 20.10.2023).

40. Туризм: інноваційні рішення та прогнози. URL : <https://sfii.gov.ua/turizm-innovacijni-rishennya-ta-prognozi/> (дата звернення: 16.11.2023).

41. Туристична галузь після війни: можлива реанімація та антикризове управління? URL : <https://blog.liga.net> (дата звернення: 16.10.2023).

42. Чаркіна Т. Ю., Зайцева В. М., Пікуліна О. В., Реукова А. О. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. *Агросвіт*. 2022. № 3.

C. 12–17.

43. Черненко Н., Зінченко Л. Розвиток туризму як пріоритетної галузі економіки. *Підприємництво та інновації*. 2019. №8. С. 99–104. URL : <https://doi.org/10.37320/2415-3583/8.16> (дата звернення: 20.10.2023).

44. Чухно А. А., Юхименко П. І., Леоненко П. М. Сучасні економічні теорії : підручник. Київ : Знання, 2007. 878 с.

45. Шамара І. М., Гапоненко Г. І., Кривулькіна Д. І. Проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку України в контексті загальносвітових тенденцій. *Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2020. № 11. С. 32–36.

46. Central Intelligence Agency. The World Factbook (2019). Economy. URL : <https://www.cia.gov/library/publications/the-worldfactbook/geos/gm.html> (дата звернення: 20.05.2023).

47. Colin, Clark. Conditions of Economic Progress. London : Macmillan and Co. & Co. Ltd Sent Martin's Press, 1940. 515 p.

48. Colin, Clark. Conditions of Economic Progress. Third edition largely rewritten. London : Macmillan & Co. Ltd New York Sent Martin's Press, 1960. 720 p.

49. Fisher Allan G. B. The Clash of Progress and Security. London : Macmillan & Co. Ltd Sent Martin's Street, 1935. 235 p.

50. Fisher Allan G. B. Production, Primary, Secondary and Tertiary. *Economic Record*. 1939. Vol. 15, Issue 1. P. 24–38.

51. Fourastie J. La progres technique et revolution economique. Paris. 1958.

52. Pasquinelli C., Trunfio M. Reframing urban overtourism through the Smart-City Lens. *Cities*. Vol. 102. July 2020. Article 102729.

53. Porat M., Rubin M. The information economy: development and measurement. Washington : Government Printing Office, 1977. 130 p.

54. Sigala M. Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*. Vol. 117. September 2020. pp. 312– 321. 2020.

55. The Airbnb Invasion of Barcelona. URL : <http://www.newyorker.com/magazine/2019/04/29/the-airbnbinvasion-of-barcelona> (дата звернення: 20.10.2023).

56. The travel & tourism competitiveness report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point. URL : [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf) (дата звернення: 20.1.2023).

57. The Lisbon Review (2002). An Assessment of Policies and Reforms in Europe, Geneva: World Economic Forum. URL : [http://www.weforum.org/pdf/Gcr/LisbonReview/LisbonReview\\_2002.pdf](http://www.weforum.org/pdf/Gcr/LisbonReview/LisbonReview_2002.pdf). (дата звернення: 20.05.2023).

58. World economic situation and prospects. URL : <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economicsituation-and-prospects-july-2021-briefing-no-151/> (дата звернення 20.10.2023).

59. Central Intelligence Agency. The World Factbook (2019). Economy. URL : <https://www.cia.gov/library/publications/the-worldfactbook/geos/gm.html> (дата звернення: 16.11.2023).

60. UNWTO, World Tourism Barometer, vol. 18, No. 3, June 2022 та UNWTO, World Tourism Barometer, vol. 18, No. 2, May 2022, Madrid, URL : <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>. (дата звернення: 16.11.2023).

61. The World Tourism Organization (UNWTO) (2021) World Tourism Barometer. URL : [https://tourlib.net/wto/UNWTO\\_Barometer\\_2021\\_01.pdf](https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf). (дата звернення: 16.11.2023).

62. International tourism and COVID-19. The World Tourism Organization (UNWTO). URL : <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>. (дата звернення: 16.11.2023).

63. UNWTO, World Tourism Barometer, vol. 18, No. 3, June 2020, Madrid, URL : <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>. (дата звернення: 16.11.2023).

65. UNWTO (2021). Tourism and covid-19 – Unprecedented economic impacts. URL : <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>. (дата звернення: 16.11.2023).

66. UNWTO Tourism Dashboard. Available at <https://www.unwto.org/unwto-tourismdashboard> (accessed 1 June 2021). (дата звернення: 16.11.2023).

67. UNWTO (2021d). World Tourism Barometer, January 2021. Available at <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/19/1>. (дата звернення: 16.11.2023).

68. WHO (2021). WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard. Available at <https://covid19.who.int/> (дата звернення: 16.11.2023).

69. UNCTAD, World Investment Report, 2021, pp.6 і 82. URL : <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2769>. (дата звернення: 16.11.2023).

70. Суша М. І., Мамотенко Д. Ю. Сучасний стан міжнародного туризму та його вплив на національні економіки. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства* : матеріали міжнар. наук. конф., 10 лист. 2023 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 600–603.

## ДОДАТКИ

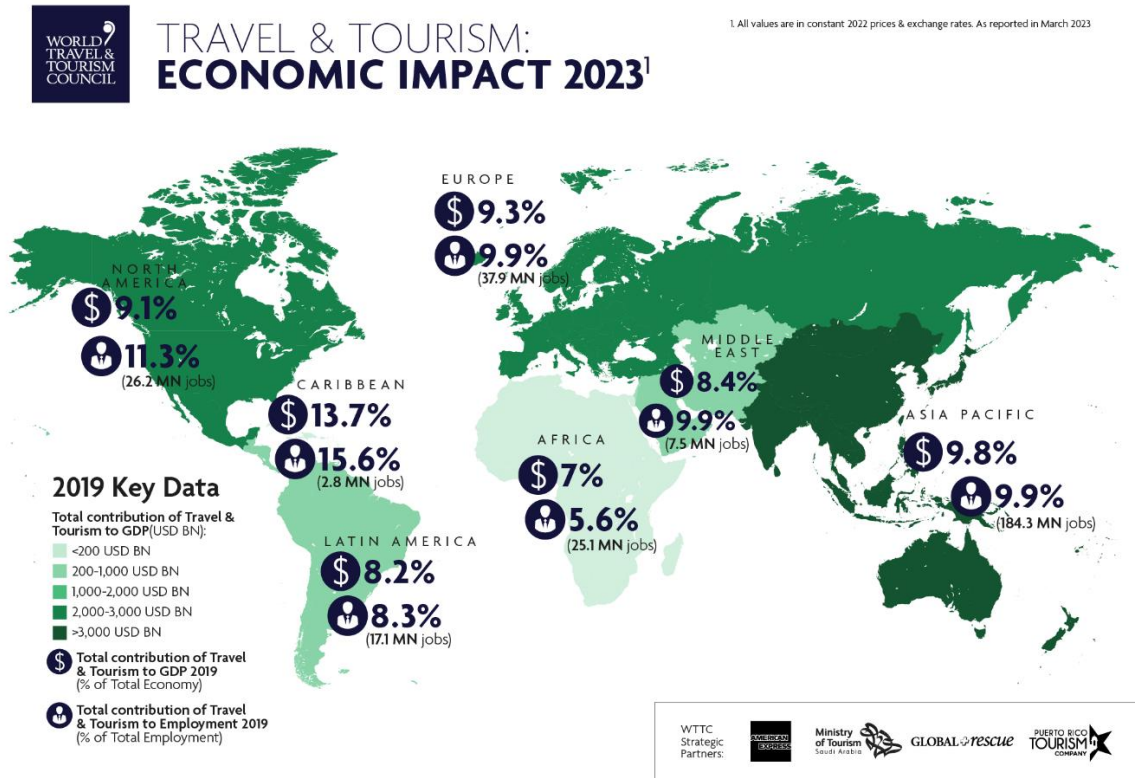
## Додаток А

## Схема мультиплікаційного ефекту туризму



Додаток Б

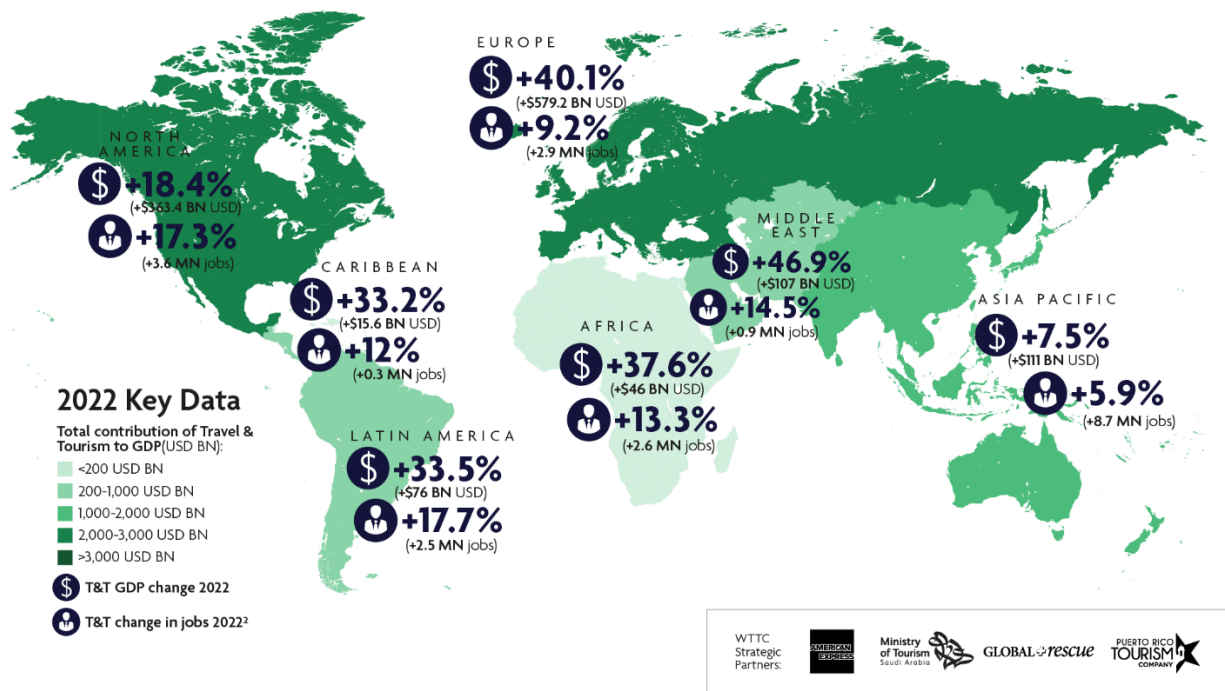
Динаміка кількості туристів в світі за 2019-2021 рр.





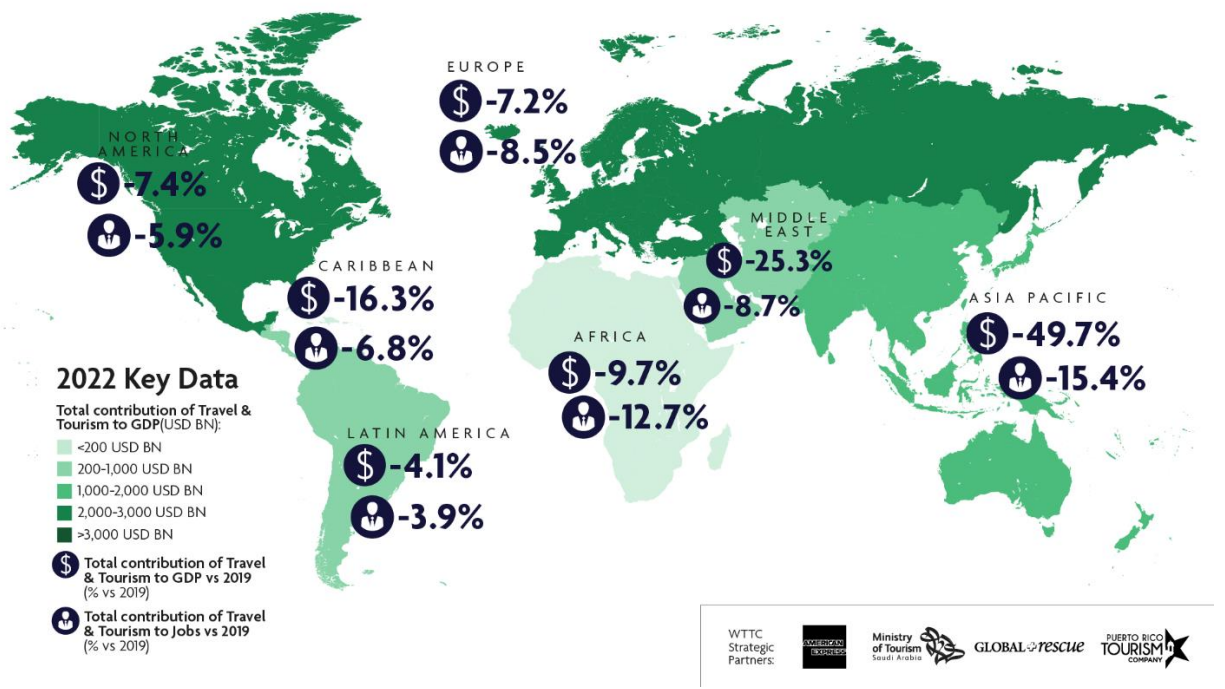
# TRAVEL & TOURISM: ECONOMIC IMPACT 2023<sup>1</sup>

1. All values are in constant 2022 prices & exchange rates. As reported in March 2023  
2. Where the country or region has implemented job support schemes and supported jobs are still recorded as employment by national statistical authorities, job losses exclude those supported jobs (where known)



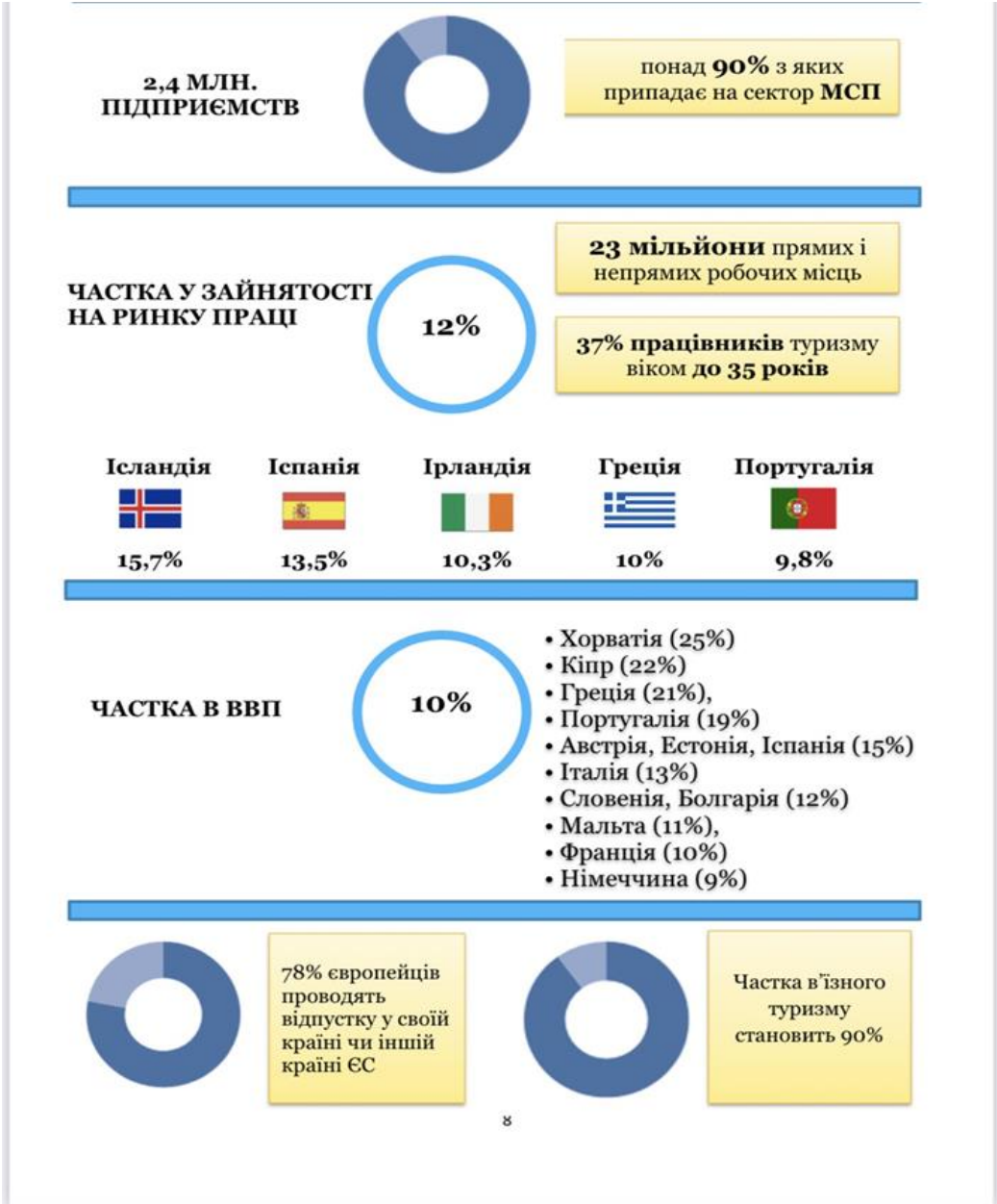
# TRAVEL & TOURISM: ECONOMIC IMPACT 2023<sup>1</sup>

1. All values are in constant 2022 prices & exchange rates. As reported in March 2023



# Додаток В

## Вплив туризму на економіку ЄС



## Додаток Г

## Вплив COVID-19 на економіку ЄС

## COVID-19 ТА ТУРИСТИЧНИЙ СЕКТОР ЄС

Туризм ЄС  
втрачає близько  
**1 млрд. євро**



Туристичний  
потік зменшився  
на **68%**

## Падіння доходів, червень 2020

Втрати туристичного сектору,  
квітень - травень 2020

|        |          |      |         |         |         |          |
|--------|----------|------|---------|---------|---------|----------|
|        |          |      |         |         |         |          |
| 96%    | 86%      | 78%  | 70%     | 51%     | 56%     | 56%      |
| Італія | Хорватія | Кіпр | Франція | Іспанія | Румунія | Словенія |

## Ринок праці

Близько **6 мільйонів працівників** туристичної галузі ЄС вже втратили роботу через пандемію COVID-19.



Втрати робочих місць туристичного сектору за підсумками 2020 р.: від **14,2 до 29,5 млн осіб**

Додаток Д

Вплив туризму на економіку України в довоєнний час

ГОЛОВНІ ПОКАЗНИКИ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ, 2019

**100 тисяч**  
**комерційних об'єктів**  
- готелів, ресторанів,  
туристичних компаній

**4 664 суб'єктів**  
**господарювання в**  
**туристичному секторі**

**80%** з яких  
припадає на  
сектор **МСП**

**ЧАСТКА У ЗАЙНЯТОСТІ**  
**НА РИНКУ ПРАЦІ**

**6,2%**

**1,029 млн.**  
**робочих місць**

**ЧАСТКА В ВВП**



**1,4-9%**

13,6 млн.  
іноземних  
туристів

\$ 1,4 млрд  
витрати  
іноземних  
туристів

13%  
частка  
іноземних  
туристів

**Київ, Одеса, Львів –**  
**основні туристичні напрямки в Україні**

**67%**

**33%**



проводять відпустку в Україні



проводять відпустку за кордоном