

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

### ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Виконав: студент II курсу, групи МТЕ-122м  
Спеціальності 242 Туризм \_\_\_\_\_

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма Туризмознавство \_\_\_\_\_

КОРНІЄНКО В.А. \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Керівник \_\_\_\_\_ КОРНІЄНКО О.М. \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Рецензент \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ****Національний університет «Запорізька політехніка»**Інститут, факультет Міжнародного туризму та економікиКафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесуСтупінь вищої освіти Другий (магістерський) рівеньОсвітньо-кваліфікаційний рівень магістрСпеціальність 242 Туризм  
(шифр і назва)Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство  
(назва освітньої програми (спеціалізації))**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я****НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА**КОРНІЄНКА Віктора Анатолійовича

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи (проекту) Особливості функціонування світової туристичної галузікерівник роботи (проекту) КОРНІЄНКО О.М., к.е.н., доцент ,

затвердженні наказом вищого навчального закладу від 18 жовтня 2023 року № 397

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.12.2023 р.3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використано статистичні дані Всесвітньої туристичної організації, аналітичні звіти Всесвітньої туристичної організації, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела

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

Розділ 1. Теоретичні аспекти функціонування світової туристичної галузі. Розділ 2. Дослідження особливостей функціонування світової туристичної галузі. Розділ 3. Перспективи функціонування світової туристичної галузі.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1 таблиці, 7 рисунків

## 6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

| Розділ                | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата     |                  |
|-----------------------|-------------------------------------------|------------------|------------------|
|                       |                                           | завдання видав   | завдання прийняв |
| <b>1</b>              | КОРНІЄНКО О.М., доцент каф. ТГРБ          | 01.09.2023       | 02.09.2023       |
| <b>2</b>              | КОРНІЄНКО О.М., доцент каф. ТГРБ          | 23.09.2023       | 25.09.2023       |
| <b>3</b>              | КОРНІЄНКО О.М., доцент каф. ТГРБ          | 16.10.2023       | 18.10.2023       |
| <b>Нормо контроль</b> | ГРЕСЬ-ЄВРЕІНОВА 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 |

Студент

(підпис)

Віктор КОРНІЄНКО

(ім'я та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

(підпис)

Ольга КОРНІЄНКО

(ім'я та прізвище)

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 88 с., 7 рис., 1 табл., 56 джерел.

Об'єкт дослідження – світова туристична галузь.

Мета роботи – дослідження особливостей функціонування світової туристичної галузі.

Методи дослідження: діалектичний метод, метод теоретичного узагальнення, системного аналізу та синтезу, порівняльного аналізу, структурний метод, статистичні методи, метод спостережень.

В першому розділі кваліфікаційної роботи розглянуто світову туристичну галузь як економічний комплекс; висвітлено особливості, функції та чинники функціонування туристичної галузі. В другому розділі кваліфікаційної роботи проаналізовано функціонування світової туристичної галузі; проаналізовано функціонування туристичної галузі в країнах Європейського Союзу. Третій розділ кваліфікаційної роботи містить визначення шляхів подолання кризових явищ та основних напрямків розвитку світової туристичної галузі в умовах сучасності.

Одержані результати кваліфікаційної роботи можуть бути використані органами управління туристичною галуззю, туристичними підприємствами при розробці стратегій розвитку, суб'єктами туристичного ринку, що організовують туристично-рекреаційну діяльність.

ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ, ОСОБЛИВОСТІ, ФУНКЦІОНУВАННЯ, РЕГІОН, КРАЇНА.

## АНОТАЦІЯ

**Корнієнко В. А. Особливості функціонування світової туристичної галузі.** – Кваліфікаційна робота.

У роботі розглянуто теоретичні аспекти функціонування світової туристичної галузі; досліджено особливості функціонування світової туристичної галузі; визначено шляхи подолання кризових явищ у світовій туристичній галузі та основні напрямки розвитку світової туристичної галузі в умовах сучасності.

*Ключові слова:* туристична галузь, особливості, функціонування, регіон, країна.

## ANNOTATION

**Korniienko V. A. Features of the functioning of the world tourism industry.** – Qualifying work.

The paper examines the theoretical aspects of the functioning of the world tourism industry; the peculiarities of the functioning of the world tourism industry were investigated; the ways of overcoming crisis phenomena in the world tourism industry and the main directions of development of the world tourism industry in modern conditions are defined.

*Keywords:* tourism industry, features, functioning, region, country.

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

ВВП – валовий внутрішній продукт

грн – гривні

див. – дивись

дол. – долари

ЄС – Європейський Союз

ЗМІ – засоби масової інформації

ін. – інше

НТП – Науково-технічний прогрес

млн – мільйон

млрд – мільярд

МОП – Міжнародна організація праці

МСОТО – Організація офіційних туристичних організацій ООН

НТП – Науково-технічний прогрес

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

ст. – століття

США – Сполучені Штати Америки

табл. – таблиця

ти. – тисяча

трлн – трильйон

ЮНВТО – Всесвітня туристична організація

% – відсоток

AIENT – Асоціація професіоналів туристичної науки

IAG – Міжнародний авіаційний холдинг

IATA – Міжнародна асоціація повітряного транспорту

ICOMOS – Міжнародна рада пам'яток та видатних місць

COVID-19 – коронавірусна інфекція

OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development

RevPAR – чистий прибуток від номера

WTCC – Всесвітня рада з туризму та подорожей

## ЗМІСТ

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП                                                                             | 9  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОЇ<br>ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ        | 12 |
| 1.1. Світова туристична галузь як економічний комплекс                            | 12 |
| 1.2. Особливості, функції та чинники функціонування туристичної<br>галузі         | 24 |
| Висновки до 1 розділу                                                             | 32 |
| РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ<br>СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ  | 35 |
| 2.1. Аналіз функціонування туристичної галузі в світі                             | 35 |
| 2.2. Аналіз функціонування туристичної галузі в країнах Європейського<br>Союзу    | 51 |
| Висновки до 2 розділу                                                             | 59 |
| РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОЇ<br>ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ               | 61 |
| 3.1. Шляхи подолання кризових явищ у світовій туристичній галузі                  | 61 |
| 3.2. Основні напрямки розвитку світової туристичної галузі в умовах<br>сучасності | 68 |
| Висновки до 3 розділу                                                             | 73 |
| ВИСНОВКИ                                                                          | 76 |
| ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ                                                                  | 82 |

## ВСТУП

Туристична галузь розглядається як рушійна сила економічного зростання. Індустрія туризму характеризується стрімким розвитком суспільних відносин, техніки та технологій. Вона являється невід'ємною складовою зовнішньоекономічної діяльності та забезпечує вирішення важливих економічних та соціальних питань.

Світова економічна криза стала чинником, що стимулює туристичні країни світу до максимального використання наявного в них економічного потенціалу в сфері туризму як специфічного джерела грошових надходжень.

Наприклад, в Європі, найбільш туристично-розвинутій частині світу, не в повній мірі реалізуються можливості туристичного бізнесу, місцева та регіональна влада повинна активніше працювати, щоб допомогти індустрії туризму адаптуватися до теперішньої складної економічної ситуації, що спричинена наслідками пандемії COVID-19 за рахунок диверсифікації й розвитку більш стійких галузевих бізнес-моделей. Європейський досвід свідчить, що ключове значення повинні відігравати місцева та регіональна влада, від якої залежить стійке управління туристичними напрямками, оскільки, економічна структура сектору туризму представлена переважно малими та середніми підприємствами [9].

Вагомий внесок у дослідження особливостей функціонування світового туризму здійснили вітчизняні та зарубіжні вчені: Бакурова А. В. Бунтова Н. В., Зайцева В. М., Кирилюк І. М., Корнієнко О. М., Любіцева О. О., Мальська М. П., Самойленко А. А., Цвілій С. М. та ін. Разом з тим на сучасному етапі залишаються не достатньо вирішеними питання щодо оцінки та розвитку світової туристичної галузі в умовах кризи та соціально-економічних потрясінь.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей функціонування світової туристичної галузі.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити такі

завдання:

- розглянути теоретичні аспекти розвитку туристичної галузі;
- дослідити особливості функціонування світової туристичної галузі;
- визначити перспективи функціонування світової туристичної галузі.

Об'єктом дослідження є світова туристична галузь.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти функціонування світової туристичної галузі.

Джерелами інформації для написання роботи слугували: статистичні дані Всесвітньої туристичної організації, аналітичні звіти, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела, власні дослідження.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань під час написання роботи було використано такі загальнонаукові та спеціальні методи: описовий, що передбачає узагальнення зібраного матеріалу та визначення сутності поняття туристична галузь; порівняльний – для визначення спільних та відмінних ознак ресурсних складових туристичної галузі; статистичний – для аналізу особливостей функціонування світової туристичної галузі; аналіз і синтез, що передбачає розподіл досліджуваних об'єктів на складові, властивості та об'єднання їх під час вирішення завдань; структурний та системний аналіз – для розгляду проблем функціонування світової туристичної галузі у кризових умовах; абстрактно-логічний – для теоретичного узагальнення та формулювання висновків.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в доповненні змісту теоретичних аспектів функціонування туристичної галузі, а також у визначенні основних напрямів розвитку туризму у світі.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження органами управління туристичною галуззю, туристичними підприємствами при розробці стратегій розвитку, суб'єктами туристичного ринку, що організовують туристично-рекреаційну діяльність. Також матеріали кваліфікаційної роботи доцільно використати

при викладанні дисциплін «Економіка туризму» та «Моніторинг світового ринку» здобувачам вищої освіти спеціальності 242 «Туризм».

Апробація результатів дослідження. Основні результати, викладені в роботі, доповідалися на II Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р.) [56].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань. Загальний обсяг роботи складає 88 сторінок друкованого тексту, основний зміст роботи викладено на 81 сторінці, включаючи 1 таблицю, 7 рисунків. Перелік посилань містить 56 найменувань.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

### 1.1. Світова туристична галузь як економічний комплекс

Ряд дослідників розглядає туризм не як окрему галузь, а як групу пов'язаних галузей. Сектор туризму – один із секторів світової економіки. Це відноситься до сектора, який включає всі ті компанії, які безпосередньо чи опосередковано пов'язані з туризмом. У цей сектор входять усі готельні, громадські, транспортні компанії, а також усі види діяльності, які можуть бути пов'язані зі світом туризму [1].

Туристський сектор є синтетичним поняттям, що поєднує поняття «ринок» та «туристична галузь». Ринок туристичних послуг є сферою обігу різних видів діяльності, задовольняє потреби специфічної категорії споживачів (туристів) і приводить у рівновагу попит та пропозицію на основі процесів конкурентного механізму.

Туристична галузь визначається як сукупність підприємств виробничої та невиробничої сфер діяльності, що виробляють близькі продукти з використанням аналогічних ресурсів та технологій.

Отже, ринок об'єднується задовольняється потребою, а галузь – характером використовуваних технологій.

Світова туристична галузь є економічним феноменом, який втілює основні економічні механізми. На сьогодні туризм існує у світовій, регіональній торгівлі товарами та послугами та у багатьох економічних відносинах.

Світова туристична галузь характеризується високими темпами розвитку у всьому світі. Настільки швидкий розвиток можна пояснити різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів.

На теперішній час аналітики покладають в основу розвитку

міжнародного туризму знаходяться такі чинники:

1. Економічне зростання і соціальний прогрес привели до розширення обсягу ділових поїздок та подорожей з пізнавальними цілями.
2. Удосконалення всіх видів транспортних засобів зробило дешевшими поїздки.
3. Збільшення кількості найманих працівників і службовців у розвинутих країнах та підвищення їхнього матеріального й культурного рівня.
4. Інтенсифікація праці й отримання працюючими більш довгих відпусток.
5. Розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами привів до розширення міжособистісних зв'язків між регіонами.
6. Розвиток сфери послуг стимулював розвиток сфери перевезень і технологічний прогрес у галузі телекомунікації.

Світову туристичну галузь можна віднести до провідного сектору бізнесу, який для багатьох країн вже став провідним напрямом у міжнародній торгівлі, а також пріоритетним сектором для розвитку та напрямком зростання економіки для багатьох країн.

Як уже зазначалося, туристична галузь – це багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, пов'язаний з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів [10].

Туристична галузь це є економічний комплекс, розвиток якого більшою мірою пояснюється світогосподарськими процесами та відносинами, аніж внутрішніми причинами.

Але туризм є також і найважливішим каталізатором економічного зростання багатьох швидко країн, що розвиваються, оскільки виступає каналом перерозподілу валового національного продукту між країнами, які не супроводжується вивезенням (імпортом) товарів та послуг [2].

Туристична галузь – економічне джерело створення нових робочих місць та отримання прибутку, розвитку інфраструктури.

Туристична галузь – невід’ємна складова загального міжнародного ринку [3]. Але для того, щоб краще зрозуміти феномен настільки швидкого і інтенсивного розвитку міжнародного туризму треба дати трактування значення.

Туристична галузь – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від’їжджає [4].

Імпульс зростання, початок якому поклав туризм, передається по ланцюжку інших галузей економіки. У них активізується інвестиційна діяльність, створюються нові робочі місця, розширюється торговельний оборот і, як наслідок, збільшуються джерела доходів – заробітна плата, рента, прибуток.

Частина отриманих доходів, яка також має тенденцію зростання, надходить до бюджету у формі податкових надходжень та інших обов’язкових відрахувань.

Крім того, державна скарбниця поповнюється за рахунок імпорتنих мит. Зібрані таким чином кошти знову можуть бути спрямовані на фінансування туристичних потоків, надання матеріальної допомоги при організації відпочинку соціально вразливих груп населення.

Туристична галузь – це не тільки екскурсії. До екскурсій можна віднести дорогу, яка повторюється постійно [4].

Світова туристична галузь включає в’їзний та виїзний туризм, тобто діяльність відвідувачів, які постійно проживають на території даної країни, за її межами в межах внутрішніх або виїзних туристичних поїздок і діяльність відвідувачів, які не проживають на території даної країни, в межах даної країни під час в’їзних туристичних поїздок [5].

Світова туристична галузь має декілька значень: вузьке та широке. Вузьке значення передбачає туристичні, заздалегідь підготовлені маршрути

по переміщенню громадян за їх рахунок. Але ці переміщення не мають робочий характер [6].

Туристський сектор впливає на національну економіку через реалізації таких економічних функцій, як виробнича, сприяння зайнятості населення, створення доходу, згладжування нерівності у розвитку регіонів та нівелювання платіжного балансу країни. Функції туристичного ринку дозволяють оцінити ступінь його впливу на економіку країни за отримуваним економічним ефектом.

Виробнича функція виявляється у тому, що туристичні організації створюють туристські продукти та послуги і, таким чином, сприяють формуванню ВВП [7].

В свою чергу турист (мандрівник) – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін (із Закону України «Про туризм») [4]. Основні чинники, які спонукали виникненню подорожей, а потім і такої галузі, як туризм були:

1. Географічні – особливості розташування регіонів та країн та необхідність налагодження зв'язку між ними.
2. Соціальні – міграційні та демографічні процеси, розвиток суспільних відносин.
3. Політичні – завоювання та освоєння нових територій, перерозподіл сфер політичного впливу.
4. Економічні – розвиток економіки.
5. Мотиваційні – особливості свідомості людей, ментальності; тобто потреби, мотиви, цінності, стереотипи та інші психологічні чинники, які впливали на вибір мети подорожі в ті чи інші періоди в певних регіонах).
6. Екологічні – збереження навколишнього середовища, придатного для проживання та відпочинку людей.

## 7. Науково-технічний прогрес (НТП) [8].

Сучасна світова туристична галузь – це про збільшені темпи розвитку сфери туризму, постійного розширення на географічній карті світ, обміном культури між країнами, інноваціями та покращенням на туристичних підприємствах.

Саме через настільки зростаючу роль туризму в повсякденному житті сфера почала потребувати наукового та теоретичного осмислення, що буде формувати туристичну теорію.

Функція сприяння зайнятості населення в тому, що туристські продукти та послуги мають вигляд нематеріальних товарів, що визначає високу трудомісткість туристичної галузі. Прямий ефект реалізації цієї функції виявляється у отриманні населенням робочих місць безпосередньо у туристичних організаціях, одночасно досягається ефект зайнятості населення суміжних галузях економіки.

Функція формування доходу полягає в тому, що господарська діяльність у туристичній галузі сприяє формуванню національного доходу у вигляді податкових надходжень.

Функція згладжування нерівномірності розвитку регіону проявляється в освоєнні регіонів з багатими природно-кліматичними ресурсами. Розвиток туризму у віддалених та малонаселених районах [10].

Хоча перші спроби систематизувати знання можна простежити в Австрії, Швейцарії та Німеччині, а перші лекції з галузі туризму були проведені в Університеті Геттінгена, очевидно, що розвиток у науковому контексті розпочався у вісімдесятих роках XIX ст.

До перших наукових робіт періоду 1880 – 1890 рр. відносяться:

- 1) Праця, написана Йоганом Ангерером в 1881 р. – «Туризм у Німецькому Південному краї;
- 2) Доповідь, підготовлена Йозером Шраднером на конгрес про туристичну сферу, який проходив в Австрії у 1884 році.

Тоді почала з'являтися перша термінологія «туризм», тому можна зазначити, що розвиток сучасної туристичної сфери та науки почався саме з кінця XIX ст. Дослідницькі установи, спеціалізовані навчальні заклади – це основа, яка дала поштовх подальшому вивченню та дослідженню туристичної галузі.

Важливу роль в сучасному розвитку туристичної галузі відіграють наднаціональні об'єднання, що створюються як на базі підприємницьких структур, так і під егідою міжнародних міждержавних організацій. Так зокрема у 1947 році на базі розрізнених туристичних організацій було створено Міжнародний союз офіційних туристичних організацій. Його цілями заявлено наступні:

- сприяти міжнародному туризму з метою розвитку туристської економіки країн – членів і зміцнення дружніх соціальних і культурних зв'язків;
- боротися проти будь-яких перешкод вільному міжнародному пересуванню людей;
- займатися збором і наступним поширенням технічної інформації по всіх питаннях туризму; проводити дослідницьку роботу в галузі туризму;
- координувати туристичну діяльність у регіональному й міжрегіональному масштабі;
- розробляти рекомендації з питань ослаблення формальностей, вдосконалення засобів розміщення, реклами, туристського законодавства і фінансування туризму;
- надавати допомогу у питаннях професійного навчання персоналу туристських підприємств;
- надавати технічну допомогу різним організаціям, які займаються питаннями двостороннього або багатостороннього технічного співробітництва;

- заохочувати будь-яку ініціативу, сприяє зростанню ролі туризму в економічній, соціальній і культурній життя, його значення для країн, що розвиваються, для справи миру;
- співпрацювати з ООН і іншими міжнародними організаціями, також зацікавленими у розвитку міжнародного туризму [18].

В подальшому на базі даної організації у 1975 році було створено Всесвітню туристичну організацію (ВТО, а з 2003 р. – ЮНВТО). Згідно статуту, її основною метою є сприяння розвитку туризму для внесення внеску в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, мир, процвітання, загальну повагу і дотримування прав людини і основних свобод для всіх незалежно від раси, статі, мови і релігії.

Рекреація, активний відпочинок (лат. recreation – реабілітація) – це система заходів, пов’язаних з використанням вільного часу людей для оздоровлення, культурного опанування і спортивних занять у спеціальних сферах поза місцем постійного проживання [11].

Після Другої світової війни людство почало створювати регулюючі органи, не обійшло стороною і туристичний сектор. У 1951 році була заснована Асоціація професіоналів туристичної науки (AIEST). Присвячений покращенню світової туристичної індустрії. Удосконалення здійснюються шляхом аналізу останніх тенденцій та інновацій у сфері туризму, а також розробки перспективних рішень проблем, які виникають під час впровадження.

Асоціація залучає молодих та досвідчених членів як з академічним, так і з практичним досвідом. Вони мають можливість спілкуватися та обмінюватися набутим науковим і практичним досвідом з експертами з усього світу.

Сфера туризму та її подальше вивчення та існування стало можливим завдяки науковцям, які приділяли увагу новій сфері для вивчення. Почали з’являтися наукові школи туризму. З науковців туристичної школи в Австрії можна виділити таких представників: юрист Бернекер визначає туризм як

«сукупність взаємовідносин та послуг, пов'язаних з тимчасовою та добровільною зміною мандрівником місця проживання з некомерційних чи непрофесійних причин» [12].

Звертаючись до історії України неможливо обійти стороною радянські часи, в які були також досить швидкі темпи вивчення туризму.

Туристична галузь не зупиняється в розвитку, тому що з'являються постійно нові тренди, яким ця сфера має відповідати. Сфера туризму має створювати нові туристичні тренди, які будуть впливати на подальший розвиток.

До базових потреб туризму можна віднести декілька, в яких туризм постійно має потребу:

- створення та збільшення навчально-наукових інститутів вивчення туристичної сфери;

- туризм постійно досліджується, тому має зростати і кількість дослідників. Тобто туристичній сфері потрібні спеціалісти, які будуть мати ступень або звання в сфері туризмології;

- повинна збільшуватись кількість видань навчальної літератури, спеціалізованої літератури;

- інвестування в розвиток туристичної сфери мають великі обсяги, але великих інвестувань в розвиток науки та освіти немає, тому потрібно розробити програму, яка дозволить інвесторам або державному бюджету більше приділяти уваги для навчання молодих спеціалістів;

- теорія туризму повинна ставати більш поглибленою У праці 1974 р. «Туризм: минуле, сучасне і майбутнє» Хеймана, туристична галузь визначається як тимчасове короткотермінове переміщення людей в місця, відмінні від тих, де вони проживають та працюють звичайно, а також їх діяльність під час перебування в цих місцях.

Таке визначення було дане Беркартом та Медліком [13]. За Побоченко Л. М. туризм – це явище суспільного життя і є однією з найбільш сталих

складових світової економіки та вважається перспективним напрямком соціально-економічного розвитку [14].

Так, Богашко О. Л. запропонував, що туристична галузь – це тимчасове переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну або іншу місцевість у межах своєї країни у вільний час з метою отримання задоволення чи відпочинку, оздоровчих і лікувальних, гостьових, пізнавальних послуг, релігійної або професійно-ділової мети, але без заняття роботою, що оплачується із джерела у місці, яке відвідується [19].

Борщук Є. [20] вважає, що туристична галузь – це економічна галузь, яка включає в себе діяльність туристичних агентів, посередників та організаторів.

Організація Об'єднаних Націй визначає туризм як усі види міграції, не пов'язані з індустрією туризму, залежно від кількості людей з однаковими потребами та бажаннями подорожувати.

Збільшення кількості відвідувачів країни сприяє збільшенню виробництва туристичних товарів і послуг і створенню нових робочих місць [20].

Оскільки індустрія глобального туризму стала серйозним сектором економічного розвитку багатьох країн, уряди та туристичні організації країн, де туризм розвивається краще та швидше, об'єднуються в Організацію офіційних туристичних організацій ООН (МВТО).

Членами асоціації були 116 країн світу (до них належали не лише державні організації), а 1969 року організація МВТО реорганізувалася у міжурядову Всесвітню туристичну організацію (ВТО) згідно з резолюцією Генеральної асамблеї ООН.

Всесвітня туристична організація – спеціалізована установа ООН, створена у 1975 році, відповідальна за просування стійкого та загальнодоступного туризму.

Україна є повноправним членом із 1997. Офіційні мови організації: англійська, арабська, іспанська, французька [17]. Роботу ЮНВТО можна

охарактеризувати п'ятьма основними напрямками:

- 1) впровадження інновацій у сфері цифрової трансформації для створення розумнішого туризму;
- 2) збільшення конкурентоспроможності міжнародного туризму для залучення ще більше інвестицій, а також підтримки та розвитку бізнесу;
- 3) створення великої кількості нових робочих місць, а також якісне навчання нового персоналу;
- 4) формула;
- 5) збереження та використання потенціалу регіону для захисту культурної та природної спадщини, а також підтримання громад не тільки в економічному плані, а й соціальному.

Вивчаючи метод ЮНВТО країни-члени ЮНВТО поділяються на шість регіонів відповідно до їх географічних характеристик: Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Північна та Південна Америка, Африка, Близький Схід, Південна Азія та Європа.

Існуючі сектори відображають як економічні характеристики світової економіки, так і історію розвитку туризму. Спочатку він з'явився в Європі, а трохи пізніше – в Північній Америці. Країни цих регіонів мали інтенсивний туристичний обмін і розвинену індустрію туризму ще до початку Першої світової війни. Міжнародний туризм отримав подальший розвиток у період між двома світовими війнами.

Розширювалась туристична реклама. Наприклад, у 1931 р. тридцять три країни активно вели закордонну рекламу, утримували туристичні представництва в США. Після другої світової війни виник ринок міжнародного туризму.

Світова туристична галузь набуває важливого економічного і політичного значення.

Окрім поділу за географічними регіонами, ЮНВТО застосовує їхні підрозділи на менш крупні субрегіони. Це обумовлено нерівномірним

розвитком туризму в межах регіонів. Наприклад, Європа поділяється на Північну, Південну, Західну і Центральну.

Найбільш розвинутими в туристичному відношенні були Західна і Південна Європа, але, за останніми даними, очікується інтенсивний туризм і в Північній Європі [17].

До найбільш розвинутих видів туризму в Україні можна віднести:

1. Лікувально-оздоровча туристична галузь – туристи відправляються на подібні курорти з метою оздоровчих процедур, які спрямовані на те, щоб вилікувати свої хронічні захворювання.

2. Лижна туристична галузь – це найбільш популярний вид туризму серед спортивних видів. Він передбачає проходження великої кількості маршрутів за різною складністю (лижний туризм вимагає хорошої підготовки та спорядження).

3. Рекреаційна туристична галузь – це туризм, який здійснюється тільки з однією метою – відпочинок. Він допомагає туристам відновити фізичне та ментальне здоров'я.

В цьому виді туризму проводяться екскурсії вже за заготовленими маршрутами (також сюди можна віднести і відвідування не тільки історичних та культурних детонацій, а і різних заходів, фестивалів).

4. Водний туризм може бути навіть екстремальним.

Тут практикують сплави на річках, катамаранах, рафах, з використанням спеціального спорядження.

5. Етнічна туристична галузь – це вид туризму, до якого звертаються люди похилого віку, тому що завдяки цьому вони можуть повернутись до місць, в яких проживали раніше або проживали їх родичі. Сюди входять відвідини пам'ятних місць, кладовищ тощо.

6. Паломницька туристична галузь – це найбільш популярний вид релігійного туризму.

ЮНВТО визначає туристів як людей, які «знаходяться і подорожують за межами свого звичайного місця проживання не більше одного року

поспіль для різних видів поїздок: відпочинок, ділова, рекреація тощо». Через це визначення можна зробити висновок, що ЮНВТО визначає сферу туризму саме як діяльність. Він розглядається з різних точок зору, в які включаємо: туризм як індустрію, як сектор, як послугу, як явище, як діяльність, як бізнес, мистецтво та науку.

Світовий туризм є одним із ключових секторів у світовій економіці – у деяких країнах туризм є основною економікою, а саме Франції, Іспанії, Кіпру, Італії, Чехії, де від міжнародного туризму країни отримують від 15% до 45% валового продукту. Можна виділити наступні важливі функції міжнародного туризму для економіки країни.

Світова туристична галузь є однією з домінуючих і прибуткових сфер у світі. Світова туристична галузь тісно співпрацює з різним бізнесом, який впливає та стає невід'ємною частиною надання послуг. До бізнесу, який допомагає розвиватись світовому туризму можна віднести: банківську та страхову сферу.

Можна виділити цілу низку негативних зовнішніх ефектів розвитку туризму як для екології, так і для соціально-економічної сфери: порушення природних зв'язків у ланцюжку, повітря, вода, земна поверхня, живі організми, інтенсивне, у ряді випадків, неконтрольоване використання природних ресурсів, ерозія ґранту та берегів водних акваторій, необґрунтоване збільшення густоти населення у туристично-рекреаційних центрах, втрата традиційних видів діяльності традиційного господарського устрою, зміна місцевої індивідуальності та цінностей та інше.

Світова туристична галузь це не лише про відомі місця та об'єкти, а й про вивчення нових напрямків. Це впливає на активізацію розвитку країн та підтримку економіки, яка залежить чи тільки починає залежати від туризму.

Світові туристичні агенції стимулюють розвиток депресивних районів створюючи різні тури, які базуються на, стимулюють розвиток депресивних районів створюючи різні тури, які базуються на, наприклад, сталкерингу.

Світовий туризм може стати для країни, в якій має швидкий розвиток, одним із ключових елементів для досягнення цілей розвитку: підвищення добробуту населення, постійне економічне зростання, забезпечення зайнятості населення, підвищення рівня задоволення соціальних потреб та створення капіталу для розвитку регіону.

## 1.2. Особливості, функції та чинники функціонування туристичної галузі

Незважаючи на значну роль, яку туристична індустрія відіграє за сучасних умов у світових економічних та соціальних відносинах у науковій літературі, практично відсутні роботи, присвячені дослідженню залежностей між показниками туризму та тим, як він впливає на соціальні та економічні процеси країн у різних країнах світу.

У спеціальній літературі зазвичай акцентується увага на перерахуванні таких чинників, як наявність унікальних туристських ресурсів, капіталу, трудових ресурсів, сприятливого митного і прикордонного режиму. Ці чинники, безумовно, мають суттєвий вплив на розвиток туристичної галузі в певній країні.

Світова туристична індустрія, характерною рисою якої є те, що суттєва частина послуг виробляється із мінімальними затратами на місці, відіграє дедалі помітнішу роль у світовій економіці.

Істотне значення для розвитку туристської індустрії у світі має також прагнення окремих країн до збільшення валютних надходжень від туризму та створення з цієї метою цілої галузі господарства.

Під туристичною індустрією прийнято розуміти сукупність підприємств, установ та організацій матеріального виробництва та невиробничої сфери, що забезпечують виробництво, розподіл, обмін та споживання туристського продукту, освоєння та використання туристських ресурсів, та створення матеріально-технічної бази туризму [8].

Туристична індустрія як складний міжгалузевий народно-господарський комплекс, включає наступні складові:

- організатори туризму – це є туристичні підприємства, які займаються розробкою, просуванням та реалізацією туристичного продукту, зокрема туристичні оператори та агенти;
- підприємства, які надають послуги із розміщення, до яких відносять готелі, хостели, пансіонати, будинки відпочинку та інші;
- підприємства, які забезпечують харчування, зокрема, ресторани, кафе, бари тощо;
- транспортні підприємства до яких відносять автопідприємства, авіаційні підприємства, залізничні, підприємства річкового та морського транспорту тощо;
- екскурсійні компанії;
- підприємства, які продукують туристичні продукти, такі як туристські сувеніри, готельні меблі, туристичне спорядження;
- торгові підприємства, зокрема, магазини з реалізації туристського спорядження і сувенірів;
- підприємства, які організовують дозвілля та розваги – кіноконцертні зали, клуби, тематичні парки, зали гральних автоматів тощо;
- структури самодіяльного туризму, зокрема туристичні, альпіністські та велосипедні клуби;
- органи, які здійснюють управління туристичною галуззю;
- навчально-наукові установи, проектні організації [26].

Наведений список є лише орієнтовним і не цілком відображає туристичну індустрію.

При розширенні та ускладненні процесів організації туристичної діяльності все більше нових галузей та підприємств національної економіки долучаються до туристичного виробництва.

Наданням послуг для туристів займаються також торгівельні компанії, банківські та страхові структури.

Опосередковано формують туристичну індустрію підприємства, що обслуговують як туристів, так і інші колективи відпочивальників: заклади культури, лікувальні та медичні підприємства, структури зв'язку, підприємства, які здійснюють виробництво товарів народного споживання, підприємства громадського транспорту тощо.

Закон України «Про туризм» у статті першій дає таке визначення: «туристична індустрія – сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів» [1].

Комплекс споживчих цін, одержуваних туристом у процесі подорожі, є продуктом вкладеного в туризм праці, на практиці званий «туристським продуктом».

Туристський продукт – результат суспільної праці у вигляді туристських послуг, що мають споживчу вартість.

У найширшому розумінні туристським продуктом є будь-який вид туристичних послуг.

Туристські послуги – доцільна виробнича діяльність, що задовольняє потреби туристів і приймає, зазвичай, матеріальної форми. Відповідно до цього визначення дані послуги можна охарактеризувати як невидимий товар особливого роду.

Ринок туристичних послуг зазвичай трактують як суспільноекономічне явище, яке поєднує взаємодію попиту та пропозиції щодо забезпечення процесів купівлі-продажу туристського продукту у конкретний час та у визначеному місці.

Характеризуючи ринок туристичних послуг необхідно враховувати такі моменти:

- головним об'єктом купівлі-продажу є туристичні послуги;
- окрім покупця та продавця до механізмів туристичного ринку долучається значна кількість посередницьких структур, що забезпечують

поєднання попиту і пропозиції;

- попит на туристичні послуги має відмінні особливості, зокрема: велика різноманітність учасників поїздок згідно їх фінансових можливостей, віку, цілей та мотивів;

- еластичністю: індивідуальністю та високим ступенем диференціації; великою заміщуваністю: віддаленістю за часом і місцем від туристичної пропозиції;

- туристичну пропозицію також характеризує низка відмінних характерних ознак: туристичні товари та послуги характеризуються троїстим характером (природні ресурси, продуковані ресурси та туристичні послуги); значна фондомісткість туристичної галузі; низький рівень еластичності; комплексний характер.

Подібно іншим товарним ринкам, туристичний ринок є неоднорідним. Зокрема, у його структурі розглядають менші за наявними масштабами ринки. Це спричиняє значну кількість ознак за якими класифікують туристичний ринок.

Зазначимо лише найважливіші, що характеризують першочергове значення для наукових досліджень.

Турфірми, які здійснюють міжнародну діяльність, повинні враховувати різне економічне, культурне, правове середовище кожного національного ринку.

Міжнародна діяльність більш складна, ніж внутрішня, в силу різних ризиків, пов'язаних з розрахунками в іноземній валюті, з ціновим, транспортним ризиком при несплаті або недотриманні умов про постачання туристичних послуг.

Не виключені складнощі, пов'язані з митними формальностями та іншими чинниками, які у світовій торгівлі.

Сукупність елементів та чинників інонаціональної макроекономічної системи проявляється як загальне середовище туристичної фірми, як учасника зовнішньо-економічної діяльності.

Зокрема, це вказане середовище спричинене присутністю у ньому окремих елементів може розглядатись як неоднорідне явище, внутрі якого є різні складові такі як мікросередовище та макросередовище.

У першому випадку маються на увазі безпосередні «контактери» – ті постачальники туристичних послуг, з якими туристична фірма вступає у взаємовигідну співпрацю.

По-друге, загальноекономічні кон'юнктуро утворюючі чинники. Доцільно окремо наголосити, що внутрішнє середовище туристичної компанії, її зовнішнє мікроекономічне і макроекономічне середовище на іноземних ринках, а також принципи і методика проведення політики утворюють мережу зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а також створюють принципи, які є основою відповідної різнопланової практичної діяльності.

Сьогодні кількість туристичних фірм суттєво зросла, особливо у великих містах, і значна конкуренція примушує їх займати свої ніші у діючих туристичних ринках.

Наявні компанії, які спеціалізуються на окремих країнах чи напрямках, є фірмами, які працюють лише на приймання туристів. Є й такі, які займаються із групами, та ті, які організовують поїздки на індивідуальне замовлення.

Є туристичні фірми, що повністю організовують поїздки, а також пропонують зі знижкою іншим туристичним фірмам готові маршрути, і є туристичні агенти, які виступають посередниками між туроператором та клієнтом.

До туристичних агентів сходиться інформація щодо різних турів, з яких вони підбирають клієнту необхідний і доступний за ціною. На сучасному етапі міжнародний туризм набуває основних рис глобального явища. Це явище зачіпає практично всі регіони світу, істотно впливає на розвиток світової економіки.

Туризм придбав глобальний характер і всі ознаки галузі світового

господарства, про що свідчать значні обсяги міжнародної торгівлі цим видом послуг.

Туристична галузь характеризується одним з найвищих і найстабільніших темпів розвитку протягом значного періоду часу.

Світова туристична діяльність має вплив на розвиток як окремих держав, так і світової економіки в цілому.

На певному етапі розвитку, коли потреби у подорожах різко зросли, появилися і надавачі послуг для подорожей. Це спричинило формування товару особливого виду, яким є туризм.

Отже, туризм насамперед виник як товар, який можна купити та продати на споживчому ринку та реалізований у формі матеріальних та нематеріальних послуг.

Враховуючи, що туристична послуга не є послугою першої життєвої необхідності, тому вона стає нагальною потребою людини тільки при визначеному рівні її доходу і певному рівні багатства суспільства.

Світова туристична індустрія забезпечує одні із найвищих надходжень від експорту й для більшості країн є важливим чинником забезпечення платіжного балансу.

Туристична галузь стала одним із найважливіших факторів утворення робочих місць у світовій економіці.

Розвиток туристичної індустрії стимулює вливання в інфраструктуру величезних інвестицій, більшість яких скеровано на поліпшення якості життя як місцевого населення, так і туристів. Частина нових робочих місць і підприємств туристичної індустрії створюється у країнах, які розвиваються, а це дозволяє збалансувати можливості економічного росту, та сприяє закріпленню жителів у сільських місцевостях, запобігаючи їх відтоку в міста, які часто є перенаселеними.

Міжкультурні зв'язки та особисті дружні відносини, що виникають у процесі туристського обміну, є важливим фактором покращення міжнародного взаєморозуміння та сприяють зміцненню миру між народами

земної кулі [20].

Туристична індустрія у світі виконує низку важливих функцій:

- туристична індустрія – це є джерело валютних надходжень для держави та засіб для забезпечення зайнятості;
- туристична індустрія сприяє диверсифікації національних економік, створюючи галузі, що обслуговують та доповнюють галузь туризму.

Туристична індустрія у світі є неоднаковою, що в першу чергу пояснюється різним рівнем соціально-економічного розвитку держав і світових регіонів.

Найбільшого розвитку туристична індустрія отримала у західноєвропейських країнах. На цей регіон припадає понад 70% світового туристського ринку і понад 60% валютних надходжень. Приблизно 20% припадає на Американський континент, менше 10% – на Азію, Африку та Австралію, разом узятих [28].

Аналогічний розвиток світових туристичних зв'язків спричинив створення різних міжнародних організацій, що сприяють покращенню роботи цієї частини міжнародної торгівлі.

Багато високорозвинених країн Заходу, зокрема: Швейцарія, Австрія, Франція, Іспанія, суттєву частину добробуту своїх громадян отримали за рахунок доходів від туризму.

За останні роки було створено потужну дослідницьку базу та систему професійної підготовки в туристичній сфері [35].

На сьогоднішній день світова туристична галузь розвивається за рахунок чинників, властивих власне індустрії гостинності та туризму, в тому числі факторів таких, як: політика та юриспруденція, економіка та фінанси, культурна сфера, соціально-демографічні зміни, розвиток торгівельної галузі, транспортної, інфраструктури і науково-технічного прогресу (див. рис. 1.1).

Розвиток світової туристичної галузі залежить від удосконалення туристичного продукту в туристських DESTINACIYAX, розвитку професійної туристичної агентської мережі, сфери туроператорського продукту та послуг,

ступеня використання можливостей маркетингу, стану системи дистрибуції та людського чинника.



Рис. 1.1 – Чинники розвитку світової туристичної галузі

Перелічені фактори діють у рамках туристичної індустрії і знаходяться під впливом суб'єктів туристичної діяльності. У світовому міжнародному туризмі виділяють шість туристичних регіонів: Європу, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Південну Азію, Америку, Близький Схід, Африку [46].

Розвиток світової туристичної галузі залежить від удосконалення туристичного продукту в туристських дестинаціях, розвитку професійної туристичної агентської мережі, сфери туроператорського продукту та послуг, ступеня використання можливостей маркетингу, стану системи дистрибуції та людського чинника.

Перелічені фактори діють у рамках туристичної індустрії і знаходяться

під впливом суб'єктів туристичної діяльності. У світовому міжнародному туризмі виділяють шість туристичних регіонів: Європу, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Південну Азію, Америку, Близький Схід, Африку [46].

Світовий туризм характеризується високим ступенем концентрації щодо невеликих за площею регіонів.

На початку XXI ст. лідерами світового туризму стали Франція, Іспанія, США, Китай, Італія, Великобританія, Мексика, Німеччина, Австрія, Туреччина.

На частку всього 10 країн – лідерів міжнародного туризму – припадає на половину світового туристичного потоку. Шість із цих країн перебувають у Центральній та Західній Європі: Франція, Іспанія, Італія, Великобританія, Німеччина, Австрія.

#### Висновки до 1 розділу

Туристична галузь – це багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, пов'язаний з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів.

Туристична галузь це є економічний комплекс, розвиток якого більшою мірою пояснюється світогосподарськими процесами та відносинами, аніж внутрішніми причинами.

Туристична галузь – економічне джерело створення нових робочих місць та отримання прибутку, розвитку інфраструктури.

Туристична галузь – невід'ємна складова загального міжнародного ринку. Але для того, щоб краще зрозуміти феномен настільки швидкого і інтенсивного розвитку міжнародного туризму треба дати трактування значення.

Туристична галузь – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає. Туризм придбав глобальний характер і всі ознаки галузі світового господарства, про що свідчать значні обсяги міжнародної торгівлі цим видом послуг.

Туристична галузь характеризується одним з найвищих і найстабільніших темпів розвитку протягом значного періоду часу.

Світова туристична діяльність має вплив на розвиток як окремих держав, так і світової економіки в цілому.

Світова туристична галузь це не лише про відомі місця та об'єкти, а й про вивчення нових напрямків. Це впливає на активізацію розвитку країн та підтримку економіки, яка залежить чи тільки починає залежати від туризму.

Світові туристичні агенції стимулюють розвиток депресивних районів створюючи різні тури, які базуються на, стимулюють розвиток депресивних районів створюючи різні тури, які базуються на, наприклад, сталкерингу.

Світовий туризм може стати для країни, в якій має швидкий розвиток, одним із ключових елементів для досягнення цілей розвитку: підвищення добробуту населення, постійне економічне зростання, забезпечення зайнятості населення, підвищення рівня задоволення соціальних потреб та створення капіталу для розвитку регіону.

Туризм придбав глобальний характер і всі ознаки галузі світового господарства, про що свідчать значні обсяги міжнародної торгівлі цим видом послуг.

Світова туристична індустрія забезпечує одні із найвищих надходжень від експорту й для більшості країн є важливим чинником забезпечення платіжного балансу.

Туристична галузь стала одним із найважливіших факторів утворення робочих місць у світовій економіці.

На сьогоднішній день світова туристична галузь розвивається за рахунок чинників, властивих власне індустрії гостинності та туризму, в тому

числі факторів таких, як: політика та юриспруденція, економіка та фінанси, культурна сфера, соціально-демографічні зміни, розвиток торгівельної галузі, транспортної, інфраструктури і науково-технічного прогресу.

Розвиток світової туристичної галузі залежить від удосконалення туристичного продукту в туристських DESTINACIAX, розвитку професійної туристичної агентської мережі, сфери туроператорського продукту та послуг, ступеня використання можливостей маркетингу, стану системи дистрибуції та людського чинника.

## РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

### 2.1. Аналіз функціонування туристичної галузі в світі

Індустрія туризму є однією з важливих складових світової економіки, на яку припадає близько 7% міжнародної торгівлі.

За інформацією World Tourism Organization (Всесвітня туристична організація, далі – UNWTO), кожне десяте робоче місце у світі безпосередньо чи опосередковано генерується сферою туризму.

Зазначимо, криза, викликана пандемією COVID-19, в значній мірі зруйнувала економіку туристичного сектора, що призвело до безпрецедентних негативних наслідків для підприємств індустрії туризму та населення, працевлаштованого у сфері туризму та суміжних галузях.

Туризм – один із секторів міжнародної економіки, що найбільше постраждали внаслідок вжиття заходів щодо стримування захворювання COVID-19, а з урахуванням існуючих в даний час обмежень на подорожі та глобальної рецесії, сфера туризму ризикує стати однією з останніх за швидкістю відновлення.

Пандемія COVID-19 виявила макроекономічну значущість туризму для більшості економічних систем країн Організації економічного співробітництва та розвитку (Organisation for Economic Co-operation and Development, далі – OECD) та країн Групи Двадцяти (The Group of Twenty, далі – G20).

Внаслідок дії заходів, направлених на подолання наслідків пандемії COVID-19, значна частина підприємств туристичного сектору або призупинили своє функціонування, або ж повністю були ліквідовані.

Крім того, криза COVID-19 зумовила значні втрати для економічних систем країн з низькими доходами, а саме, для місцевих громад, туристичної бізнес-спільноти та органів місцевого самоврядування, фінансування яких

має високий ступінь кореляції із функціонуванням туристичного ринку в цих регіонах.

Поточна криза також виявила значні недоліки в менеджменті та готовності представників державних органів управління, відповідальних за формування та реалізацію державної туристичної політики на національних рівнях реагувати на відповідні загрози та небезпеки шляхом розробки відповідного інструментарію щодо адаптації туристичної політики до існуючих викликів.

Аналіз сучасних тенденцій розвитку індустрії туризму показує, що починаючи з 2020 року підприємства туристичного сектору постійно перебували під негативним тиском факторів зовнішнього середовища.

Так, значної шкоди розвитку туристичного бізнесу у світі завдали заходи направлені на подолання наслідків пандемії COVID-19, які суттєво ускладнили процедури переміщення громадян як в межах певної країни, так і можливості міжнародного туризму внаслідок запровадження значних «ковідних» обмежень щодо пресування громадян між країнами.

Зокрема, за результатами політики обмежень можливостей пересування в країнах Європейського Союзу, США, Близького та Далекого Сходу протягом 2020 – 2022 рр., туристична сфера багатьох туристичних регіонів зазнала значних втрат.

За оцінками UNWTO, заходи щодо подолання пандемії COVID-19 2020 – 2021 рр. призвели до значного падіння обсягів міжнародного туризму (60% – 80%), а зниження доходів від експорту туристичних послуг склало орієнтовно 910 мільярдів – 1,2 трильйона доларів США [44].

Зауважимо, за даними UNWTO, в доковідний період сфера туризму була однією з найдинамічних галузей глобального експорту у світі. Середньорічні темпи зростання світової індустрії туризму до 2020 року становили у близько 5 – 10% на рік, в середньому у світі підприємства сфери туризму забезпечували до 10% валового світового доходу і кожне десяте робоче місце у світі безпосередньо або опосередковано генерується туризмом

(див. рис. 2.1).

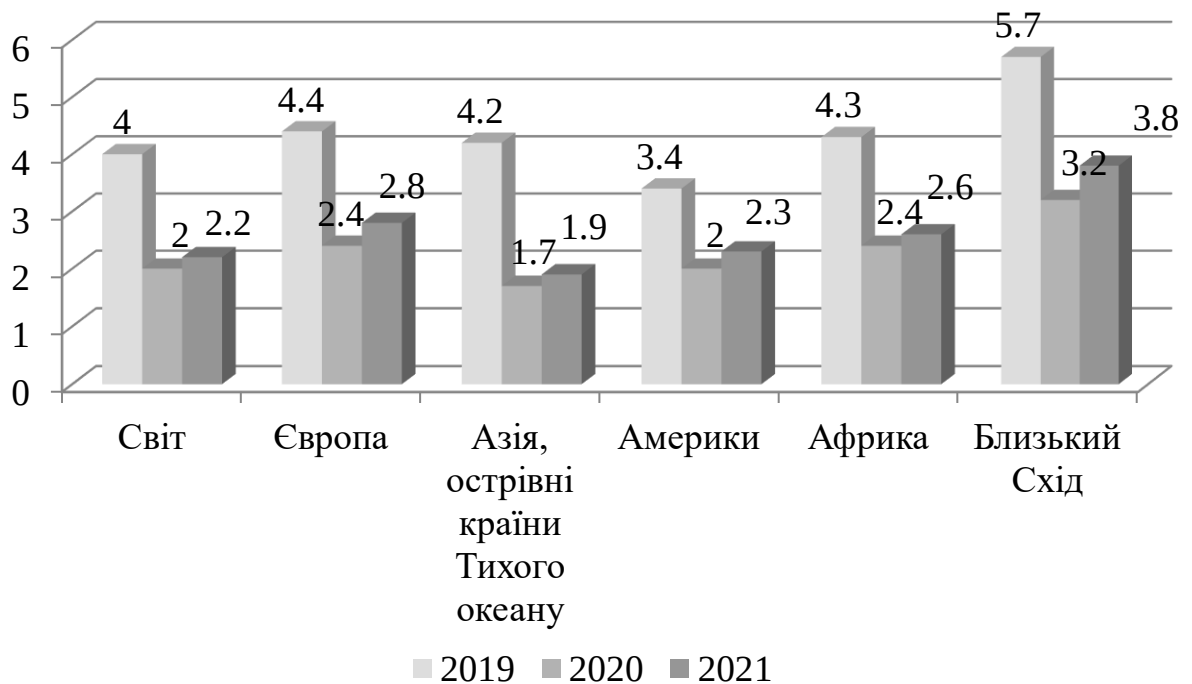


Рис. 2.1 – Частка індустрії туризму у структурі ВВП у світі та глобальних регіонах, %

З інформації рисунку 2.1 можна зробити висновки, що пандемія COVID-19 призвела до значного зниження частки індустрії туризму в структурі ВВП як у цілому в світі (з 4,0% у 2019 р. до 2,0% у 2020 р.), так і за глобальними регіонами. Найбільше відсоткові падіння можна помітити у країнах Азії та Тихоокеанського регіону (з 4,2% в 2019 р. до 1,7% в 2020 році).

Однак, світова криза, викликана пандемією COVID-19, а також зростанням політичної, соціальної та військової нестабільності в окремих регіонах, завдала значної шкоди економіці туристичного сектора, що призвело до негативних наслідків для представників усього туристичного ланцюга (туристичних операторів, туристичних агенцій, перевізників, готель'єрів, рестораторів тощо).

Зазначимо, згідно з новими даними UNWTO, у 2022 році понад 900 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі – це вдвічі більше, ніж у 2021 році, хоча, це лише 63% від доковідного рівня [42; 47].

У кожному глобальному регіоні зафіксовано помітне зростання кількості міжнародних туристів.

На Близькому Сході було помічене найбільше відносне зростання, оскільки кількість міжнародних прибуттів (international tourist arrivals – один з головних індикаторів стану туристичної галузі в світі) зріс до 83% від допандемічного рівня. Європа досягла майже 80% допандемічного рівня, оскільки у 2022 році вона прийняла 585 мільйонів відвідувачів.

Країни Африки та Америки відновили близько 65% своїх відвідувачів доковідного періоду, тоді як країни Азії та Тихоокеанського регіону досягли лише 23% через більший негативний вплив пандемії та пов'язаних з цим обмежень, які почали знімати лише останніми місяцями [47].

У першому кварталі 2023 року кількість міжнародних туристів досягла 80% від допандемічного рівня (–20% порівняно з тим самим кварталом 2019 року) завдяки сильним результатам у Європі та на Близькому Сході порівняно з 66% відновленням у 2022 році загалом.

Міжнародний туризм зріс на 86% у першому кварталі 2023 року порівняно з тим самим періодом минулого року, демонструючи постійне зростання на початку року.

Приблизно 235 мільйонів туристів подорожували за кордон за перші три місяці, що перевищує вдвічі більше, ніж за аналогічний період 2022 року.

Близький Схід показав найсильніші показники (+15%) і став першим у світі регіоном, який відновив передпандемічні показники за повний квартал. У першому кварталі 2023 року Європа досягла 90% рівня до пандемії завдяки значному внутрішньорегіональному попиту.

Африка та Америка досягли приблизно 85% від рівня 2019 року за перші три місяці 2023 року, тоді як прибуття в Азію та Тихоокеанський регіон піднялося до 54% від рівня до пандемії.

За субрегіонами Південна Середземноморська Європа (+1%) і Північна Африка (+4%) відновили показники 2019 року.

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

За результатами опитування групи експертів ЮНВТО майже 70% експертів очікують, що міжнародний туризм повернеться до рівня 2019 року лише у 2024 році або пізніше.

У відповідь на складне економічне середовище цього року очікується, що туристи все більше шукатимуть співвідношення ціни та якості та подорожуватимуть ближче до дому.

У першому кварталі 2023 року кількість міжнародних прибуттів відновилася на 80% від допандемічного рівня (див. рис. 2.2).

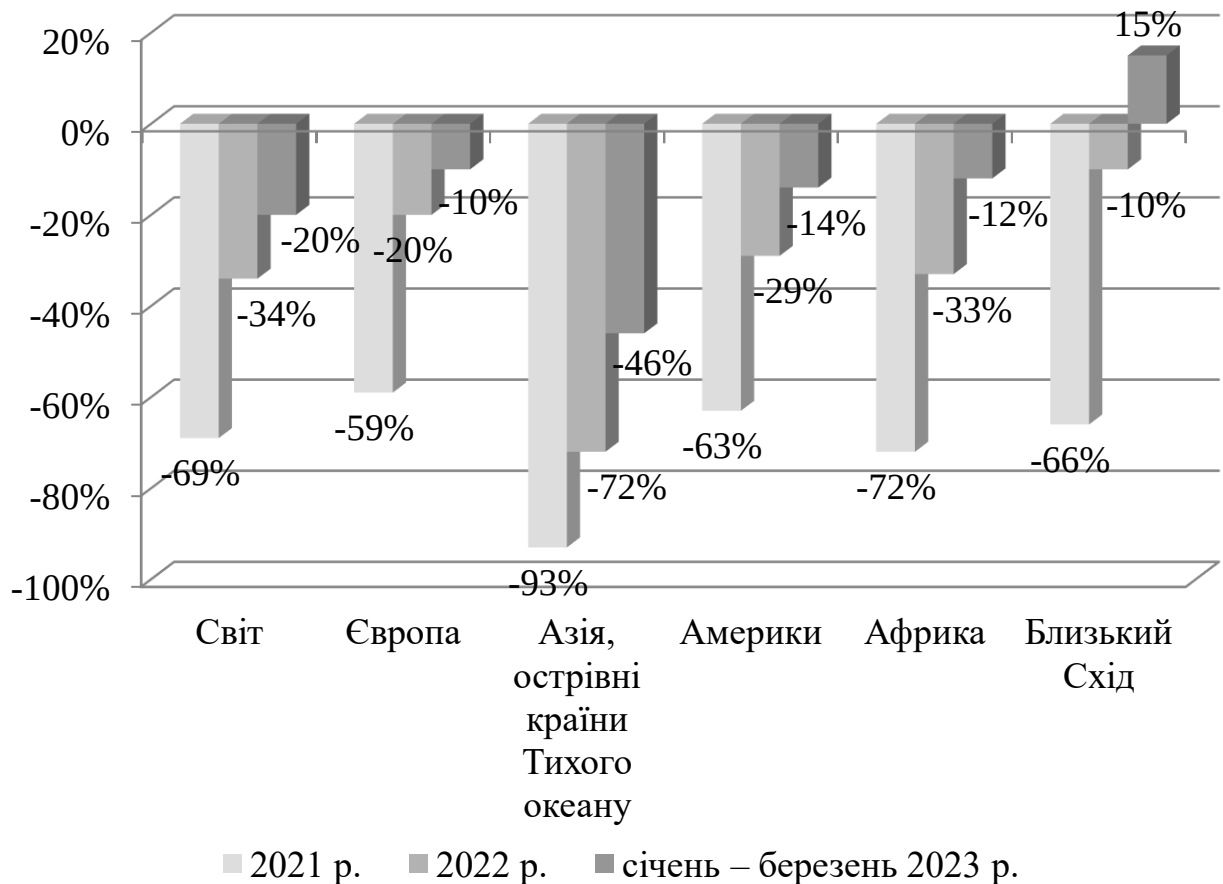


Рис. 2.2 – Динаміка кількості міжнародних туристичних прибуттів за регіонами світу (% зміни до 2019 року)

Міжнародні прибуття досягли 80% від рівня до пандемії в першому кварталі 2023 року (–20% порівняно з тим самим кварталом 2019 року) завдяки сильним результатам у Європі та на Близькому Сході порівняно з 66% відновленням у 2022 році. в цілому.

Міжнародний туризм зріс на 86% у першому кварталі 2023 року наблизилися до рівня першого кварталу 2019 року. порівняно з тим самим періодом минулого року, що свідчить про продовження 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 року.

Ці результати відповідають перспективним сценаріям ЮНВТО на 2023 рік, згідно з якими кількість міжнародних прибуттів відновить від 80% до 95% допандемічного рівня до кінця цього року.

Близький Схід показав найсильніші показники, де кількість прибулих на 15% перевищила кількість, зареєстровану в першому кварталі 2019 року. У результаті Близький Схід став першим у світі регіоном, який відновив кількість людей до пандемії за весь квартал.

Європа, найбільший у світі регіон призначення, у першому кварталі 2023 року досягла 90% рівня до пандемії завдяки значному внутрішньо-регіональному попиту. Подорожі зі Сполучених Штатів також сприяли результатам. Згідно з даними Національного бюро подорожей і туризму США, подорожі США до Європи продовжували демонструвати стабільне зростання на початку року (+118% у січні 2023 року порівняно з січнем 2022 року).

За перші три місяці 2023 року Африка відновила 88% прибуттів до пандемії, а Америка – близько 85%.

Міжнародний туризм переживає швидке відновлення в Азії та Тихоокеанському регіоні, де в першому кварталі 2023 року кількість прибуттів зросла до 54% від рівня до пандемії після відкриття кількох напрямків і вихідних ринків наприкінці 2022 року та на початку цього року.

Високі результати, отримані міжнародним туризмом у першому кварталі, підтверджуються Групою експертів з туризму ЮНВТО: близько 67% оцінюють показники туризму в січні – квітні 2023 року як кращі (46%) або набагато кращі (21%).

За субрегіонами Північна Африка (+4%) і Південна Середземноморська Європа (+1%) були єдиними субрегіонами, які відновили рівень до пандемії в першому кварталі.

Центральна Америка (98%), Карибський басейн (94%), Західна Європа (92%) і Північна Європа (91%) дуже наблизилися до рівня першого кварталу 2019 року.

Цікавими є результати аналізу даних Першого світового туристичного барометру UNWTO за 2023 рік, який узагальнює показники туристичної галузі за регіонами, а також виділяє найкращі туристичні напрямки у 2022 році, в яких відбулось відновлення до рівня 2019 р. [47].

Відмітимо, Всесвітній туристичний барометр UNWTO (The UNWTO World Tourism Barometer) – це публікації Всесвітньої туристичної організації, яка регулярно відстежує короткострокові тенденції туризму з метою надання зацікавленим сторонам глобального туризму актуального аналізу міжнародного туризму.

Відповідно до методичних рекомендацій, інформація The UNWTO World Tourism Barometer оновлюється кілька разів на рік і включає аналіз останніх даних про туристичні напрямки (в'їзний туризм) і вихідні ринки (виїзний туризм).

The UNWTO World Tourism Barometer також передбачає публікацію тричі на рік Індексу впевненості UNWTO (UNWTO Confidence Index), який ґрунтується на опитуванні Групи експертів з туризму UNWTO та надає оцінку останніх показників і короткострокових перспектив міжнародного туризму.

Останній «UNWTO Confidence index» («Індекс впевненості UNWTO») демонструє обережний оптимізм за січень – квітень 2023 р., що є вищим, ніж

за той самий період 2022 року.

Цей оптимізм підтверджується зняттям ковідних обмежень в Азії та високими показниками витрат у 2022 році як на традиційних ринках туризму, так і на ринках, що розвиваються, зокрема у Франції, Німеччині, Італії, а також Катарі, Індії та Саудівській Аравії показують високі результати. Крім того, UNWTO запустила Трекер відновлення туризму (Tourism Recovery Tracker) для підтримки глобального туризму [49].

Зазначимо, Трекер відновлення туризму є результатом партнерства між міжнародними організаціями та приватним сектором, який охоплює ключові показники ефективності туризму за місяцями, регіонами та субрегіонами, що дає змогу в режимі реального часу порівнювати відновлення індустрії туризму в усьому світі та галузях.

Зазначений Трекер містить дані про [48]:

- міжнародні туристичні прибуття;
- місткість місць на міжнародних та внутрішніх авіалініях;
- бронювання авіаквитків;
- пошук і бронювання готелів;
- рівень заповнюваності та попит на короткострокову оренду;
- настроїв від подорожі («чистий показник настрою» (Net Sentiment Score));
- рівень повідомлень про COVID-19 за 14 днів на 100 000 населення.

Таким чином, у 2022 році внаслідок значного відкладеного попиту та послаблення обмежень на подорожі у багатьох країнах (за даними «UNWTO/IATA Destination Travel – Easy Travel» у грудні 2022 року 116 напрямків не мали обмежень на подорожі через COVID-19) міжнародний туризм продемонстрував вищі показники, ніж очікувалось, а саме, рівень міжнародного туризму сягнув 63% доковідного рівня.

Показник «international tourist arrivals» демонстрував значне відновлення протягом літнього сезону в північній півкулі, при цьому відновлення показувало більш помірні темпи в останні кілька місяців року.

Незважаючи на появу нового штампу вірусу Omicron на початку року, початок російського наступу в Україні та складне економічне середовище, міжнародний туризм продемонстрував стійкість, що відображено в значному відновленні кількості прибуттів: з – 59% порівняно з 2019 роком за результатами першого кварталу 2022 року до – 28% в останньому кварталі [47].

Отже, у 2022 р. відбулося значне відновлення індустрії міжнародного туризму майже до рівня допандемічного періоду.

За оцінками експертів, сектор туризму готовий консолідувати своє відновлення у 2023 р., яке зумовлене фактором відкладеного попиту, особливо щодо туристичних потоків з країн Азії та Тихоокеанського регіону.

Про це свідчать результати опитування Групи експертів UNWTO (The UNWTO Panel of Experts), а саме 72% респондентів очікують значного зростання індустрії туризму у 2023 р.

Проте більшість експертів (65%) також вважають, що міжнародний туризм не повернеться до рівня 2019 р. раніше 2024 р.

У 2022 році в усіх регіонах спостерігався значний приріст порівняно з попереднім роком.

Європа, найбільший у світі регіон прибуття туристів, зафіксував 585 мільйонів прибуттів у 2022 році, досягнувши майже 80% допандемічного рівня (–21% порівняно з 2019 роком), з особливо сильним літнім сезоном. Цьому сприяли потужний внутрішньо-регіональний попит і реалізація скоординованих заходів безпеки щодо подорожей.

У 2022 році на цей регіон припадало 64% глобальних прибуттів.

У 2022 році на Близькому Сході відбулося найзначніше відносне зростання серед регіонів, де кількість прибуттів зросла до 83% доковідного рівня (–17% порівняно з 2019 роком).

У цьому регіоні відбувались міжнародні масові заходи з великою кількістю відвідувачів, такі як Експо-2020 в Дубаї та Чемпіонат світу з футболу в Катарі, а також паломництво до Саудівської Аравії (Hajj pilgrimage

in Saudi Arabia).

У таких глобальних регіонах, як Африка та Америка відновлення туристичної галузі склало близько 65% допандемічного періоду, а в країнах Азії та Тихоокеанського регіону – лише 23%, що зумовлено наявністю більш суворих обмежень, пов'язаних з подоланням наслідків пандемії.

На країни Азії, на частку яких у 2019 році припадало 25% світових міжнародних туристів, у 2022 році – лише 9%.

Аналізуючи динаміку показників міжнародного туризму у країнах Західної Європи (87%) і Карибського басейну (84%), то показники сягнули 87% та 84 % рівня 2019 року відповідно.

В той же час, можна виділити певні напрямки, за якими відбулось перевищення кількості міжнародних прибуттів до пандемічного рівня за перші десять – дванадцять місяців.

До них можна віднести Американські Віргінські острови (+27%), Албанію (+17%), Гондурас (+17%), Сінт-Мартен (+15%), Андорра (+14%), Домініканська Республіка (+10%), Сальвадор (+7%), Кюрасао (+6%), Колумбія (+5%) Ефіопія (+3%) і Ліхтенштейн (+2%).

Крім показника «кількість міжнародних прибуттів» (international tourist arrivals), фахівцями UNWTO аналізується показник «надходження від міжнародного туризму» (International tourism receipts). Зокрема, у багатьох туристичних регіонах було зафіксовано значне зростання надходжень від міжнародного туризму.

Крім того, у певних регіонах, приріст надходжень від міжнародного туризму був вищим, ніж зростання кількості міжнародних прибуттів.

Це зумовлено збільшенням середніх витрат на поїздку через більш тривалий період перебування, готовністю мандрівників витрачати більше в пункті призначення та вищими витратами на поїздку частково через інфляцію.

За декількома туристичними напрямками за перші десять – дванадцять місяців 2022 року відбулось перевищення доходів від туризму порівняно із

доковідним періодом, зокрема в Туреччині (+ 40%), Румунії (+ 25%), Мексиці (+13%), Португалії (+15%), Латвії (+14%), Пакистані, Марокко (+6%) і Франції (+1%).

Пожвавлення також можна спостерігати у виїзному туризмі з високими міжнародними витратами на основних вихідних ринках, таких як Франція (–4% порівняно з 2019 роком), Німеччина (–8%), Італія (–10% до жовтня 2022 року) та Сполучені Штати (–15% до листопада) порівняно з 2019 роком.

До ринків, що розвиваються, у 2022 році помітно відновилися витрати, належать Катар (+29%), Індія (+10% до червня) і Саудівська Аравія (+7% до вересня).

На думку експертів UNWTO, міжнародний туризм консолідує своє відновлення у 2023 році завдяки відкладеному попиту, особливо в Азії та Тихоокеанському регіоні.

Зокрема, на основі сценаріїв UNWTO на 2023 р., кількість міжнародних туристів може сягнути від 80% до 95% допандемічного рівня, а Європа та Близький Схід досягне цих рівнів.

В країнах Близького Сходу після сильного відновлення в 2022 році у 2023 року також можливе відновлення до рівня 2019 року.

Проте, на думку цих експертів, важливі ризики ще попереду, особливо економічні та геополітичні, а саме очікується, що туристи все більше шукатимуть цінності гроші та подорожі поблизу дому у відповідь на складне економічне середовище [48].

Можна констатувати, що післяковідне відновлення індустрії туризму триватиме протягом 2024 року в умовах зростання існуючих та появи нових економічних, соціальних та геополітичних факторів небезпеки.

Поступове скасування пов'язаних із COVID-19 обмежень на подорожі до Китаю, найбільшого світового ринку виїзних подорожей 2019 року, є значним кроком для відновлення туристичного сектору в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та в усьому світі.

У короткостроковій перспективі відновлення подорожей з Китаю,

ймовірно, принесе користь, зокрема, азіатським напрямкам.

Однак, це буде залежати від наявності та вартості авіаперельотів, візового режиму та обмежень, пов'язаних із COVID-19 в популярних туристичних дестинаціях.

Наприклад, до середини січня загалом 32 країни ввели спеціальні обмеження на поїздки з Китаю, переважно в Азію та Європу [47].

У той же час високий попит з боку Сполучених Штатів, підкріплений сильним доларом США, продовжить приносити користь напрямкам у регіоні та за його межами. Європа й надалі отримуватиме потужні туристичні потоки зі США, частково через ослаблення євро по відношенню до долара США.

Одним з позитивних факторів щодо розвитку світової туристичної галузі у 2023 році є відновлення, лібералізація та зростання кількості рейсів повітряного сполучення між країнами, проте до вересня 2022 року (за даними The International Air Transport Association, далі – IATA) завантаженість міжнародних авіаційних перевезень залишалася на 37% нижче рівня 2019 року.

У багатьох напрямках у першому кварталі 2023 року міжнародний туризм перевищив рівень до пандемії.

Кілька напрямків повідомили про надзвичайне зростання кількості прибуттів у першому кварталі 2023 року порівняно з першим кварталом 2019 року (див. рис. 2.3), зокрема Катар (+98%), Саудівська Аравія (+64%), Албанія (+54%), Сінт-Мартен (+51%) та Ефіопія (+46%). Іншими напрямками, які отримали двозначне зростання в цьому кварталі, були Болгарія, Сербія (+27%), Сальвадор (+26%), Андорра (+23%), Боснія і Герцеговина (+22%), Танзанія (+21%), Колумбія (+18%), Віргінські острови США (+17%), Марокко (+17% до лютого), Гватемала, Португалія, Туреччина (всі +14%), Гондурас (+13%), Сан-Марино (+12%), Домініканська Республіка (+11%) і Кіпр (+10%).

Що стосується надходжень від світової туристичної галузі, напрямками, які повідомили про найвище зростання в цьому кварталі, згідно

з наявними даними, були Пакистан, де надходження зросли втричі порівняно з першим кварталом 2019 року, Румунія, Сербія та Туреччина, де доходи зросли більш ніж удвічі.

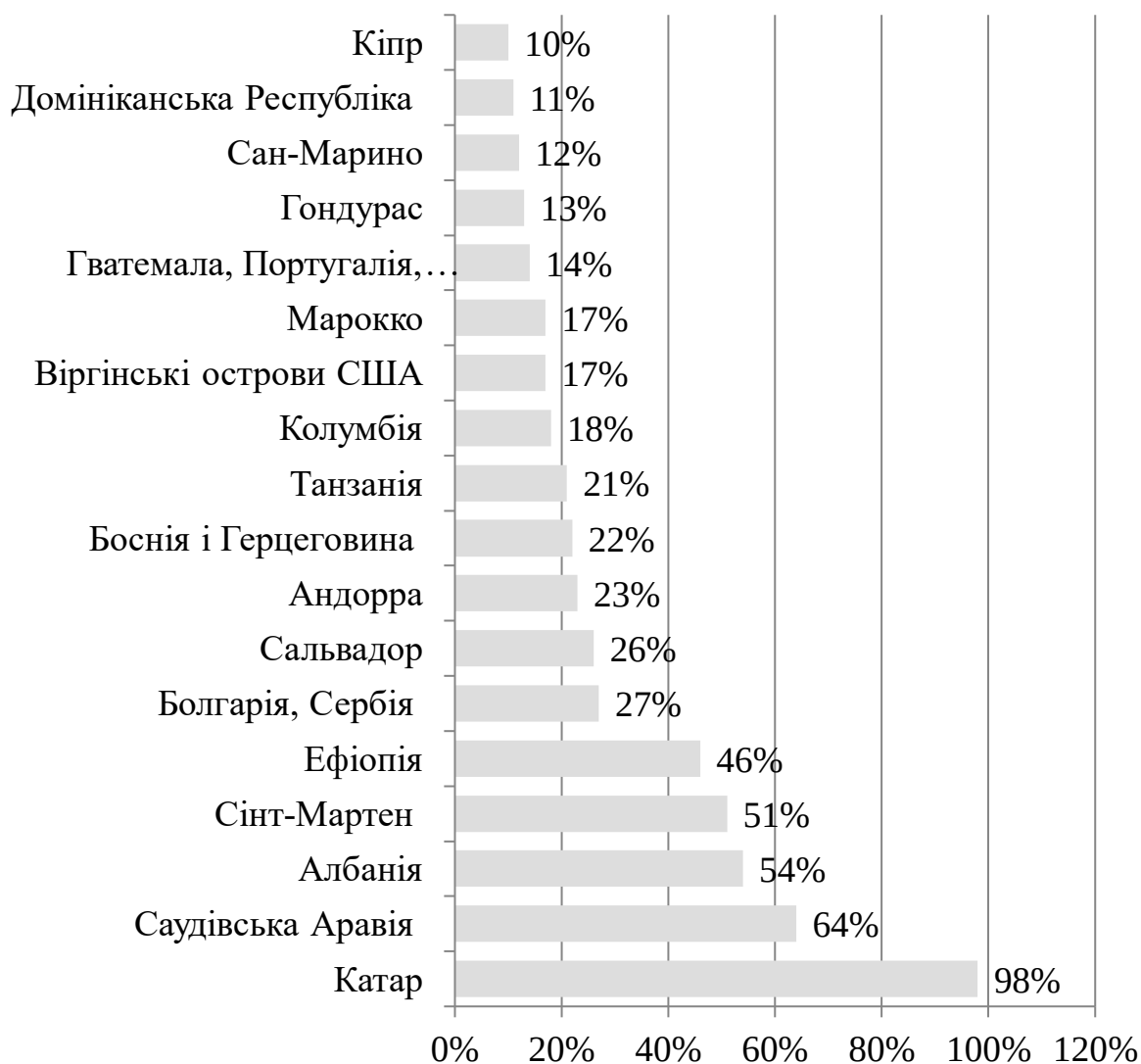


Рис. 2.3 – Зміна кількості прибуттів у першому кварталі 2023 року порівняно з першим кварталом 2019 року за туристичними напрямками, %

Цього кварталу надходження також перевищили рівень до пандемії в Марокко (+52%), Португалії (+40%), Маврикії (+32%), Йорданії (+31%), Франції (+26%), Болгарії (+21%) ), Мексика (+20%), Монголія (+19%), Кіпр та Іспанія (обидві +15%), серед інших.

Внутрішній туризм продовжує сприяти відновленню кількох напрямків, зокрема тих, які мають великі внутрішні ринки. Міністерство культури і туризму Китаю повідомило, що під час свята Дня праці (29 квітня – 3 травня) було зареєстровано 274 мільйони внутрішніх туристичних поїздок, що на 19% більше, ніж у 2019 році.

Витрати на внутрішній туризм досягли 21 мільярда доларів США, що на 129% більше, ніж у 2022 році. і на рівні рівня 2019 року за цей період. Згідно з даними Strip, кількість бронювань на виїзні поїздки зросла майже на 700%, хоча відновленню міжнародних поїздок до Китаю та з Китаю перешкоджають все ще обмежені рейси та затримки у видачі віз.

Переглянуті дані за 2022 рік показують, що понад 960 мільйонів туристів подорожували за кордон, тобто дві третини (66%) кількості туристів до пандемії було одужало минулого року.

За наявними даними, у 2022 році кілька напрямків уже відновили кількість прибуттів до пандемії: Албанія, Андорра, Кабо-Верде, Колумбія, Кюрасао, Домініканська Республіка, Сальвадор, Ефіопія, Гондурас, Ліхтенштейн, Катар, Сінт-Мартен, Теркс і Кайкос і Об'єднані Арабські Емірати.

У 2022 році надходження від міжнародного туризму досягли позначки в 1 трильйон доларів США. У 2022 році надходження від міжнародного туризму досягли 1 трильйона доларів США, збільшившись на 50% у реальному вираженні порівняно з 2021 роком завдяки значному відновленню міжнародних подорожей.

У результаті витрати міжнародних відвідувачів досягли 64% від рівня до пандемії (–36% порівняно з 2019 роком у реальному вимірі).

За регіонами Європа отримала найкращі результати у 2022 році з 550 мільярдами доларів США надходжень від туризму, що еквівалентно 87% від рівня до пандемії. Африка відновила 75% своїх надходжень до пандемії, Близький Схід – 70%, а Америка – 68%.

Через тривале закриття кордонів азіатські напрямки заробили близько

28% своїх надходжень до пандемії у 2022 році.

Відновлення також можна спостерігати у виїзному туризмі, завдяки значним міжнародним витратам у 2022 році з основних вихідних ринків. Саудівська Аравія (+6%), Німеччина (+2%) і Франція (0%) відновили рівень витрат до пандемії, а також Португалія (+8%) і Австрія (+6%). США (–13%), Італія, Нідерланди, Швеція (всі –8%) і Бельгія (–7%) наблизилися до рівня 2019 року.

За даними IATA, до лютого 2023 року попит відновився приблизно на 80% від рівня 2019 року.

Заглядаючи вперед, більшість експертів продовжує вірити, що міжнародний туризм не повернеться до рівня 2019 року лише у 2024 (38%) або 2025 або пізніше (23%). Проте ця сукупна частка в 61% дещо зменшилася порівняно з січневим опитуванням (65%), що свідчить про підвищення впевненості.

На думку багатьох експертів, внутрішній туризм і надалі сприятиме відновленню туризму, що підживлюється попитом на напрямки, розташовані ближче до дому, оскільки туристи шукають заходів на відкритому повітрі, природних продуктів і сільського туризму.

Одним з аспектів дослідження перспектив розвитку сфери туризму у світі є узагальнення основних факторів, які перешкоджають відновленню світової туристичної галузі (див. рис. 2.4).

Відповідно до останнього опитування Групи експертів UNWTO (the Panel of Experts), головними факторами, які перешкоджатимуть відновленню туризму у наступних роках будуть: складне економічне середовище (високий рівень інфляції та процентних ставок; різке зростання цін на нафту та продукти харчування; побоювання глобальної рецесії).

Крім того, триваюча невизначеність, спричинена російською агресією проти України та іншими зростаючими геополітичними напруженнями, проблеми охорони здоров'я, пов'язаними з COVID-19, а також нестача робочої сили також становлять значні негативні ризики для індустрії туризму

в наступних роках.



Рис. 2.4 – Основні фактори, що перешкоджають відновленню світової туристичної галузі, %

Світова туристична галузь зазнає складнощів у відновленні через ряд ключових факторів.

Пандемія та пов'язані з нею обмеження, недостатня вакцинація, економічні проблеми та політична нестабільність ускладнюють міжнародний туризм.

Додатково, екологічні проблеми, технологічні виклики та зміни в уподобаннях споживачів також впливають на відновлення цієї галузі.

Ці фактори у поєднанні можуть ускладнювати відновлення глобальної туристичної галузі, але з часом та відповідними заходами вони можуть бути подолані.

## 2.2. Аналіз функціонування туристичної галузі в країнах Європейського Союзу

Дослідження функціонування туристичної галузі європейських країн дозволило встановити основні напрямки його розвитку.

Зростання міжнародних туристичних прибуттів та надходжень від міжнародного туризму.

Міжнародні туристичні прибуття у 2019 р. становили 746 млн осіб, у 2020 р. знизились до 241,9 млн осіб порівняно з 2019 р. (–67,6%), а у 2021 р. відбулось зростання до 301,3 млн осіб (–59,6%).

Зміцнення долара США по відношенню до євро та фунта стерлінгів призвело до зростання попиту на трансатлантичні подорожі з боку американських туристів.

Ряд європейських напрямків у 2022 р. перевищили обсяги їх прибуттів порівняно з 2019 р., а саме: Туреччина +61%, Португалія +17%, Литва +7% (див. рис. 2.5) [45].

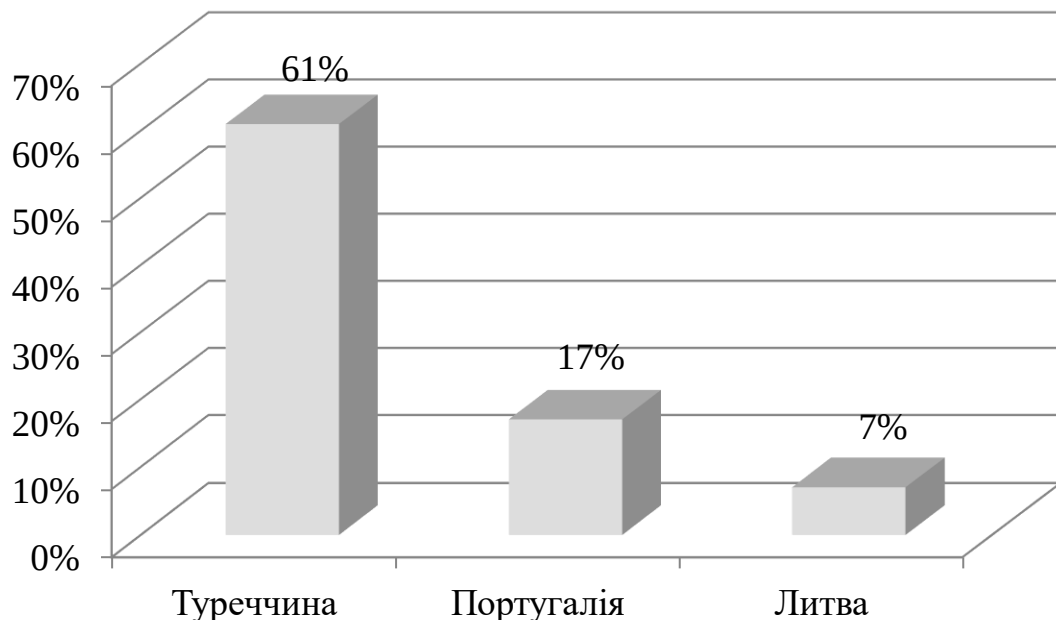


Рис. 2.5 – Зміна обсягів прибуттів американських до європейських напрямків у 2022 р. порівняно з 2019 р., %

Надходження від міжнародного туризму у 2019 р. становили 584,1 млрд дол. США, а у 2021 р. – 276,5 млрд дол. США (–47,4% до 2019 р.) [48].

Як демонструє рисунок 2.5, в 2021 р. розпочалось зростання міжнародних туристичних прибуттів та надходжень від міжнародного туризму у країнах Європи, що зумовлено реалізацією комплексу заходів активної боротьби з COVID-19.

У 2022 р. регіон відвідало 585 млн туристів, що становить майже 80% допандемічного рівня [19].

Міжнародні витрати туристів із Франції, Німеччини, Італії нині складають 70 – 85% допандемічного рівня [20].

З точки зору доходів від міжнародного туризму, Сербія, Румунія, Північна Македонія, Боснія та Герцеговина, Албанія, Хорватія та Португалія повністю відновили рівень 2019 р.

У розширених сценаріях ЮНВТО на 2021 – 2024 рр. зазначається, що для повернення міжнародного туризму до показників 2019 р. потрібно буде 2,5 – 4 роки [21].

Разом із тим, лише втрати від пандемії на українському туристичному ринку оцінюються в понад 1,5 млрд дол. США [22]. Показники міжнародних туристичних прибуттів та надходжень від міжнародного туризму враховують при визначенні топ-дестинацій.

Представлені на рисунку 2.6 дані свідчать про те, що серед європейських країн Франція займає 1 місце за відвідуваністю – 48,4 млн осіб у 2021 р. порівняно з 90,9 млн осіб у 2019 р.

Друге і третє місця відповідно займають Іспанія – 31,2 млн осіб та Італія – 26,9 млн осіб.

Слід відзначити входження Польщі у топ-10 дестинацій Європи протягом останніх років – 9,7 млн осіб у 2021 р.

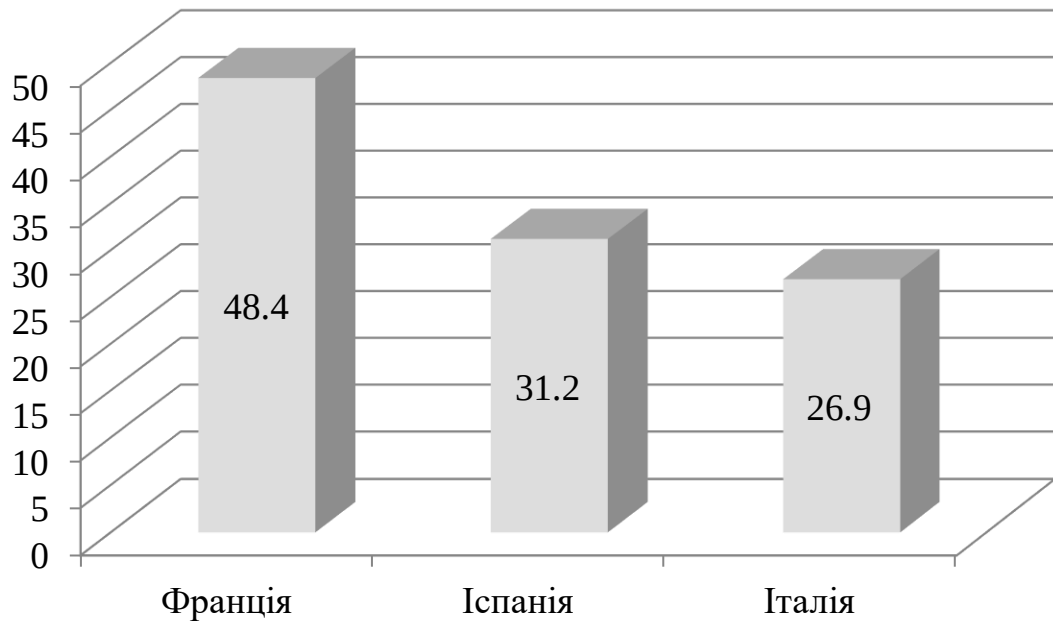


Рис. 2.6 – Європейські країни-лідери за відвідуваністю у 2021 р., млн осіб

Лідером за надходженнями від туристичної галузі серед топ-10 DESTИНАЦІЙ європейського регіону є Франція – 40,8 млрд дол. США, Іспанія утрималася на другому місці – 34,5 млрд дол. США, ставши третім за величиною напрямком у світі, як за кількістю міжнародних туристичних прибуттів, так і за обсягом надходжень від міжнародного туризму після США та Франції.

Зростання обсягів внутрішніх та короткострокових подорожей. Політика урядів європейських країн у боротьбі з пандемією COVID-19 та її наслідками визначає умови подорожування.

Обмеження на міжнародні подорожі призвели до того, що внутрішній туризм лідирує у відновленні сфери туризму в коротко- та середньостроковій перспективі.

За даними Всесвітньої ради з подорожей та туризму, близько половини туристів планували подорожі всередині власної країни у 2021 р. [46]; у тому числі – зростає інтерес до гастрономічного туризму, тренду локальної кухні, місцевої їжі, що сприймається як потужний національний ідентифікатор.

Слід зазначити, що європейські туристи у 2021 р. витрачали на внутрішні мандрівки на 30,2% більше, ніж у 2020 р., а на міжнародні подорожі витрати збільшилися лише на 19,3% [30].

Про відновлення внутрішнього туристичного ринку європейських країн свідчать результати аналізу даних роботи європейських готелів – за 9 місяців 2022 р. відбулось зростання показника RevPAR (чистий прибуток від номера) на 111% порівняно з аналогічним періодом 2021 р. завдяки збільшенню наповнюваності готелів на 62% [45].

Це означає, що Європа у цей період була найкращим регіоном світу по заповнюваності готелів. Зняття обмежень на пересування у Європі, пов'язаних з пандемією COVID-19, підвищення впевненості туристів у колективному імунітеті, незвичне накопичення заощаджень, відкладений попит на подорожі призвели до сплеску короткострокових поїздок.

Так, у 2021 р. відбулось зростання бронювання квитків до національних парків на 233,5% порівняно з 2020 р. [38].

Складна економічна ситуація у країнах Європи вплинула на подорожі у 2023 р., туристи все частіше шукають оптимальне співвідношення ціни та якості туристичних послуг, попит на внутрішні та регіональні поїздки залишився високим та сприяє швидшому відновленню туристичного сектору.

Відновлення пасажирських авіаперевезень. У Європі спостерігається значне відновлення пасажирських авіаперевезень, індекс їх обсягу у 2022 р. зріс до 75,5% від рівня 2019 р. [45].

До недавнього часу відновлення авіаперевезень значною мірою відбувалося за рахунок внутрішніх перевезень, однак зменшення обмежень на подорожі у більшості країн світу, спричинених пандемією COVID-19 призвело до зростання міжнародних бронювань.

Міжнародний авіаційний холдинг (IAG), що володіє British Airways, Iberia, Vueling і Aer Lingus, прогнозував зростання пасажиропотоку наприкінці 2022 р. до 90% від рівня 2019 р., Міжнародна рада аеропортів (ACI Europe), повідомила про дворічний максимум відновлення трафіку в

аеропортах у першому кварталі 2022 р..

Інфляція у європейському регіоні, зростання цін та підвищення відсоткових ставок призвели до скорочення термінів бронювання. Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA) відзначила, що протягом квітня – травня 2022 р. 92% міжнародних і 96% внутрішніх бронювань були зроблені на подорожі не пізніше вересня місяця, при цьому 43% міжнародних і 63% внутрішніх бронювань – для подорожей у квітні і травні 2022 р. [45].

Скорочення періоду бронювання зменшує можливість авіакомпаній планувати свої операції та вносить більшу ступінь невизначеності у їхню діяльність. Відновлення пасажирських авіап перевезень значно ускладнює війна в Україні та пов'язані з цим санкції й обмеження на поїздки в Росію, оскільки авіакомпанії змушені змінювати маршрути польотів, що збільшує тривалість та вартість перельоту.

Дефіцит кадрів у туристичному секторі. У допандемійний період індустрія туризму, за висловом Генсека ООН Антоніу Гутерриша, забезпечувала засобами для існування сотні мільйонів людей, адже кожна десята особа на планеті працює у туристичній індустрії [13].

Отже, туристична галузь є невід'ємною і однією з найважливіших частин світової економіки, а також одним із ключових елементів збереження природної й культурної спадщини країн.

Всесвітня рада з подорожей та туризму (WTTC) зазначила, що до кінця 2020 р. зайнятість у сфері туризму в Європі впала на 9,3%, що еквівалентно втраті 3,6 млн робочих місць.

У 2021 р. скасування схем збереження робочих місць в Італії, Франції та ін. країнах Європи, падіння попиту на подорожі внаслідок появи нового штаму коронавірусу – Омикрон, призвели до суттєвого зростання безробіття у сфері туризму.

За даними Національного управління з розвитку туризму в Ірландії ( Fáilte Ireland) 88% підприємств туристичного сектору мали труднощі з

набором нового персоналу, а 68% – з поновленням працівників на роботі.

Причинами нестачі кадрів у туристичному секторі є: зменшення кількості потенційних працівників; бувший персонал перейшов на роботу в інші сектори; брак кваліфікованих кадрів; низька заробітна плата; тривалий термін проходження перевірки на безпеку; низька привабливість туристичного сектору як роботодавця. 36% європейських працівників при розгляді питання про працевлаштування вважають важливим наявність гарантій зайнятості [43].

У сфері гостинності пропозиція більш високої заробітної плати та гнучких контрактів має важливе значення для залучення працівників, зокрема українських біженців. Зазначимо, що попит на авіап перевезення зростає швидше, ніж відновлення робочої сили авіакомпаній, звільненої під час пандемії.

Нестача персоналу в аеропортах та страйки спричинили затримки та скасування рейсів, черги на реєстрацію та контроль безпеки, а також нагромадження багажу пасажирів.

До причин дефіциту робочої сили відносяться:

- обмежений пул доступних працівників через зміни у візових вимогах до європейських країн;
- нестабільність працевлаштування після пандемії COVID-19;
- тривалість перевірки працівників між наймом та працевлаштуванням.

Зміна поведінки споживачів. Пандемія COVID-19 змінила не тільки спосіб життя та роботи людей, а й їх вимоги, очікування та уподобання щодо подорожей.

Туристи стали більшими прихильниками екологічності, зріс їх інтерес до екологічних подорожей, філантуризму та сільського туризму.

Так, 69% мандрівників зацікавлені у відвідуванні менш відомих місць, 72% прагнуть підтримати місцеві громади своєю подорожжю, а 59% зацікавлені у філантуризмі.

Крім того, 52% споживачів частіше вибирають відпочинок на природі,

ніж до пандемії [7].

Пандемія започаткували нові тенденції в організації робочого процесу та відпочинку:

- Workation – робота у звичні робочі години, яка дозволяє відвідувати рідних, які живуть в інших містах; можливість мати більші відпустки з сім'єю, продовжуючи працювати онлайн тощо;

- Flexcation – гнучка відпустка, яка дозволяє особі поєднувати роботу та відпочинок, завдяки гнучкому графіку роботи.

Встановлено, що 54% туристів вважають більш привабливим поєднувати роботу та навчання з поїздками на відпочинок [46].

Хоча сталість була пріоритетом для туристичного сектору протягом деякого часу, вона стала ще більш помітною через пандемію. Споживачі стали звертати пильнішу увагу на вплив людини на навколишнє середовище та шукають більш екологічні варіанти подорожей.

Зріс інтерес до оздоровчого туризму, оскільки споживачі продовжують стирати межі між діловими подорожами та поїздками на відпочинок, стають більш обізнаними та шукають більше способів для оздоровлення.

У цьому сенсі показовими є приклади овертуризму (туризм, який вийшов за межі прийнятної зміни в місці призначення внаслідок чисельності відвідувачів, що призвело до погіршення навколишнього середовища та інфраструктури, звуження туристичного досвіду, зношення спадщини та/або негативного впливу на мешканців), продемонстровані рекордною кількістю паломників-хасидів до Умані; туристів з Саудівської Аравії, Катару, Об'єднаних Арабських Еміратів – до Західної України та Києва; відкриття інноваційних маршрутів, таких, як «Шлях Святого Якова» – проєкт Camino Podolico.

Зміни у сфері пропозиції туристичних послуг (поява інноваційних продуктів).

За час пандемії багато підприємств стали віртуальними та значна частина персоналу почала працювати он-лайн. Тому підприємствам, які

займаються організацією ділового туризму приходиться створювати інноваційні продукти для задоволення нових потреб та вимог споживачів.

Наприклад, деякі великі готельні групи будують готелі для тривалого проживання клієнтів, які включають кухні та житлові приміщення.

Інші – пропонують пакети послуг, які включають знижки з ціни за більший період перебування у готелі, надання пільг на IT-послуги та оренду залу засідань.

Враховуючи те, що онлайн бізнес для своєї діяльності потребує менше офісних приміщень, то підприємства сфери гостинності пропонують приміщення для періодичних зустрічей та проведення певних заходів.

Крім того, туристичні оператори запроваджують більш гнучкі правила бронювання номерів та їх скасування, які стосуються внесення змін в останню хвилину.

89% туристів в Іспанії, 84% – у Великій Британії та 87% – у Франції вказали, що гнучка політика скасування, повторного бронювання або повернення коштів у сучасних умовах має більш важливе значення, ніж до COVID-19 [46].

Туристичні підприємства пропонують потенційним споживачам туристичних послуг контент і продукти з використанням таких інноваційних маркетингових стратегій, як прямі трансляції, спеціальні рекламні акції для сільських і вторинних напрямків тощо.

Відкладений попит на туристичні послуги як чинник розвитку туризму. За визначенням О. Любіцевої та І. Смирнова [33], «відкладений попит означає, що всі, хто так чи інакше хотів, але не зміг реалізувати свої бажання поїхати відпочивати до іншої країни, спробують це зробити в той момент, коли пандемія відступить, і кордони максимально відкриються без особливих вимог до подорожуючих».

Аналіз даних, представлених Всесвітньою радою з подорожей і туризму (WTTC), дозволяє резюмувати скорочення частки туризму за 2020 р. у світовому ВВП з 10,4% до 5,5%, при цьому прямі фінансові втрати склали

4,5 трлн. дол. США.

Разом із тим, аналітики Федерального резервного банку Нью-Йорка вважають, що відновленню індустрії вражень та суміжних галузей економіки посприяють витрати заможних мандрівників. «Проте вже найближчі 6 років сектор елітного туризму зростатиме в середньому на 11% на рік й у 2027 р. сягне майже 1,2 трлн. дол. США (прогнозують в індійській компанії ринкових досліджень Allied Market Research і для порівняння наводять відповідний показник за 2019 р. – 945,6 млн дол. США). І все це завдяки мільярдам доларів, які накопичили представники середнього класу та багатії з різних країн за період пандемії COVID-19, відклавши на постпандемічний час купівлю дорогих турів» [33].

На цьому аспекті особливо наголошує проф. С. Хадсон, автор праці «COVID-19 і вплив на подорожі, відповіді та результати», підкреслюючи, що «в постпандемічному світі споживачі мають вищі очікування, а пріоритетом для них є ситуація у сфері охорони здоров'я та гігієнічні стандарти туристичних країн й об'єктів. Тому, люксові туроператори, готелі та держави активно пристосовуються до нових потреб і побажань мандрівників» [45].

## Висновки до 2 розділу

Пандемія COVID-19 призвела до значного зниження частки індустрії туризму в структурі ВВП як у цілому в світі (з 4,0% у 2019 р. до 2,0% у 2020 р.), так і за глобальними регіонами. Найбільше відсоткові падіння можна помітити у країнах Азії та Тихоокеанського регіону (з 4,2% в 2019 р. до 1,7% в 2020 році).

Однак, світова криза, викликана пандемією COVID-19, а також зростанням політичної, соціальної та військової нестабільності в окремих регіонах, завдала значної шкоди економіці туристичного сектора, що призвело до негативних наслідків для представників усього туристичного ланцюга (туристичних операторів, туристичних агенцій, перевізників,

готель'єрів, рестораторів тощо).

Зазначимо, згідно з новими даними UNWTO, у 2022 році понад 900 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі – це вдвічі більше, ніж у 2021 році, хоча, це лише 63% від доковідного рівня.

У першому кварталі 2023 року кількість міжнародних туристів досягла 80% від допандемічного рівня (–20% порівняно з тим самим кварталом 2019 року) завдяки сильним результатам у Європі та на Близькому Сході порівняно з 66% відновленням у 2022 році загалом.

Міжнародний туризм зріс на 86% у першому кварталі 2023 року порівняно з тим самим періодом минулого року, демонструючи постійне зростання на початку року.

Приблизно 235 мільйонів туристів подорожували за кордон за перші три місяці, що перевищує вдвічі більше, ніж за аналогічний період 2022 року.

Близький Схід показав найсильніші показники (+15%) і став першим у світі регіоном, який відновив передпандемічні показники за повний квартал. У першому кварталі 2023 року Європа досягла 90% рівня до пандемії завдяки значному внутрішньорегіональному попиту.

Африка та Америка досягли приблизно 85% від рівня 2019 року за перші три місяці 2023 року, тоді як прибуття в Азію та Тихоокеанський регіон піднялося до 54% від рівня до пандемії.

За субрегіонами Південна Середземноморська Європа (+1%) і Північна Африка (+4%) відновили показники 2019 року.

Складна економічна ситуація у країнах Європи вплинула на подорожі у 2023 р., туристи все частіше шукають оптимальне співвідношення ціни та якості туристичних послуг, попит на внутрішні та регіональні поїздки залишився високим та сприяє швидшому відновленню туристичного сектору.

### РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

#### 3.1. Шляхи подолання кризових явищ у світовій туристичній галузі

Сучасна туристична галузь – одна з найбільш перспективних галузей світового господарства, її можна розглядати як самостійний вид економічної діяльності.

Сьогодні туризм став явищем, яке активно 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 [10].

В багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. Туризм і туристична індустрія інтенсивно розвиваються і є одними з найбільш високодохідних галузей світового господарства. Про це свідчить той факт, що на частку туризму припадає майже 10 – 12% світового валового національного продукту, 7% світових інвестицій, кожне шістнадцяте робоче місце, 11% світових споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень, 30-35% світової торгівлі послугами.

Туризм забезпечує значні валютні надходження до бюджету держави. Так, кожен іноземний турист, у середньому, витрачає від 300 до 600 у. о. на проживання, харчування, екскурсійне обслуговування та придбання різних товарів, що, відповідно, є позитивним показником і дозволяє формувати дохідну складову галузі [4].

Війни, епідемії, стихійні лиха завдають нищівного удару світовій економіці. За оцінками експертів, щорічні збитки внаслідок стихійних лих у світі становлять понад 30 млрд доларів.

Серед інших страждає і туристична галузь, яка вже переживала подібні катаклізми і часто знаходила успішні вирішення проблем виходу з кризи. Однак справжнім серйозним викликом для світу стала пандемія COVID-19,

яка вже завдала світовому туризму збитків на 320 млрд доларів.

Цікавим є факт, що ще в 1981 році американський письменник-фантаст Дін Кунц у романі «Очі темряви» (The Eyes of Darkness, Pocket Books, Berkley) описав уявний спалах в Ухані захворювання, спричиненого коронавірусом «Ухань-400», що призвело до гибелі 1700 людей та поширення вірусу в 25 країнах. У романі йшлося про те, що вірус було вирощено в лабораторії і його можна використовувати як біологічну зброю. 11 березня 2020 року Всесвітня організація охорони здоров'я офіційно визнала коронавірусну хворобу COVID-19 пандемією.

Пандемія COVID-19 буквально паралізувала світову економіку, стала випробувальним тестом для медичної сфери. Вдаривши вона і по туристичній галузі, яка втратила, за оцінками деяких її представників, до 30% замовлень. Відтак, урядами країн світу запроваджуються обмеження з метою стримати поширення коронавірусу. 96% усіх туристичних напрямків світу було закрито.

Загалом 209 країн чи регіонів запровадили обмеження на в'їзд туристів. В Африці для туристів закрили 100% напрямків, в Азії та Тихоокеанському регіоні – 100%, на Близькому Сході – 100%, у Європі – 93%, в Америці – 92%.

Обмеження, які запроваджують країни, стосуються як повної заборони на в'їзд туристів, так і закриття доступу до якогось конкретного місця чи регіону, або заборони на здійснення пасажирських авіаперевезень. Закриті кордони, карантинні обмеження в закладах харчування, призупинка авіасполучень, перенесення або скасування багатьох міжнародних конференцій, симпозіумів, концертів, інших заходів завдали галузі мільярдних збитків.

За даними Всесвітньої ради з подорожей та туризму, збитки від коронавірусу в туристичній галузі можуть оцінюватися в 2,1 трильйона доларів, а через обмеження на подорожі без роботи можуть залишитися 75 млн людей [48].

У таких умовах кожна держава намагалася вдосконалити інструменти регулювання національних економік з метою втримати конкуруючі позиції на світових ринках, що дає змогу залучати міжнародні інвестиційні потоки.

Для збереження тенденції розвитку кожна країна має визначати внутрішній економічний потенціал розвитку. Змін потребувала і державна політика, щоб стимулювати сектори економіки до розвитку та постійного зростання ВВП та якості життя.

Державна політика в умовах кризи потребує адаптації до сучасних умов з урахуванням зовнішніх та внутрішніх ризиків впливу кризових явищ на кожен галузь економіки. Вивчення іноземного досвіду державної підтримки туристичної галузі дає змогу виокремити інструментарій, який сприятиме розвитку туризму.

Сфера туризму, яка демонструвала зі середини ХХ-го сторіччя послідовний розвиток та щорічний приріст на рівні 4 – 5% і посіла третє місце у формуванні світового валового продукту, зазнала патологічних змін у 2020 – 2021 роках.

Найбільших збитків галузі було завдано через події, які сталися раптово, їх неможливо було передбачити, та наслідки яких докорінно вплинули на світову туристичну індустрію, а саме:

- терористичні акти (2001 р., 2016 р.), що унеможливають гарантувати безпеку подорожей;
- економічні кризові явища, що суттєво вплинули на рівень туристичного споживання (2008 – 2009 рр., 2010 – 2013 рр.);
- політичні катаклізми та анексія частини території України (2013 р. – сьогодні);
- поширення вірусних захворювань та вживання заходів протипандемічного впливу (2003, 2015, 2019 рр. – до сьогодні);
- початок повномасштабного вторгнення росії на територію України (з 24 лютого 2022 р. – до сьогодні).

Але нищівного удару зазнала індустрія туризму саме в результаті

пандемії COVID-19, важкі наслідки поширення якого призвели до повного закриття кордонів та подекуди до 85 – 97% скорочення кількості мандрівників у країнах світу у 2020 – 2021 роках. Це створило величезний соціальний та економічний колапс у країнах активного туризму, катастрофічно знизився потік туристів, що, своєю чергою, зумовило згортання всіх інвестиційних програм розбудови туристичної інфраструктури.

Закриття країн для відвідування іноземними туристами та карантинні заходи всередині країн спричинили повний параліч системи туризму. COVID-пандемія призвела до скорочення мільйонів робочих місць.

Таких масових скорочень у галузі туризму до теперішнього часу не було [45].

Згідно зі статистикою Барометру міжнародного туризму UNWTO, у січні 2021 року світові туристичні потоки скоротилися на 87%. Це сталося вперше в історії міжнародного туризму та завдало колосальних збитків всім учасникам туристичного ринку (турагенціям, туроператорам, перевізникам тощо).

Світ, а відтак і сфера туризму, переживаючи непередбачувані виклики, стрімко змінюється і шукає нові шляхи і сценарії виходу з кризи, працює над варіантами роботи закладів туристичного бізнесу в умовах невизначеності.

Наразі актуальні питання антикризового управління та розробка нових підходів до управління підприємствами сфери туризму є надзвичайно важливими в туристичному менеджменті [47].

За оцінками фахівців, у сфері туристичних послуг періоду коронакризи пріоритет надавався кількадечному терміну відпочинку, люди вибирали індивідуальне пересування (автотуризм) та індивідуальне розміщення, надавали перевагу оздоровчо-профілактичному, пішому та сільського туризму.

Для прикладу, було багато бажаючих відпочивати у віддалених високогірних селах, де немає скупчення людей, великих магазинів,

перукарень, лікарень і т. п.

Відбулися зміни у вподобаннях споживачів. Вони почали приділяти більше уваги гігієні та здоровому способу життя, активнішому використанню безготівкових та безконтактних методів оплати та засобів адресної доставки; популярними стали онлайн-технології.

Поряд з виїзним туризмом великих втрат зазнав і внутрішній туризм. Це призвело до стагнації галузі і туристичного ринку загалом. Багато туристичних компаній і готелів почали скорочувати маркетингові бюджети з міркувань економії, проте просування на ринок зараз є важливішим, ніж будь-коли.

Дослідження минулих криз показали, що бренди можуть прискорити своє відновлення, якщо продовжувати рекламу під час рецесії.

Напрацьовано багато технологій, які дозволяють компаніям аналізувати поведінку клієнтів, визначати правильні перспективи і шукати шляхи подолання кризи, своєрідні маячки для визначення того часу, коли індустрія туризму та гостинності почне набирати обертів.

Відновлення не буде однорідним. Найімовірніше, внутрішні поїздки відновляться швидше, ніж міжнародні. Це означає, що бренди повинні переглянути, яким буде конкурентне середовище після відновлення. Однак, часові рамки важко передбачити.

Компанії, які в змозі зробити це, повинні діяти вже зараз, щоби бути готовими до швидкого виходу з кризи.

Деякі країни Європейського Союзу вжили заходів щодо підтримки туристичної сфери.

Для прикладу:

- у Бельгії уряд передбачив компенсування скасованого заходу/події внаслідок коронавірусу за допомогою ваучерів, які можна використати протягом 2 років;

- на Кіпрі запроваджено додаткове асигнування на суму 11 млн євро на заходи щодо підтримки туризму до закінчення пандемії;

– у Франції набув чинності документ про відтермінування туристичних кредитів клієнтам; відповідно до закону туристичним фірмам дозволяється запропонувати клієнтам видачу кредитної картки терміном до 18 місяців замість відшкодування, що відповідає загальній сумі, сплаченій за поїздку, яка не відбулася, чи вимушене перебування в іншій країні через карантинні обмеження під час перетину кордону з урахуванням ситуації з пандемією коронавірусної інфекції COVID-19;

– в Австрії запроваджені пакетні заходи для малих і середніх підприємств у туристичній галузі (під управлінням Австрійського банку розвитку туризму): державні гарантії на відновлення кредитів, що використовуються для покриття тимчасової нестачі ліквідності, спричиненої зменшенням обігу внаслідок COVID-19. Наявний обсяг гарантій збільшено до 1 млрд євро; створено Фонд на випадок особливих труднощів (2 млрд євро);

– у Хорватії теж діє «ваучерна система»;

– у Польщі туроператори отримують повернення своїх внесків від Фонду гарантування туризму за пакет, який був скасований через пандемію коронавірусу;

– в Італії уряд схвалив надзвичайний пакет заходів щодо захисту музичних фестивалів та кіносектора, що становив 130 млн євро на 2020 рік для підтримки операторів, авторів, артистів, виконавців, які постраждали від обмежувальних і карантинних заходів, яких вживають у надзвичайній ситуації; розповсюджувалися навчальні матеріали про COVID-19 та новостворені протоколи для всіх туристичних об'єктів;

– в Естонії уряд запровадив пакет економічних стимулів на суму 2 млрд євро, який підтримуватиме бізнес у скрутних ситуаціях, включно з туризмом;

– у Чехії до 2022 року працювала Національна програма підтримки туризму в регіонах, спрямована на підтримку інфраструктури в туризмі;

– у Грузії уряд підготував економічний стимулюючий пакет у розмірі 330 млн доларів, щоби протистояти негативному впливу COVID-19 на

економіку;

– в Угорщині були передбачені окремі заходи щодо внутрішнього відпочинку для підтримки подорожей іноземців у сільську місцевість, іноземців та сільських мешканців до Будапешта.

Угорське агентство з туризму витратило 57 млн євро, щоб якнайшвидше відновити туристичну галузь в Угорщині.

Уряд виділив 600 млрд форинтів підтримки для пріоритетних напрямків найбільш постраждалим секторам, зокрема, таким, як туризм та гостинність у наступні три роки у вигляді інвестиційних субсидій, зменшення податків, розвитку інфраструктури, пільгових та гарантованих кредитів та капітальних програм.

Угорське туристичне агентство розпочало рекламну кампанію з просування домашнього відпочинку [42].

Після скасування карантину найбільший попитом користувалися пропозиції сімейних подорожей власним автотранспортом, відпочинок на природі біля озер і на берегах річок, розміщення у рекреаційних зонах, у замських відпочинкових комплексах, оренда зелених садиб, індивідуальних будиночків з дотриманням вимог соціальної дистанції та забезпеченням всіма необхідними засобами захисту.

Варто зазначити, що досвід наших іноземних партнерів у плані подолання кризових явищ є цікавим і потрібним. Його треба вивчати і втілювати. Для прикладу, туризм є основною галуззю економіки в Хорватії, тому в країні створено Міністерство туризму, діяльність якого полягає в напрацюванні і втіленні стратегічної програми розвитку туризму, а також – контролі за її виконанням.

Державна підтримка розвитку туризму в Хорватії реалізується через державні капіталовкладення. Такі заходи збільшують інвестиції в декілька разів та сприяють привабливості хорватського туристичного регіону в світі.

Інший приклад: географічне розташування Туреччини, сусідство по морській лінії з Україною робить туристичну галузь цікавою для

дослідження. Туристична галузь у Туреччині динамічно розвивається, туристичні потоки йдуть з усього світу, що є наслідком дієвої підтримки з боку держави: йдеться про пільгові умови для провадження туристичного бізнесу, дотації, податкові пільги, державні позики тощо.

### 3.2. Основні напрямки розвитку світової туристичної галузі в умовах сучасності

До основних рушіїв розвитку туристичної індустрії в умовах сучасності належать [10]:

- зростання потоку прямих іноземних інвестицій в країні, які у свою чергу сприяють збільшенню іноземної валюти, розвитку туристичної індустрії, зростанню місцевої зайнятості, збільшенню доходів домогосподарств тощо;

- покращення стану інфраструктури, яка є одним з основних рушіїв розвитку туристичної індустрії, оскільки без відповідних засобів розміщення та належної туристичної інфраструктури туристичне місце не може стати ідеальним туристичним напрямком;

- соціально-економічні, культурні, демографічні, матеріально-технічні та політичні рушії відіграють важливу роль у просуванні туризму та залученні різноманітних туристів у всьому світі, збільшенні кількості міжнародних подорожей, розширенні ринків споживання тощо [10];

- збільшення туристичного попиту є одним з головних рушіїв, що стимулює розвиток туристичної індустрії та збільшенню туристичного обсягу;

- використання сучасних технологічних інновацій, таких як мобільні додатки, розумні пристрої, соціальні медіа, машинне навчання та штучний інтелект, має значний вплив на туристичну індустрію, оскільки вони сприяють полегшенню процесу планування подорожей та покращенню якості послуг;

– зміна попиту та очікувань туристів – туристи з-за сучасних кондицій більш вимогливі, шукають унікальні туристичні враження, стежать за сталим екологічним розвитком, цінують місцеву культуру та автентичність, то дані умови вимагають від туристичної індустрії змінити свій підхід і пропонувати нові та інноваційні продукти та послуги;

– зростаюча конкуренція у туристичній індустрії вимагає від туристичних підприємств постійного вдосконалення своїх пропозицій та стратегій, а глобалізація сприяє збільшенню конкуренції та у свою чергу надає нові можливості для залучення іноземних туристів та відкриття нових туристичних ринків;

– законодавчі та регуляторні зміни можуть впливати на розвиток туристичної індустрії, шляхом формування сприятливої інвестиційної та бізнес-середовища, а також які забезпечують безпеку та захист прав туристів, є важливими для успіху в даній галузі.

Враховання даних рушіїв допоможе туристичній індустрії адаптуватись до сучасного середовища та розвиватись з урахуванням вимог і очікувань сучасних туристів.

Оскільки за останні два десятиліття цифровізація дедалі частіше спостерігається у більшості галузей по всьому світу, тому туристична індустрія не є винятком, що пов'язано з появою ринку онлайн-подорожей та зростанням споживчого попиту на цифрові туристичні послуги.

Широкомасштабне застосування інформаційних технологій є передумовою для того, щоб цифрова економіка стимулювала розвиток туризму, сприяла розробці та впровадженню туристичних інновацій, а таковплинула на зміни у відносинах між виробниками та споживачами туризму [42].

Цифрова економіка сприяє розвитку туризму шляхом підвищення загальної продуктивності факторів виробництва, оптимізації промислової структури та розподілу економічних результатів.

На макрорівні цифрова економіка заклала технологічну основу для

розвитку туризму та стимулювала зростання туристичного попиту, а на мікрорівні цифрова економіка встановлює та підтримує хороші стосунки між туристичними фірмами та споживачами, надаючи високоякісні електронні послуги. Отже, можемо відзначити, що цифрова економіка стала важливим рушієм розвитку індустрії туризму [50].

За оцінками Statista's Digital Market Outlook, глобальний розмір виручки від мобільних додатків у туристичному сегменті зріс у 2021 році на 38 відсотків порівняно з попереднім роком і склав 296 мільйонів доларів США.

Пандемія коронавірусу (COVID-19) відіграла ключову роль у прискоренні цифровізації туристичної індустрії, оскільки проблеми соціального дистанціювання та гігієни змушують споживачів активніше використовувати цифрові послуги.

У зв'язку з цим, дослідження, яке було проведене у вересні 2021 року, показало, що приблизно четверо з десяти опитаних мандрівників по всьому світу вказали безконтактні мобільні платежі серед основних технологій, що підвищують довіру у мандрівників.

Нині веб-сайти соціальних мереж відіграють важливу роль в індустрії туризму, оскільки туристи використовують дані платформи для обміну онлайн-контентом, які пов'язані з їх поїздками, а компанії та впливові особи використовують їх як маркетинговий інструмент, пропонуючи місця для відпочинку та рекламуючи диференційовані туристичні продукти [51].

Станом на грудень 2022 року платформа Booking.com із ринковою капіталізацією близько 78,2 млрд доларів США посідала перше місце серед провідних онлайн-туристичних компаній світу, а за нею слідували її конкуренти Airbnb, Trip.com та Expedia.

Ринкова капіталізація Airbnb, що посідає друге місце, склала приблизно 54,1 мільярда доларів США (див. табл. 3.1).

Отже, можемо відзначити, що швидка переорієнтація туристичної індустрії в цифру призводить до глобальної зміни споживчої поведінки

туристів, включаючи й іноземних.

Таблиця 3.1 – Ринкова капіталізація провідних онлайн-туристичних компаній світу станом на грудень 2022 р. (у мільйонах доларів США)

| Провідні онлайн-туристичні компанії світу | Ринкова капіталізація (у мільйонах доларів США) |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Booking.com (США)                         | 78 171                                          |
| Airbnb (США)                              | 54 137                                          |
| Trip.com (Китай)                          | 22 076                                          |
| Експедіа                                  | (США)                                           |
| MakeMyTrip                                | (Індія) 2902                                    |
| Вебджет (Австралія)                       | 1606                                            |
| Едрімс Одігео (Іспанія)                   | 514                                             |
| Триваго (Німеччина)                       | 487                                             |
| Despegar.com (Аргентина)                  | 340                                             |
| На пляжі (Велика Британія)                | 313                                             |
| Холідейчек (Німеччина)                    | 264                                             |
| Lastminute.Com (Нідерланди)               | 242                                             |
| Hostelworld (Ірландія)                    | 163                                             |
| Travelzoo (США)                           | 55                                              |

Тому у сфері туризму сьогодні важливу роль відіграють цифровізація та маркетинг в Інтернеті, оскільки туристи шукають інформацію в Інтернеті, бронюють та оплачують бронювання, а також шукають різноманітні заходи та події в місцях, які вони планують відвідати.

Можемо констатувати, що реклама є важливим інструментом для туристичного бізнесу, оскільки допомагає залучати нових клієнтів та зберігати наявний.

Проте ефективність реклами в індустрії туризму знаходиться в залежності від декількох факторів, таких як цільова аудиторія, канали реклами, зміст та формат рекламного повідомлення.

До одного з головних аспектів ефективної реклами належить визначення цільової аудиторії, оскільки індустрія туризму має декілька диференційованих груп цільової аудиторії, включаючи молодих мандрівників, сімейних відпочивальників, бізнес-туристів, де кожна з даних груп має власні потреби та очікування, тому при створенні рекламних повідомлень маркетологи повинні налаштувати їх під конкретну аудиторію.

Канали реклами є важливими для забезпечення ефективності маркетингу в туристичному бізнесі, тому маркетологи застосовують телебачення, радіо, соціальні медіа тощо, де вибір каналу залежить від цільової аудиторії та бюджету рекламної кампанії.

Ефективність реклами в індустрії туризму, також, знаходиться в залежності від правильної оцінки результатів рекламної кампанії, для проведення якої застосовують диференційовані метрики, такі як чисельність продажів, конверсійні рейти тощо.

Зміст та формат рекламного повідомлення (наприклад, традиційні оголошення, відеоролики, інтерактивні медіа-матеріали тощо) повинно бути атрактивним та цікавим для цільової аудиторії, містити достатньо інформації про туристичний продукт та демонструвати його переваги, оскільки воно має важливе значення для забезпечення ефективності реклами.

Також, рекламне повідомлення повинно відповідати бренду компанії, відображати ідентичність та цінності бренду, що забезпечить більшу впізнаваність туристичної компанії серед конкурентів [47].

Отже, правильне застосування даних чинників та рушіїв сприятиме залученню нових клієнтів туристичними компаніями та протегуватиме розширення туристичного бізнесу та розвитку туристичної індустрії. Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження визначено, що

розвиток індустрії туризму є особливо актуальним, адже саме завдяки даному сектору економіки можна покращити соціально-економічну ситуацію в цілому, адже це може забезпечити зростання доходів та покращити економічні показники у багатьох видах економічної діяльності, через його мультиплікаційний ефект.

Отже, на основі аналізу даних UNWTO, встановлено, що у 2022 р. відбулося значне відновлення індустрії туризму майже до рівня допандемічного періоду.

Тож, туристична індустрія давно стала однією з важливих складових інфраструктури багатьох країн, впливаючи опосередковано, а часом і прямо, на розвиток країни в цілому, тому туризм можна розглядати як один з інструментів ефективного та динамічного економічного розвитку.

Отже, для забезпечення сталого розвитку світової туристичної галузі в умовах сучасності необхідно звернути увагу на екологічний вплив, культурну спадщину, технологічний прогрес та зміни в попиті, де врахування даних рушіїв допоможе забезпечити розвиток туристичної індустрії у майбутньому.

Подальших розвідок потребує аналіз кризових ситуацій та розробка стратегій кризового управління, які можуть бути корисними для підвищення стійкості та адаптації туристичної індустрії до негативних подій. Перспективи подальших досліджень полягають у розробці новітніх методів регулювання ринку туризму та вдосконалення концептуальних основ управління туристичними потоками, що може стати сучасною парадигмою розвитку туристичної індустрії.

### Висновки до 3 розділу

Сфера туризму, яка демонструвала зі середини XX-го сторіччя послідовний розвиток та щорічний приріст на рівні 4 – 5% і посіла третє місце у формуванні світового валового продукту, зазнала патологічних змін у

2020 – 2021 роках.

Найбільших збитків галузі було завдано через події, які сталися раптово, їх неможливо було передбачити, та наслідки яких докорінно вплинули на світову туристичну індустрію, а саме:

- терористичні акти (2001 р., 2016 р.), що унеможливлюють гарантувати безпеку подорожей;
- економічні кризові явища, що суттєво вплинули на рівень туристичного споживання (2008 – 2009 рр., 2010 – 2013 рр.);
- політичні катаклізми та анексія частини території України (2013 р. – сьогодні);
- поширення вірусних захворювань та вживання заходів протипандемічного впливу (2003, 2015, 2019 рр. – до сьогодні);
- початок повномасштабного вторгнення росії на територію України (з 24 лютого 2022 р. – до сьогодні).

До основних рушіїв розвитку туристичної індустрії в умовах сучасності належать [10]:

- зростання потоку прямих іноземних інвестицій в країні, які у свою чергу сприяють збільшенню іноземної валюти, розвитку туристичної індустрії, зростанню місцевої зайнятості, збільшенню доходів домогосподарств тощо;
- покращення стану інфраструктури, яка є одним з основних рушіїв розвитку туристичної індустрії, оскільки без відповідних засобів розміщення та належної туристичної інфраструктури туристичне місце не може стати ідеальним туристичним напрямком;
- соціально-економічні, культурні, демографічні, матеріально-технічні та політичні рушії відіграють важливу роль у просуванні туризму та залученні різноманітних туристів у всьому світі, збільшенні кількості міжнародних подорожей, розширенні ринків споживання тощо [10];
- збільшення туристичного попиту є одним з головних рушіїв, що стимулює розвиток туристичної індустрії та збільшенню туристичного

обсягу;

- використання сучасних технологічних інновацій, таких як мобільні додатки, розумні пристрої, соціальні медіа, машинне навчання та штучний інтелект, має значний вплив на туристичну індустрію, оскільки вони сприяють полегшенню процесу планування подорожей та покращенню якості послуг;

- зміна попиту та очікувань туристів – туристи з-за сучасних кондицій більш вимогливі, шукають унікальні туристичні враження, стежать за сталим екологічним розвитком, цінують місцеву культуру та автентичність, то дані умови вимагають від туристичної індустрії змінити свій підхід і пропонувати нові та інноваційні продукти та послуги;

- зростаюча конкуренція у туристичній індустрії вимагає від туристичних підприємств постійного вдосконалення своїх пропозицій та стратегій, а глобалізація сприяє збільшенню конкуренції та у свою чергу надає нові можливості для залучення іноземних туристів та відкриття нових туристичних ринків;

- законодавчі та регуляторні зміни можуть впливати на розвиток туристичної індустрії, шляхом формування сприятливої інвестиційної та бізнес-середовища, а також які забезпечують безпеку та захист прав туристів, є важливими для успіху в даній галузі.

Враховання даних рушіїв допоможе туристичній індустрії адаптуватись до сучасного середовища та розвиватись з урахуванням вимог і очікувань сучасних туристів.

Отже, для забезпечення функціонування світової туристичної галузі в умовах сучасності необхідно звернути увагу на екологічний вплив, культурну спадщину, технологічний прогрес та зміни в попиті, де враховання даних рушіїв допоможе забезпечити розвиток туристичної індустрії у майбутньому.

## ВИСНОВКИ

Досягнуто основну мету кваліфікаційної роботи, яка полягає в дослідженні особливостей функціонування світової туристичної галузі.

Розглянуто теоретичні аспекти функціонування світової туристичної галузі.

Туристична галузь – це багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, пов'язаний з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів.

Туристична галузь це є економічний комплекс, розвиток якого більшою мірою пояснюється світогосподарськими процесами та відносинами, аніж внутрішніми причинами.

Туристична галузь – економічне джерело створення нових робочих місць та отримання прибутку, розвитку інфраструктури.

Туристична галузь – невід'ємна складова загального міжнародного ринку. Але для того, щоб краще зрозуміти феномен настільки швидкого і інтенсивного розвитку міжнародного туризму треба дати трактування значення.

Туристична галузь – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає Туризм придбав глобальний характер і всі ознаки галузі світового господарства, про що свідчать значні обсяги міжнародної торгівлі цим видом послуг.

Туристична галузь характеризується одним з найвищих і найстабільніших темпів розвитку протягом значного періоду часу.

Світова туристична діяльність має вплив на розвиток як окремих держав, так і світової економіки в цілому.

Світова туристична галузь це не лише про відомі місця та об'єкти, а й про вивчення нових напрямків. Це впливає на активізацію розвитку країн та підтримку економіки, яка залежить чи тільки починає залежати від туризму.

Світові туристичні агенції стимулюють розвиток депресивних районів створюючи різні тури, які базуються на, стимулюють розвиток депресивних районів створюючи різні тури, які базуються на, наприклад, сталкерингу.

Світовий туризм може стати для країни, в якій має швидкий розвиток, одним із ключових елементів для досягнення цілей розвитку: підвищення добробуту населення, постійне економічне зростання, забезпечення зайнятості населення, підвищення рівня задоволення соціальних потреб та створення капіталу для розвитку регіону.

Туризм придбав глобальний характер і всі ознаки галузі світового господарства, про що свідчать значні обсяги міжнародної торгівлі цим видом послуг.

Світова туристична індустрія забезпечує одні із найвищих надходжень від експорту й для більшості країн є важливим чинником забезпечення платіжного балансу.

Туристична галузь стала одним із найважливіших факторів утворення робочих місць у світовій економіці.

На сьогоднішній день світова туристична галузь розвивається за рахунок чинників, властивих власне індустрії гостинності та туризму, в тому числі факторів таких, як: політика та юриспруденція, економіка та фінанси, культурна сфера, соціально-демографічні зміни, розвиток торгівельної галузі, транспортної, інфраструктури і науково-технічного прогресу.

Розвиток світової туристичної галузі залежить від удосконалення туристичного продукту в туристських дестинаціях, розвитку професійної туристичної агентської мережі, сфери туроператорського продукту та послуг, ступеня використання можливостей маркетингу, стану системи дистрибуції та людського чинника.

Досліджено особливості функціонування світової туристичної галузі.

Пандемія COVID-19 призвела до значного зниження частки індустрії туризму в структурі ВВП як у цілому в світі (з 4,0% у 2019 р. до 2,0% у 2020 р.), так і за глобальними регіонами. Найбільше відсоткові падіння можна помітити у країнах Азії та Тихоокеанського регіону (з 4,2% в 2019 р. до 1,7% в 2020 році).

Однак, світова криза, викликана пандемією COVID-19, а також зростанням політичної, соціальної та військової нестабільності в окремих регіонах, завдала значної шкоди економіці туристичного сектора, що призвело до негативних наслідків для представників усього туристичного ланцюга (туристичних операторів, туристичних агенцій, перевізників, готель'єрів, рестораторів тощо).

Зазначимо, згідно з новими даними UNWTO, у 2022 році понад 900 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі – це вдвічі більше, ніж у 2021 році, хоча, це лише 63% від доковідного рівня.

У першому кварталі 2023 року кількість міжнародних туристів досягла 80% від допандемічного рівня (–20% порівняно з тим самим кварталом 2019 року) завдяки сильним результатам у Європі та на Близькому Сході порівняно з 66% відновленням у 2022 році загалом.

Міжнародний туризм зріс на 86% у першому кварталі 2023 року порівняно з тим самим періодом минулого року, демонструючи постійне зростання на початку року.

Приблизно 235 мільйонів туристів подорожували за кордон за перші три місяці, що перевищує вдвічі більше, ніж за аналогічний період 2022 року.

Близький Схід показав найсильніші показники (+15%) і став першим у світі регіоном, який відновив передпандемічні показники за повний квартал. У першому кварталі 2023 року Європа досягла 90% рівня до пандемії завдяки значному внутрішньо-регіональному попиту.

Африка та Америка досягли приблизно 85% від рівня 2019 року за перші три місяці 2023 року, тоді як прибуття в Азію та Тихоокеанський регіон піднялося до 54% від рівня до пандемії.

За субрегіонами Південна Середземноморська Європа (+1%) і Північна Африка (+4%) відновили показники 2019 року.

Складна економічна ситуація у країнах Європи вплинула на подорожі у 2023 р., туристи все частіше шукають оптимальне співвідношення ціни та якості туристичних послуг, попит на внутрішні та регіональні поїздки залишився високим та сприяє швидшому відновленню туристичного сектору.

Визначено перспективи функціонування світової туристичної галузі.

Сфера туризму, яка демонструвала зі середини ХХ-го сторіччя послідовний розвиток та щорічний приріст на рівні 4 – 5% і посіла третє місце у формуванні світового валового продукту, зазнала патологічних змін у 2020 – 2021 роках.

Найбільших збитків галузі було завдано через події, які сталися раптово, їх неможливо було передбачити, та наслідки яких докорінно вплинули на світову туристичну індустрію, а саме:

- терористичні акти (2001 р., 2016 р.), що унеможливають гарантувати безпеку подорожей;
- економічні кризові явища, що суттєво вплинули на рівень туристичного споживання (2008 – 2009 рр., 2010 – 2013 рр.);
- політичні катаклізми та анексія частини території України (2013 р. – сьогодні);
- поширення вірусних захворювань та вживання заходів протипандемічного впливу (2003, 2015, 2019 рр. – до сьогодні);
- початок повномасштабного вторгнення росії на територію України (з 24 лютого 2022 р. – до сьогодні).

До основних рушіїв розвитку туристичної індустрії в умовах сучасності належать [10]:

- зростання потоку прямих іноземних інвестицій в країні, які у свою чергу сприяють збільшенню іноземної валюти, розвитку туристичної індустрії, зростанню місцевої зайнятості, збільшенню доходів домогосподарств тощо;

– покращення стану інфраструктури, яка є одним з основних рушіїв розвитку туристичної індустрії, оскільки без відповідних засобів розміщення та належної туристичної інфраструктури туристичне місце не може стати ідеальним туристичним напрямком;

– соціально-економічні, культурні, демографічні, матеріально-технічні та політичні рушії відіграють важливу роль у просуванні туризму та залученні різноманітних туристів у всьому світі, збільшенні кількості міжнародних подорожей, розширенні ринків споживання тощо [10];

– збільшення туристичного попиту є одним з головних рушіїв, що стимулює розвиток туристичної індустрії та збільшенню туристичного обсягу;

– використання сучасних технологічних інновацій, таких як мобільні додатки, розумні пристрої, соціальні медіа, машинне навчання та штучний інтелект, має значний вплив на туристичну індустрію, оскільки вони сприяють полегшенню процесу планування подорожей та покращенню якості послуг;

– зміна попиту та очікувань туристів – туристи з-за сучасних кондицій більш вимогливі, шукають унікальні туристичні враження, стежать за сталим екологічним розвитком, цінують місцеву культуру та автентичність, то дані умови вимагають від туристичної індустрії змінити свій підхід і пропонувати нові та інноваційні продукти та послуги;

– зростаюча конкуренція у туристичній індустрії вимагає від туристичних підприємств постійного вдосконалення своїх пропозицій та стратегій, а глобалізація сприяє збільшенню конкуренції та у свою чергу надає нові можливості для залучення іноземних туристів та відкриття нових туристичних ринків;

– законодавчі та регуляторні зміни можуть впливати на розвиток туристичної індустрії, шляхом формування сприятливої інвестиційної та бізнес-середовища, а також які забезпечують безпеку та захист прав туристів, є важливими для успіху в даній галузі.

Врахування даних рушіїв допоможе туристичній індустрії адаптуватись до сучасного середовища та розвиватись з урахуванням вимог і очікувань сучасних туристів.

Отже, для забезпечення функціонування світової туристичної галузі в умовах сучасності необхідно звернути увагу на екологічний вплив, культурну спадщину, технологічний прогрес та зміни в попиті, де врахування даних рушіїв допоможе забезпечити розвиток туристичної індустрії у майбутньому.

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 №324/95-ВР URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>. (дата звернення: 17.09.2023).
2. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. Історія туризму : підручник. Харків : Форт, 2018. 286 с.
3. Бакурова А. В. Основні проблеми туристичної галузі. URL : <http://tourlib.nets> (дата звернення: 12.10.2023).
4. Бойко М. Г., Гопкало Л. М. Організація готельного господарства : підручник. Київ : Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.
5. Богашко О. Л. Менеджмент туристичної індустрії як базис створення інноваційного конкурентоспроможного турпродукту. *Інноваційний розвиток економіки: проблеми та перспективи* : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. 29 вересня 2016 р. Умань : ВПЦ «Візаві». 2016. С. 113–116.
6. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія. Львів, 2017. 288 с.
7. Борщук Є. Основи стійкого розвитку еколого-економічних систем : монографія. Львів : Растр-7, 2007. 436 с.
8. Воронкова Т. Є. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. С. 82–87.
9. Герасимчук З., Глядіна М. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізми формування та реалізації : монографія. Луцьк : Надстир'я, 2006. 161 с.
10. Денищенко Л. В., Дорошенко Т. М. Рушії розвитку туристичної індустрії в умовах сучасності. *Економіка та суспільство*. Випуск # 50 / 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-61> (дата звернення: 18.09.2023).
11. Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі.

*Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52-1. С. 29–30.

12. Дон О. Д., Хелашвілі К. Г. Тенденції розвитку міжнародної туристичної діяльності URL : [http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/25\\_2020/8.pdf](http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/25_2020/8.pdf). (дата звернення: 18.09.2023).

13. Заячківська Г., Церклевич В. Тенденції розвитку туризму в Україні в період пандемії COVID-19. *Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (27-29 жовтня 2021 р.). Львів : ЛТЕУ, 2021. С. 30–32.

14. Квіцинська М. Туристичний бізнес під час коронавірусу. URL : <https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/turystychnyy-biznes-pid-chas-koronaviru> (дата звернення: 18.10.2023).

15. Кириченко В. В'їзний туризм часів пандемії. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/07/21/676113>. (дата звернення: 18.04.2023).

16. Корнієнко О. М., Цвілий С. М. Посткоронавірусне відновлення бізнес-активності мікропідприємств сфери гостинності регіону. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2021. № 3. С. 73–78.

17. Корнієнко О. М., Зайцева В. М. Аналіз та оцінка потенціалу туристських територій : навч. посіб. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 288 с.

18. Корнієнко О. М. Перспективи відновлення туристичної сфери в повоєнний період. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 203–207.

19. Краснова Ю. А., Антонова А. В. Поняття та юридичні ознаки туризму в Україні. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2014. Вип. 197. Ч. 3. С. 132–140.

20. Кузик С. П. Географія туризму : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Знання, 2011. 271 с.
21. Мальська М. П. Туристичне країнознавство. Європа : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 224 с.
22. Побоченко Л. М. Світовий ринок авіаційних перевезень та вплив на нього COVID-19. *Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право)*. 2020. № 1. С. 77–83.
23. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як чинник соціально-економічного розвитку (на прикладі країн, що розвиваються). *Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети*: матеріали VIII міжнар. наук.-практ. конф. 27 жовтня 2017 р. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. С. 217–219.
24. Морозов О. Скільки іноземців побувало в Україні за 2021 рік. URL : [https://www.thevillage.com.ua/village/city/city-news/321701-skilki-inozemtsiv-pobuvalo-v-ukrayini-za2021-rik#:~:text=](https://www.thevillage.com.ua/village/city/city-news/321701-skilki-inozemtsiv-pobuvalo-v-ukrayini-za2021-rik#:~:text= (дата звернення: 18.09.2023).) (дата звернення: 18.09.2023).
25. Мікляєва Н. О., Капліна Т. В. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу. URL : <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9809/1/%D0%9C%D1%96%D0%BA%D0%BB%D1%8F%D1%94%D0%B2%D0%B0.pdf>. (дата звернення: 18.09.2023).
26. Миронов Ю. Б. Особливості інноваційної діяльності у сфері туризму URL : [https://tourlib.net/statti\\_ukr/myronov10.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/myronov10.htm). (дата звернення: 28.09.2023).
27. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL : <https://www.unwto.org>. (дата звернення 20.10.2023).
28. Пандемія COVID-19 та її наслідки в сфері туризму в Україні. (Оновлення до документа «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні»). URL : <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRDCOVID19-Report-UKR.pdf> (дата

звернення: 19.09.2023).

29. Пічкурова З. В. Інтелектуалізація міжнародної торгівлі в умовах пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/981> (дата звернення: 18.09.2023).

30. Подольський Є. Минулий рік став найгіршим в історії світового туризму. URL : <https://dip.org.ua/turizm/minulij-rik-stav-najgirshim-v-istorii-svitovogoturizmu/> (дата звернення: 18.10.2023).

31. Рильська Д. О., Корнієнко О. М. Міжнародне співробітництво України в галузі туризму. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*: матеріали Міжнар. наук.-практ конф., 25 листопада 2022 р. Запоріжжя, 2022 р. С. 346–349.

32. Сирватка Л. Міжнародний туризм – важливий напрямок у міжнародному співробітництві. URL : [https://tourlib.net/statti\\_ukr/syrvatka.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/syrvatka.htm). (дата звернення 20.10.2023).

33. Смирнов І., Любіцева О. Відкладений попит на туристичні послуги як чинник розвитку туризму в постпандемічний час в світі та Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв .Серія : Туризм*. 2022. № 5 (1). С. 6–26.

34. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та українські реалії. URL : <http://eap-csf.org.ua/wpcontent/uploads/2020/12/COVID-19.pdf>. (дата звернення 20.09.2023).

35. Соколова З. С. Порівняльний аналіз цифрової конкурентоспроможності країн Європи та України. *Фінансова політика України в умовах європейської інтеграції* : матеріали І Всеукр. наук.-практ. конф. 20 лютого 2020 р., Львів : Факультет управління фінансами та бізнесу ЛНУ ім. І. Франка, Кафедра фінансового менеджменту, 2020. С. 317–320.

36. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної сфери в Україні.

URL : <http://www.newbiznet.com.ua/index.php/ru/articles/80-market/335-2013-07-31--08-09> (дата звернення: 18.09.2023).

37. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : КНТЕУ, 2006. 537 с.

38. У ДАРТ назвали туристичні тренди 2022 року. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3394215-u-dart-nazvali-turisticni-trendi2022-roku.html> (дата звернення: 20.09.2023).

39. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского*. 2009. Том 22 (61). № 2. С. 373–380.

40. Як війна в Україні вплинула на європейський туризм? URL : <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 19.09.2023).

41. Якименко-Терещенко Н., Корюгін А., Бикова М. Перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії туризму і гостинності в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 35. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-4> (дата звернення: 18.09.2023).

42. COVID-19 and tourism statistics. The World Tourism Organization (UNWTO). URL : [https://unstats.un.org/unsd/ccsa/documents/covid19-report-ccsa\\_vol3.pdf](https://unstats.un.org/unsd/ccsa/documents/covid19-report-ccsa_vol3.pdf) (дата звернення: 28.09.2023).

43. Deloitte Insights. Policies for the post-pandemic world of work Understanding the priorities of the European workforce. URL : [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/be/Documents/public-sector/DI\\_Policies-for-the-post-pandemic-world-of-work.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/be/Documents/public-sector/DI_Policies-for-the-post-pandemic-world-of-work.pdf) (дата звернення: 20.09.2023)

44. International tourism and COVID-19 The World Tourism Organization (UNWTO). URL : <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19> (дата звернення: 30.09.2023).

45. European tourism: trends & prospects. Quarterly report (Q3/2022). European Travel Commission. URL : <https://etc-corporate.org/reports/european->

tourism-2022-trends-prospects-q3-2022/ (дата звернення: 11.09.2023)

46. Trending in travel: Emerging consumer trends in Travel & Tourism in 2021 and beyond. URL : [https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Trending\\_In\\_Travel-Emerging\\_Consumer\\_Trends-231121.pdf](https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Trending_In_Travel-Emerging_Consumer_Trends-231121.pdf) (дата звернення: 18.09.2023)

47. Tourism Set to Return to Pre-Pandemic Levels in Some Regions in 2023. UNWTO. URL : <https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-someregions-in-2023> (дата звернення: 18.11.2023).

48. UNWTO Tourism Data Dashboards. URL : <https://www.unwto.org/tourismdata/unwto-tourismdashboard> (дата звернення 20.10.2023).

49. UNWTO World Tourism Barometer January 2022 Overview. URL : <https://webunwto.s3.eu-west1.amazonaws.com/public/2022-01/2201-Barometersmall.pdf> (дата звернення 20.10.2023).

50. UNWTO World Tourism Barometer January 2022 Excerpt. URL : [https://webunwto.s3.eu.com/202201/UNWTO\\_Barom22\\_01\\_January\\_Excerpt.pdf](https://webunwto.s3.eu.com/202201/UNWTO_Barom22_01_January_Excerpt.pdf). (дата звернення 20.10.2023).

51. UNWTO World Tourism Barometer. URL : <https://www.unwto.org/unwtoworld-tourismbarometer-data>. (дата звернення 20.09.2023).

52. UNWTO Tourism Ambassadors. URL : <https://www.unwto.org/unwtotourism-ambassador>. (дата звернення 20.09.2023).

53. To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19. Analysys. World Travel & Tourism Council (WTTC). URL : <https://wtcc.org/Research/To-Recovery-Beyond> (дата звернення: 19.11.2023).

54. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, July 2021. UNWTO. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.4> (дата звернення: 19.11.2023).

55. Kyryliuk I., Shapoval V., Povorozniuk I., Herasymenko T., Lytvyn O. Tourism during pandemic of Covid-19: analysis of the situation and ways out of the crisis. Proceedings of the 36th International Business Information Management Association (IBIMA), 4–5 November 2020, Granada, Spain. P. 8888–8897. URL : <https://ibima.org/accepted-paper/tourismduring-pandemic-of-covid-19-analysis-of-the-situation-and-ways-out-of-the-crisi> (дата звернення: 19.09.2023).

56. Корнієнко В. А., Зайцева В. М. Особливості функціонування світової туристичної галузі. *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. 315–317.