

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

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (дипломної) роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Виконав(ла): здобувач(ка) вищої освіти

4 курсу, групи МТЕ-130

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

Олександр ДІБРОВА

Керівник: к.е.н., доцент Сергій ЦВІЛИЙ

Рецензент: к.е.н., доцент Анастасія ДІДЕНКО

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Міжнародного туризму та економіки

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

ДІБРОВИ Олександра Дмитровича

1. Тема роботи (проекту) МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

керівник роботи (проекту) ЦВІЛИЙ Сергій Миколайович, к.е.н., доцент,

затвердженні наказом вищого навчального закладу від 16 лютого 2024 року № 34

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 23.05.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, матеріали міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, монографії, Інтернет-джерела, законодавчі та нормативно-правові акти України, дані первинного бухгалтерського обліку, статистичні звіти.

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

1) Теоретичні засади виникнення та етапи розвитку міжнародного туризму. 2) Дослідження стану міжнародного туризму. 3) Перспективи розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні.

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

Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 4 таблиці, 9 рисунків.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної (дипломної) роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	19.02.2024	31.03.2024
2	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	19.02.2024	14.04.2024
3	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	19.02.2024	28.04.2024
Нормо контроль	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	19.02.2024	10.05.2024

7. Дата видачі завдання 19 лютого 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	19.02.2024	виконано
2	Вивчення літературних джерел	20.02-25.02.2024	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	26.02-10.03.2024	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	11.03-17.03.2024	виконано
5	Виконання першого розділу	31.03.2024	виконано
6	Виконання другого розділу	14.04.2024	виконано
7	Виконання третього розділу	28.04.2024	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	03.05.2024	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	10.05.2024	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12.05.2024	виконано
11	Перевірка роботи керівником	15.05.2024	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	16.05.2024	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	17.05.-19.05.2024	виконано
14	Подання роботи на кафедру	23.05.2024	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	30.05.-02.07.2024	виконано

Здобувач(ка) вищої освіти _____ Олександр ДІБРОВА
(підпис)

Керівник роботи (проекту) _____ Сергій ЦВІЛИЙ
(підпис)

РЕФЕРАТ

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є визначення сучасних проблем та перспектив розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні.

Об'єкт дослідження: міжнародний туризм.

Предмет дослідження: міжнародна туристична індустрія й її місце в системі соціально-економічних пріоритетів розвитку економіки держав світу.

Методи дослідження: метод наукової абстракції, історичний метод, аналіз літературних джерел та Інтернет-ресурсів, аналітико-дослідницький метод, статистичні методи, методи системного пошуку і збору даних, соціально-психологічні методи, географічні методи, економічні методи.

Інформаційна база дослідження: нормативно-правова та законодавча база України, підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, дані Всесвітньої туристичної організації, фінансової і статистичної звітності, Інтернет-ресурси, сайти компаній, власні дослідження автора, тощо.

Практичне значення результатів: формування інструментарію визначення сучасних проблем та перспектив розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні для використання потенціалу вітчизняної галузі туризму. Окремі пропозиції можуть бути використані на різних вітчизняних фірмах в туризмі та при викладанні навчальної дисципліни «Міжнародний туризм».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Всеукраїнській науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2024» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 15–19 квітня 2024 р., м. Запоріжжя. Опубліковані тези доповіді.

Структура. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань.

Обсяг. Загальний обсяг – 80 сторінок, основна частина – 73 сторінки.

Графічний матеріал. Робота містить 4 таблиці та 9 рисунків.

АНОТАЦІЇ

ДІБРОВА Олександр. Міжнародний туризм: стан та перспективи розвитку. – Кваліфікаційна (дипломна) робота.

У кваліфікаційній роботі узагальнено теоретичні засади виникнення, основні етапи розвитку, основні види та форми міжнародного туризму в країнах світу; досліджено сучасного стану міжнародного туризму; визначено перспективи розвитку міжнародного туризму у світі і Україні на основі аналізу проблем глобального середовища. Актуальність роботи обґрунтована необхідністю пошуку шляхів використання туристичного потенціалу України в міжнародному середовищі. Практичне значення полягає у формуванні інструментарію визначення проблем та перспектив розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні для використання потенціалу галузі туризму.

Ключові слова: міжнародний туризм, світова економіка, туристичний бізнес, ринок, післявоєнний розвиток, стратегія, проблеми, перспективи.

DIBROVA Oleksandr. International tourism: the state and prospects for development. – Qualifying work.

The qualification work summarizes the theoretical foundations of the emergence, the main stages of development, the main types and forms of international tourism in the countries of the world; the current state of international tourism was investigated; prospects for the development of international tourism in the world and in Ukraine are determined based on the analysis of the problems of the global environment. The relevance of the work is justified by the need to find ways to use the tourism potential of Ukraine in the international environment. The practical significance lies in the formation of a toolkit for identifying problems and prospects for the development of international tourism in the world and in Ukraine to use the potential of the tourism industry.

Keywords: international tourism, world economy, tourism business, market, post-war development, strategy, problems, prospects.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

БГП (BGP) – протокол маршрутизації прикладного рівня

ВВП – валовий внутрішній продукт

вул. – вулиця

г/дм³ – грам на дециметр кубічний

г/л – грам на літр

га – гектар

грн. – гривня

ДЕСТ – державний стандарт

див. – дивись

дод. – додаток

ЗМІ – засоби масової інформації

ін. – інше

км – кілометр

м – метр

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

МСП – малі та середні підприємства

ММСП – мікро-, малі та середні підприємства

НПП – Національний природний парк

ОАЕ – Об'єднані Арабські Емірати

ст. – століття

США – Сполучені Штати Америки

ТА – туристична агенція

ТНК – транснаціональна корпорація (компанія)

тис. – тисяча

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю

ЮНЕСКО – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИНИКНЕННЯ ТА ЕТАПИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	11
1.1. Міжнародний туризм: еволюція, етапи розвитку, види та форми	11
1.2. Особливості розвитку міжнародного туризму в різних країнах	22
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	30
2.1. Дослідження внеску міжнародного туризму у світову економіку	30
2.2. Аналіз тенденцій і динаміки розвитку міжнародного туризму	38
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ	48
3.1. Сучасні проблеми та повоєнні перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні	48
3.2. Перспективи розвитку міжнародного туризму у світі	61
ВИСНОВКИ	71
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	74

ВСТУП

Актуальність теми. Галузь туризму, на сьогоднішній день, є головною рушійною силою економічного зростання, двигуном створення робочих місць, одним із найбільших бізнес-майданчиків в світі. В останні десятиріччя він зазнав постійного розширення та диверсифікації і став одним із найбільш потужних та найшвидше зростаючих секторів міжнародної економіки у світі.

Сталий та стійкий міжнародний туризм може позитивно вплинути на спосіб життя людей, вивести цілі нації з бідності, сприяти процвітанню та створювати економічні та соціальні переваги в країнах призначення. Туризм має мультиплікаційний ефект у різних секторах економіки, таких як: послуги з розміщення та харчування, сільське господарство, роздрібна торгівля та транспорт. За умов його детального аналізу та раціонального управління він може сприяти диверсифікації економіки, покращенню місцевої культури та продуктів, просуванню місцевих підприємств і створенню робочих місць.

Виникнення воєнного конфлікту в новітній історії світу свідчить про неможливість швидкого відновлення міжнародного туризму на окупованих територіях, незважаючи на прогрес у вирішенні територіальних проблем, які нерозривно пов'язані із заходами економічного, соціального, політичного, інформаційного впливів. Проте, ситуацію, що склалася в державі, доцільно розглядати одночасно як проблему та як можливість розвитку потужного потенціалу міжнародного співробітництва України у сфері міжнародного туризму з функціонуючими сьогодні локально-регіональними системами та їх інтеграції в економічний простір інших країн зі стабільним соціальним й економічним середовищем, залучення інвестицій, розбудови інноваційної туристичної інфраструктури на засадах цифрових технологій, формування принципово нових комунікацій, створення нових професій і робочих місць.

Фундаментальні теоретичні аспекти проблем міжнародного туризму знайшли відображення в роботах таких вчених, як: В. Зайцева [1], О. Жилко [2], О. Корнієнко [3–4], А. Віндюк, Д. Гурова [5], Т. Кукліна [6], Н. Трусова

[7], С. Цвілій [8; 10], С. Журавльова [9] й інших. Історичні аспекти розвитку міжнародного середовища туризму розкрито в наукових дослідженнях таких вчених: М. Мальська, Н. Паньків, А. Ховалко [15], В. Федорченко, Т. Дьорова [16]. Питання організація міжнародного туризму досліджував В. Кифяк [17].

Останнім часом вивченням динаміки міжнародного туризму займається багато вітчизняних науковців, дослідників, практиків; серед них значну активність демонструють науковці кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу Національного університету «Запорізька політехніка».

Однак, питання підходу до міжнародного туризму та вивчення ринку міжнародних туристичних послуг освячуються фрагментарно й залишаються дискусійними. Ефективність практичного інструментарію в міжнародному туризмі вимагає узагальнення питань теорії, методики, практики. Проведення аналізу міжнародного ринку туристичних послуг є найважливішим чинником сталого післявоєнного розвитку індустрії туризму та рекреації в Україні.

Зазначені положення обумовили об'єктивну необхідність опанування механізмів дослідження міжнародного туризму в Україні та різних країнах світу. Саме з цих причин обраний напрямок дослідження є своєчасним та актуальним, обумовлює логічність та взаємозв'язок обраної теми роботи з назвами її структурних розділів та підрозділів, а також логікою побудови.

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є визначення сучасних проблем та перспектив розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні.

Виходячи з поставленої мети поставлено наступні задачі:

- узагальнити теоретичні засади виникнення, основні етапи розвитку, основні види та форми існування міжнародного туризму в країнах світу;
- провести дослідження стану міжнародного туризму;
- визначити перспективи розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні на основі аналізу проблем та викликів глобального середовища.

Об'єктом дослідження є міжнародний туризм.

Предметом дослідження є міжнародна туристична індустрія й її місце в системі соціально-економічних пріоритетів розвитку економіки держав світу.

Методи дослідження: порівняння, історичний метод, метод наукової абстракції, аналіз джерел та Інтернет-ресурсів, метод порівняння (розділ 1 – теоретичний), аналітико-дослідницький метод, статистичні методи, методи системного пошуку і збору даних (розділ 2 – дослідницько-аналітичний), синтез-метод, метод групування, соціально-психологічні методи, географічні методи, економічні методи (розділ 3 – проектно-рекомендаційний).

Інформаційну базу дослідження становлять: нормативно-правова та законодавча база України, підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, дані Всесвітньої туристичної організації, фінансової і статистичної звітності, Інтернет-ресурси, сайти компаній, власні дослідження, тощо.

Практичне значення результатів полягає у формуванні інструментарію визначення сучасних проблем та перспектив розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні для використання потенціалу вітчизняної галузі туризму. Окремі пропозиції можуть бути використані на різних вітчизняних фірмах в туризмі. Матеріали кваліфікаційної (дипломної) роботи бакалавра доцільно використати при викладанні дисципліни «Міжнародний туризм» здобувачам вищої освіти спеціальності «Туризм» освітнього ступеня «бакалавр».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Всеукраїнській науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2024» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 15–19 квітня 2024 р., м. Запоріжжя, за результатами якої опубліковані тези доповіді на тему «Сучасний стан та перспективи розвитку міжнародного туризму» [72].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (72 найменування). Загальний обсяг роботи – 80 сторінок, основний зміст викладено на 73 сторінках. Робота містить 4 таблиці та 9 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Міжнародний туризм: еволюція, етапи розвитку, види та форми

Для моделювання і прогнозування майбутнього галузі міжнародного туризму доцільно проаналізувати етапи становлення і розвитку галузі, для виявлення логічно-послідовних зв'язків між подіями у минулому, і впливом цих подій на зміни у структурі міжнародного туризму. Люди завжди мали потребу подорожувати, чи то для дослідження та відкриття нових земель, чи для власного задоволення. Туризм охоплює саме останнє. Є сенс простежити походження сучасної концепції туризму починаючи з 17 ст., коли молоді дворяни із західних і північних європейських країн здійснили так званий великий тур: подорож Європою (зазвичай охоплюючи Францію, Німеччину, Італію та Грецію) з метою запозичення історії, мистецтва та культурної спадщини. Це вважалося ідеальним способом отримання освіти [11].

Хоча самі подорожі почалися ще в доісторичні часи, але туризм став недавнім явищем після індустріального періоду. Як саме поняття, туризм виник відносно нещодавно, приблизно у 18 ст., коли із неорганізованих подорожей з різними цілями, сфера стала важливою частиною економічного життя кожної країни. Якщо дивитися на ширшу ретроспективу розвитку міжнародного туризму (див. рис. 1.1), то можна окреслити періоди розвитку.

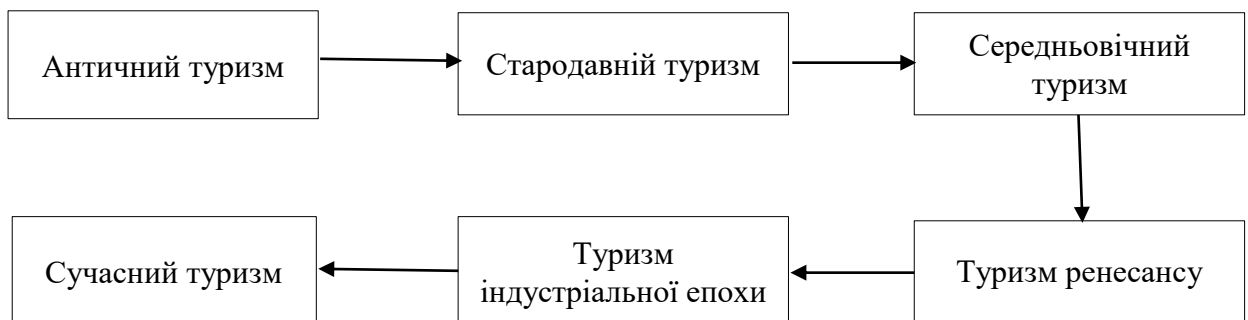


Рис. 1.1 – Історія розвитку міжнародного туризму [1]

Античні часи: цей період почався досить давно, більше 2 мільйонів років тому назад. Окреслити чіткі тенденції цього періоду є досить важким завданням, адже навіть антропологи мають лише припущення з того, як саме переміщувалися люди первісних часів. Звичайно, можна припустити, що основною метою тодішніх подорожей були пошук їжі та прихистку.

Стародавні подорожі – цей період подорожей обмежувався Європою, Близьким Сходом, Північною Америкою і Північною Африкою. Орієнтовно саме тоді почався туристичний бізнес, який згодом переріс у міжнародний. Основним мотиватором, та тими, хто започаткував туризм були греки зі стародавньої Греції, та Єгиптяни. Саме в цей час почали будувати дорожні знаки (приблизно у 7 ст. Геродот побудував перший путівний камінь, який вказував напрямом до Афін, Спарти та Трої. Використовуючи гроші, які тоді були в обігу, люди могли платити за гостьові двори і транспортування себе з одного місця до іншого. Основною формою транспорту був водний. Подорожували з метою дослідження нових територій. Туризм саме в цей час почав окреслювати свої теперішні економічні впливові показники.

Середньовіччя (темний туризм). Приблизний часовий розрив: 15–16 ст. Люди в цей період розвитку міжнародного туризму в їздили до релігійних центрів. В цей період відбулося становлення однієї релігії у більшій частині Європейського континенту. В цей час Єрусалим і Мекка були популярними напрямками із-за великої концентрації релігійних пам'яток. Головним мотивом подорожі була релігія. Було створено заклади гостинності для розміщення. Був створений комплексний тур з Венеції до Єрусалиму. Саме цей час поклав сьогоденішню мету туризму (відпочинок). Люди в цей час почали подорожувати не тільки із-за зовнішніх чинників, а й із-за особистого бажання. Також цей час характеризується розвитком інфраструктури для туристичних цілей. Наприклад, у Великобританії та США була розроблена система доріг, за користування якої потрібно було платити (платний проїзд).

Туризм епохи ренесансу – 15–16 ст. Ренесанс означає відродження мистецтва та літератури. Цей час характеризувався великою кількістю

винаходів та промислів мистецтва і, що важливіше, архітектури, за рахунок чого готелі стали туристичними визначними пам'ятками. Цей час також характеризується великими географічними відкриттями, що означало більшу кількість людей, які переміщувалися з одного континенту на інший.

Туризм індустріального періоду – 16-20 ст. Процеси урбанізації та постійні потреби в робочій силі переросли в міську міграцію та зростання громадян середнього класу зайнятих у промисловості, кращу освіту та більше вільного часу в результаті оплачуваних відпусток, а також попиту на відпочинок. Індустріалізація сприяла винаходу таких технологій, як залізниці, пароплави та автомобілі, що полегшило процес подорожей. Цей період можна позначити початком організованого масового міжнародного туризму. Під час війни було винайдено літаки пізніша адаптація яких під цивільні потреби призвела до масового туризму в 20 столітті.

Сучасний туризм. Туризм сьогодні має зовсім інший вигляд аніж мав 50 років тому. Сьогодні із розвитком технологій, процесами глобалізації, стирання фізичних кордонів між країнами, та зміну в соціо-психічному сприйнятті подорожей, він займає одне з вирішальних місць в економіці найбільших країн, та має великий вплив на розрахунок світового ВВП.

Починаючи з початку 1920-х років, у німецькомовному світі з'явилася рання теорія *Fremdenverkehr* (нині застарілий термін для позначення туризму) який стосувався головним чином ділових та економічних проблем; з 1960-х років його замінила сфера досліджень туризму, що постійно розширювалася. Це дає багатьом дисциплінам простір для підходу до теми туризму або до його аспектів, з власної академічної точки зору. Сьогодні туризмознавство означає мультидисциплінарний комплекс академічних підходів у сенсі неприхованої «транс дисципліни» який може знаходити різні застосування. Однак, дослідження туризму не існує як інтегрованої галузі знань. Натомість, є незліченні емпіричні звіти, тематичні дослідження, підходи, теорії та перспективи в окремих дисциплін, включаючи економіку, географію, психологію, архітектуру, екологію, соціологію, політологію, медицину [12].

Спочатку в розвитку та дослідженні галузі туризму домінували бізнес-дослідження та аналіз економічної детермінанти галузі, які ґрунтувалися на інституційному підході. Але неможливо ігнорувати історичні передумови та розвиток туристичних звичок і стилів відпочинку, якщо існує мета зрозуміти природу сучасного туризму. Це стосується не лише концепцій та ідей, які пов'язані із досліджуваною темою, але й конкретних ідей, які мають на меті надати застосовування дисципліні, як процесу, мистецтва, практики [2].

Слід підкреслити, що на початку 19 століття відкриття центрально-європейської транспортної системи призвело до значних вагомих змін, які справді заслуговують на позначення «революційного розвитку». Це також покращило мобільність туристичної галузі і створило нові тенденції для подальшого розвитку. Короткострокові та одноденні поїздки стали популярними, використовували сучасні досягнення транспортних технологій. Парова навігація почалася в Шотландії в 1812 році. У 1820 році почалося постійне використання парових суден на річках Німеччини, а в 1823 році Швейцарія отримала свій перший пароплав на Женевському озері. Залізниця внесла вирішальний вклад у розвиток міжнародного туризму. Перші ділянки шляху були відкриті в Англії в 1825 р., у Франції в 1828 р., у Німеччині в 1835 р., у Швейцарії в 1844–1847 р. та в Італії в 1839 році [13]. Однак, використання залізниці та популяризація туристичних маршрутів і напрямків почалося лише дещо пізніше з впровадженням гірських залізниць наприкінці 19 століття. Так, новий транспортний засіб дозволив не лише збільшити пропускну спроможність, але й знизити вартість подорожей. Крім того, морські та залізничні подорожі розширюють поле зору туристів, створюючи чітку форму «панорамного» сприйняття і заохочуючи інтерес до подорожей.

Останній етап (сучасний туризм) охоплює розвиток туризму від післявоєнного періоду до сьогодення. Саме цей період є тих, котрий створив туризм у тому виді, в якому ми його знаємо сьогодні. Залежно від точки зору, це вершина туризму або фаза практики та консолідації. Це період поєднання будівництва та оновлення інфраструктури, величезних потоків туристів,

туризму як загальної форми відпочинку: справді, протягом останні кількох десятиліть туризм став і залишається важливою галуззю світової економіки та є визначальною характеристикою сучасних індустріальних країн.

Великі наукові відкриття XIX ст., революційні перетворення у галузі виробництва та техніки безпосередньо вплинули на розвиток туризму. Саме слово «турист» виникає на початку XIX ст. Воно з'являється на сторінках книги англійця Педжа, який говорив, що «мандрівника в наші дні називають туристом». Одночасно з англійцями цей термін вживався також мешканцями материкової Європи. Ще з кінця XVIII ст. в Англії виникла мода на подорожі Європою молодими людьми після закінчення школи. З часом масштаби цього явища збільшувалися. В 1888 р., наприклад, Ла-Манш перетнули півмільйона людей, безумовно, що не всі з них були туристами. Освоюючи нові ринки збуту товарів, англійський уряд, в основному, робив ставку на підприємців та торговців, які «прокладали» шлях туристам. В Європі більше з'являлися «готелі», що виникли в XVII ст. та вирізнялися від звичних постійних дворів значним набором та якістю послуг, зокрема тим, що в кожного пожителця була окрема спальня. Більшість вчених схиляються до думки про першість Англії в області туризму через промислову революцію, що розпочалася власне з цієї країни. Промисловий переворот представляв собою комплекс економічних, соціальних, політичних та ідеологічних зрушень з точки зору модернізації. В галузі економіки він характеризувався виникненням великої фабрично-заводської промисловості на основі машинного виробництва, подальшим ростом науково-технічного прогресу (НТП), урбанізацією, новими формами організації та торгівлі тощо. Це призвело до поступового припинення безпосередньої залежності людей від природних умов [14].

Існує консенсус щодо того, що величезний бум у післявоєнний період пов'язаний з економічним зростанням, технологічним прогресом, високим рівнем конкуренції та створенням нових напрямків і стилів подорожей [15].

Беручи до уваги історію розвитку і становлення міжнародного туризму можна побачити наступне: дуже великий вплив на розвиток та становлення

міжнародного туризму мають певні історичні події. Це пов'язано з кількістю винаходів, які згодом імплементовано у постійне життя людей, і мають опосередкований чи абсолютний вплив на туризм. У цьому сенсі прикладом опосередкованого впливу буде розвиток архітектури в добу ренесансу, що призвело згодом до зростання кількості мандрівників за винаходами в галузі мистецтва. Абсолютним впливом можна назвати винаходження літака, машини та локомотива, що повністю змінило стандартний спосіб подорожей, їх доступність та адаптивність до зовнішніх чинників середовища.

На цьому фундаменті доцільно розглядати збільшення рекреаційної мобільності широких верств суспільства. Різні чинники спричинили цей бум, включаючи зростання достатку людей та якості їх життя, урбанізацію, безпрецедентну розбудову транспортних і комунікаційних мереж, а також збільшення вільного часу в результаті масштабів скорочення робочого часу.

Зростання туристичного руху набирає сили з 1990-х років. Відпочинок і подорожі стають доступними для ширших верств населення. Подорожувати почали не тільки традиційні для тих часів – бюджетники, службовці, випускники та міські працівники. Сільське населення та інші соціальні групи скористалися перевагами туризму. Це свідчить про головну характеристику сучасного туризму: диверсифікацію і спеціалізацію в результаті глобалізації. Це відповідає явно нестримному потенціалу туризму, незважаючи на факти, що за останнє десятиліття відбувся незначний структурний розвиток і що туристичні смаки та поведінка споживачів були відносно стабільними після другої світової війни, хоча й з деякими змінами в акцентах та бажаннях.

Туризм в Україні поділяє історію розвитку з міжнародним. Наприкінці XIX – на початку XX ст. українські землі залишалися розподіленими поміж двома імперськими державами – Російською та Австро-Угорською. Тому історичні процеси формування туристичної галузі в Україні нерозривно пов'язані з історією так званої «росії» і Австро-Угорщини. Визначальними на території Східної України, що зазнала в ті часи значного індустріального піднесення, були активізація туристського руху та здійснення перших кроків

до його організації [16]. Згодом, Україна була представлена в складі СРСР та також значним чином поділяла свою історію з іншими країнами. Радянський Союз в той час створив найбільш потужну в усьому світі базу соціального і самодіяльного туризму. У 1970–1980-ті рр. великого розмаху набув соціальний туризм. Робітники майже всіх підприємств могли отримати путівки через свої профспілки всього за 30% від їх реальної вартості. Іноді знижки сягали 90–95 %. В менш сприятливих умовах знаходились селянство та інтелігенція. Тим не менш, остання категорія радянських службовців мала змогу отримати путівки для своїх дітей до піонерських таборів, які теж продавались батькам за 10–20% їх справжньої вартості. Таким чином, інтелігенція була також широко залучена до сфери соціального туризму [17].

Вперше незалежна Україна заявила про себе як про самостійного партнера на ринку туризму на Варшавському туристичному ярмарку і туристичному салоні в Познані в 1993 р. У цьому році нею було укладено більш як 300 контрактів, переважно з прийому туристів у країні. Основою відродження галузі стали створення Державного комітету по туризму, розробка чинних законодавчих актів, регулюючих туристичну діяльність, ліцензування підприємств, установ, фірм і компаній сфери туризму. У 1994 році почалася атестація готельно-туристичних підприємств, організовано перший в Україні Міжнародний туристичний салон «Україна–94». В його роботі взяли участь 79 фірм із 26 країн Європи, Азії, Африки, Північної Америки, а також 226 вітчизняних фірм. Звичайно, всі ці заходи сприяли підйому сфери туризму в Україні і вже у 1994 р. кількість туристів, які приїхали в нашу країну, у чотири рази перевищила рівень 1992 р. Але туристичні ресурси сьогодні використовуються далеко не в повному обсязі. Дослідження науковців свідчать про те, що одночасна ємність природних ресурсів України з урахуванням можливого навантаження та екологічних вимог складає близько 50 млн. чоловік, в той час як рівень використання внутрішніх туристично-рекреаційних ресурсів України фактично дорівнює 7–9% [18]. Тобто, сьогодні не реалізовано туристичний потенціал України.

У цьому зв'язку цікаво виокремити основні види і форми міжнародного туризму. Відповідно до СОТ (1993), «туризм охоплює діяльність осіб, які подорожують і залишаються в місцях за межами звичайного середовища протягом не більше одного року поспіль для відпочинку, бізнесу та інших цілей» [19]. За визначенням Товариства туризму Британії «туризм – це тимчасове короткочасне переміщення людей до місця призначення за межами місць, де вони зазвичай живуть, працюють; та заходи під час їхнього перебування в цих місцях». Це визначення включає переміщення людей для будь-яких цілей. Слід уважно підійти до визначення основної мети туризму.

Економічна стійкість: забезпечує конкурентоспроможність, результати й ефективність туристичних напрямків і фірм. Це допомагає їм продовжувати працювати і вдосконалюватися, що є корисним у довгостроковій перспективі.

Місцеве збагачення: процвітання туристичного бізнесу є величезною частиною туризму. Туристичний бізнес постійно максимізує економічне зростання приймаючої країни, території, регіону, району, локації.

Стандарти працевлаштування: туризм підтримує рівень заробітної плати, умови обслуговування та доступність до інвестицій для всіх, хто проживає на конкретній території. Він створює місцеві робочі місця без дискримінації за статтю, расою, інвалідністю чи іншими ознаками.

Добробут громади: підтримувати та розвивати життя місцевої громади, їх традиції та цінності, забезпечувати добробут та доходи населення.

Природна інтеграція: підтримувати та покращувати якість як міських, так і сільських ландшафтів. Це дозволяє уникнути природної та візуальної деградації навколишнього середовища конкретної території.

Біорізноманіття: ще однією метою туризму є допомога у збереженні дикої природи та природних територій або ареалів дикої природи.

Екологічна чистота: туристи повинні зменшити забруднення повітря, води, землі та утворення відходів. Треба використовувати зелені протоколи.

Значною частиною національної інтеграції є туризм. Туризм завжди спонукає туристів до розуміння своїх і чужих традицій, спадщини, культури

та релігії. Найважливішою частиною туризму є економічне зростання або бізнес-частина місця призначення (перебування туриста). Він заохочує місцевих жителів створювати вироби ручної роботи та готувати на продаж місцеві продукти харчування, різноманітні сувеніри, сукні тощо.

Туризм – це одна з небагатьох речей, яка постійно дає економічний поштовх країні. Туризм має багато видів та форм залежно від мети відвідування та альтернативних форм туризму. За ознакою переміщення людей туризм поділяють на два види – міжнародний і внутрішній туризм. У свою чергу, міжнародний поділено на в'їзний та виїзний (див. рис. 1.2).

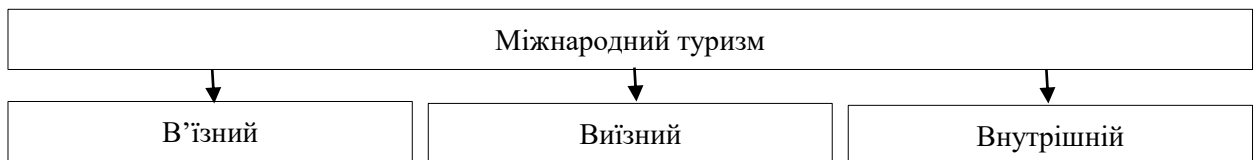


Рис. 1.2 – Види міжнародного туризму

Розроблено автором на основі [20; 21; 22; 23]

Проаналізувавши джерела [10, 11, 12, 13] можна класифікувати види та форми туризму наступним чином.

Міжнародний туризм – коли люди відвідують іноземну країну, це називають міжнародним туризмом. Для поїздки в іншу країну потрібен дійсний паспорт, віза, документи про стан здоров'я, валюта. Міжнародний туризм далі поділяється на два типи: 1) в'їзний туризм 2) виїзний туризм.

В'їзний туризм – це стосується туристів з-за кордону, які в'їжджають у певну країну. Коли люди подорожують за межі приймаючої/рідної країни до іншої країни, це називається в'їзним туризмом для тієї країни, куди він/вона подорожує. Наприклад, коли турист індійського походження подорожує до Німеччини, то це в'їзний туризм для Німеччини, оскільки іноземний турист з Індії (в зазначеному прикладі) приїжджає до Німеччини.

Виїзний туризм – відноситься до туристів, які подорожують із країни свого походження в іншу країну. Коли певний турист подорожує іноземним

регіоном, це виїзний туризм до його власної країни, оскільки він або вона виїжджає за межі своєї країни. Наприклад, коли турист з Індії подорожує до Німеччини, то це виїзний туризм для Індії та в'їзний туризм для Німеччини.

Внутрішній туризм – туристична діяльність людей у власній країні відома як внутрішній туризм. Подорожувати в межах однієї країни легше, оскільки для цього не потрібні офіційні проїзні документи та формальності, як обов'язкові медичні огляди та обмін валюти. У внутрішньому туризмі мандрівник не стикається з багатьма мовними чи валютними проблемами.

Туризм має різні форми на основі мети відвідування та альтернативні форми. Вони далі поділяються на багато типів відповідно до їх природи.

Рекреаційний. рекреаційний туризм відриває людину від суєти повсякденного життя. У цьому випадку люди проводять своє дозвілля на пагорбах, морських пляжах тощо.

Культурний. Культурний туризм задовольняє культурну та інтелектуальну цікавість і передбачає відвідування стародавніх пам'яток, місць історичного чи релігійного значення тощо.

Спорт або пригоди. До цієї категорії туризму належать поїздки, які здійснюються людьми з метою займатися спортивною активністю.

Лікувальний. У цій категорії люди подорожують з метою лікування або відвідують місця, де є лікувальні можливості (гарячі джерела, спа-йога).

Конференц-туризм. Цей туризм стає дедалі важливішим компонентом подорожей. Люди подорожують усередині країни або за кордон, щоб відвідати конгреси, пов'язані з їхнім бізнесом, професією чи інтересами.

Заохочувальний туризм. Великі компанії пропонують поїздки на відпочинок як заохочення дилерам і продавцям, які досягають високих цілей продажів. Це нове й поширене явище в туризмі. Даний вид туризму прийшов на заміну грошовим стимулам або подарунками. Сьогодні лише в США інсентив-туризм становить три мільярди доларів від продажу турів.

Діловий туризм. Подорож заради зустрічі, конференції тощо. Діловий туризм відіграє важливу роль у туристичному секторі сьогодні. Іноді люди

залишаються поза типовим середовищем більше року з ділових цілей і проводять там свою відпустку. Безумовно, це стає стилем ділового життя. Загальна діяльність, яка пов'язана з діловим туризмом, включає відвідування зустрічей, офіційних зустрічей, конференцій, семінарів, відвідування виставок і ярмарків тощо. Цей туризм підвищує купівельну спроможність.

Природний. Подорожі людей у різні місця для спостереження та взаємодії з дикою природою, флорою та фауною в їхньому природному середовищі існування. Сафарі, відвідування центру порятунку тварин, плавання з дельфінами тощо є прикладами дикого туризму.

Кулінарний туризм. Кулінарний або гастрономічний туризм передбачає куштування місцевої та традиційної їжі в певній країні, регіоні, місті або селі. Показово, що крім розміщення й інфраструктури, тут їжа є однією з головних складових. Тому туристичні оператори та компанії організовують багато турів, щоб відчувати кулінарну культуру. Сьогодні, із загальним зростанням цього сектора, цей туризм розширився та перейшов на новий рівень.

Освітній туризм. Це відносно нова модель туризму, яка передбачає вивчення нового. Це подорож, яку здійснює людина, щоб покинути своє рідне місто чи країну з освітньою або навчальною метою. Освітній туризм популярний в Японії, Австралії, Великобританії. Освітній турист може бути далеко від рідного міста на багато днів. Освіта та навчання є основною причиною їхніх подорожей – вивчення історичних місць, культурних і соціальних подій, розуміння мови. Він використовується як інструмент для доповнення освіти шляхом накопичення досвіду від подорожей.

Нішевий туризм. Цей туризм зосереджується на певному аспекті подорожей. Він також орієнтований на інтереси споживчого сегменту ринку. Це робить напрямок більш захоплюючим і ринково привабливим. Нішевий туризм є одним із секторів, що швидко розвиваються. Специфіка подорожі вказує на нішевий туризм. Наприклад, хтось хоче відвідати музей, хтось – відвідати старовинні пам'ятки архітектури, хтось будівлі, хтось пацали.

Слід додати, що постійно з'являються нові або оновлені види туризму.

За останні 75 років індустрія подорожей досягла великих успіхів у гармонійному об'єднанні незнайомців, мандрівників і місцевих жителів. У результаті візити та подорожі – це більше, ніж пригода, навчання новим навичкам, омолодження та досягнення досконалості. Туризм змінився і зараз люди хочуть більше, ніж хотіли раніше. Заможні люди витрачають більше грошей на враження, ніж на речі. Це називається економікою досвіду, і існує ідея, що спогади про туристичні цінності порівнюються з деякими фізичними ресурсами. Потік світових туристів зростає щодня. Кожна країна намагається зробити свій туризм більш розвиненим і успішним. На сьогоднішній день, особливо після пандемії коронавірусу COVID-19, все більш популярний стає індивідуальний короткостроковий самоорганізований туризм.

1.2. Особливості розвитку міжнародного туризму в різних країнах

Останнє щорічне дослідження WTTC показує наступні результати [24].

Після втрати майже 4,9 трильйона доларів США у 2020 році (зниження на –50,4%) внесок подорожей і туризму у ВВП зріс на 1 трильйон доларів США (зростання на 21,7%) у 2021 році. У 2019 році сектор подорожей і туризму склав 10,3% світового ВВП. Частка знизилася до 5,3% у 2020 році через постійні обмеження мобільності. У 2021 році частка зросла до 6,1%.

У 2020 році було втрачено 62 мільйони робочих місць, що становить падіння на 18,6%, залишивши лише 271 мільйон працівників у всьому світі порівняно з 333 мільйонами в 2019 році. У 2021 році було відновлено 18,2 мільйона робочих місць, що на 6,7% більше, ніж у минулому році.

Після зниження на 47,4% у 2020 році витрати місцевих відвідувачів зросли на 31,4% у 2021 році. Після зниження на 69,7% у 2020 році витрати міжнародних відвідувачів зросли на 3,8% у 2021 році [24].

Останнє десятиріччя туризм став самостійною галуззю економіки. Він становить майже 11% світового ВВП. Розвиток туристичної галузі сприяє збільшенню надходжень до бюджету, створенню нових робочих місць,

розвитку інфраструктури, будівництву туристичних об'єктів, активізації охорони та реконструкції існуючих пам'яток історії та культури. У багатьох країнах туризм став важливим джерелом формування бюджету і належить до найперспективніших галузей національної економіки цих країн. Розширення рекреаційно-туристичної індустрії та зростання її впливу на економічний розвиток є одними з пріоритетних напрямків розвитку світової економіки.

Для сучасного стану міжнародного туризму характерна значна нерівномірність території. Виходячи з їх регіональної структури доходів і прибутків від туризму, можна виділити п'ять основних туристичних макро-регіонів світу: Європейський регіон, Американський регіон, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Африканський регіон, Близькосхідний регіон

Всесвітня організація Travel & Tourism складає щорічний рейтинг країн світу за туристичними прибутками та доходами від туризму та на основі цих даних формує індекс конкурентоспроможності (IGC) країн світу в індустрії туризму. Далі доцільно розглянути певні країни за даними регіонами.

Європейський регіон. До COVID-19 частка туризму в економіці Європи становила 9,2%. У 2020 році після падіння доходів сектору на 47,1% ця частка впала до 5,2%. 2021 рік став початком відновлення подорожей і туризму регіону, оскільки його внесок в економіку відновився до 28% – це найшвидший темп відновлення серед усіх основних регіонів світу. Це значне зростання було підтримано зростанням витрат міжнародних відвідувачів на 23,9% і зростанням доходів від внутрішніх туристів на 34,2%.

З точки зору зайнятості, у 2021 році в Європі було створено 34,7 мільйона робочих місць, що становить 9,1% всіх робочих місць в економіці та збільшення на 1,6 мільйона робочих місць порівняно з 2020 роком.

Такі європейські країни, як Греція, Туреччина, Італія та Іспанія, відчули значне відновлення внеску подорожей і туризму в їх загальну економіку. Вони одужали на 74,9%, 60,6%, 58,5% і 52,5% відповідно. У Греції, Туреччині та Іспанії зростання було зумовлено, в основному, поверненням іноземних відвідувачів, оскільки уряди цих країн мінімізували

обмеження на подорожі для прибуття. У випадку з Італією, однак, зростання було спричинене зростанням витрат місцевих відвідувачів на 76,4%.

Сполучене Королівство, яке у 2021 р. займає дев'яте місце за загальним внеском подорожей у світову економіку, досягло темпів зростання 40,3%, випереджаючи показники загальної економіки та європейського сектору подорожей і туризму. Це зростання було прикріплено збільшенням доходів від внутрішніх відвідувачів на 57,5%. Відскок був би сильнішим, якби триваючі обмеження на подорожі по всьому світу та поширення варіанту Omicron не знизили попит на подорожі. Наприклад, у 2019 році двома найбільшими вихідними ринками Великобританії були США та Франція, з яких прибуло 4 мільйони та 3 мільйони відвідувачів відповідно. У 2020 році кількість прибулих із США впала на 78%, а кількість відвідувачів із Франції – на 69%. У 2021 році ці показники скоротилися ще на 58% і 67% відповідно, що заважало відновленню подорожей і туризму Великобританії [25].

Американський регіон. Після драматичного падіння на 45,5% у 2020 році внесок подорожей і туризму у ВВП Америки відновився на 23,1% у 2021 році, швидше ніж середній глобальний приріст у 21,7%. В абсолютному вираженні внесок подорожей і туризму у ВВП зріс з 1447 мільярдів доларів США у 2020 році до 1781 мільярдів доларів США у 2021 році. В результаті частка ВВП подорожей і туризму в загальній економіці незначно зросла з 5% у 2020 році до 5,9% у 2021 році. Таке відносно сильне відновлення допомогло Північній і Південній Америці зберегти свої позиції регіону з найбільшим внеском подорожей і туризму у ВВП.

Подорожі та туризм також створили 2,7 мільйона нових робочих місць у регіоні у 2021 році, при цьому кількість людей, зайнятих у цьому секторі, зросла на 8,6% до 34,6 мільйона. У результаті 1 з 12 робочих місць було створено сектором подорожей і туризму. Незважаючи на відновлення, внесок подорожей і туризму у ВВП у 2021 р. на 33% відставав від рівня до пандемії.

На субрегіональному рівні темпи відновлення подорожей і туризму в Карибському басейні (36,6%) були вищими, ніж у Латинській Америці

(26,5%) і Північній Америці (22,3%). Частково це можна пояснити більшим зниженням внеску подорожей і туризму у ВВП у Карибському басейні у 2020 році, ніж в інших регіонах. Тобто, зазначений субрегіон показав відновлення.

З 22-відсотковим темпом відновлення США зберегли свою позицію як найбільший у світі провайдер подорожей і туризму, оскільки внесок в економіку США склав 1,27 трильйона доларів США. Водночас, внесок сектора становив 13,1% від загального ВВП у Мексиці – найбільша частка серед країн G20. Найшвидші темпи одужання спостерігалися в Сент-Люсії, на Багамах і в Колумбії; сектор у цих країнах зріс на 92,6%, 88,9% і 83,8% відповідно. Відновленню подорожей і туризму в економіці країни США більше сприяло відновлення доходів від внутрішніх мандрівників, а не від міжнародних, оскільки перші зросли на 28,8%, а другі зросли на 15,1% [25].

Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Азіатсько-Тихоокеанський регіон у 2021 році відновився лише на 16% порівняно з минулим роком у % ВВП від подорожей і туризму. Через суворі обмеження на подорожі в регіоні внесок сектора в загальну економіку залишався на 52,2% нижчим, ніж раніше (пост-пандемічний рівень). Відносно повільні темпи відновлення були повністю зумовлені збільшенням витрат внутрішніх мандрівників на 30,6%. Країни регіону залишалися закритими або обмеженими для міжнародних туристів. Отже, витрати міжнародних мандрівників у 2021 році впали ще на 44,4% після різкого падіння на 77,9% у попередньому році. Це зменшило частку витрат міжнародних відвідувачів з 26% у 2019 р. до 7% у 2021 р. Наприклад, у Китаї та Індії, де цей сектор забезпечує найбільшу кількість робочих місць у світі, відновлення було пригальмовано подальшим падінням витрат.

Загальний внесок подорожей і туризму в національну економіку відновився на 16,9% у Китаї, тоді як Індія стала свідком значно більшого зростання на 43,6%. Подібно, внесок сектору на Філіппінах зріс четвертою швидкістю у світі (129,5%), і це зумовлено виключно збільшенням доходів від внутрішніх мандрівників на 183,8%. Відновлення було б більш значним, якби сектору не завадило скорочення витрат іноземних відвідувачів на 69,1%.

Кількість робочих місць, створених у сфері подорожей і туризму в регіоні, зросла на 6,2% у 2021 році до 159,2 мільйона робочих місць, але залишилася на 13,8% нижче рівня 2019 року (184,7 мільйона робочих місць).

У 2022 році внесок подорожей і туризму в загальну економіку зріс на 71% і досяг біля 2,7 трильйона доларів США завдяки поверненню іноземних відвідувачів і продовженню активізації внутрішніх витрат, оскільки уряди в регіоні скасовують пов'язані з пандемією обмеження на подорожі. Малайзія, Японія та Австралія є одними з країн, які, як очікується, зазнають значного відновлення прибуття іноземних відвідувачів. Таким чином, очікується, що до кінця 2023 року цей сектор повернеться до рівня 2019 року (дані прогнози поки не підкріплені офіційними статистичними даними). Однак, це може бути поставлено під загрозу, якщо такі великі ринки, як Китай і Японія, продовжуватимуть вводити обмеження на міжнародні поїздки [25].

Африканський регіон. У 2021 році подорожі та туризм в Африці почали оговтуватися від руйнівного впливу пандемії, оскільки внесок у загальну економіку регіону зріс на 23,5%, збільшившись із 97 мільярдів доларів США у 2020 році до 119 мільярдів доларів США у 2021 році. Ці темпи відновлення були швидшими, ніж економіка регіону (5,8%) і світовий сектор подорожей і туризму (21,7%). Таке зростання призвело до збільшення частки подорожей і туризму у ВВП економіки, яка зросла з 3,8% у 2020 році до 4,4% у 2021 році. Зростання було швидшим у Північній Африці (26,8%), ніж в Африці на південь від Сахари (21,7%). Тобто, маємо певний дисбаланс відновлення.

Кількість робочих місць, створених у секторі подорожей та туризму, також зросла разом із відновленням внеску сектора у ВВП. У 2020 році через обмеження на подорожі, пов'язані з COVID-19, було втрачено 5,8 мільйона робочих місць у сфері подорожей і туризму. У 2021 році кількість робочих місць у сфері подорожей і туризму в регіоні зросла на 8,2% – це створило 21,3 мільйона робочих місць, що, безумовно, є позитивним явищем.

Так, темпи зростання витрат внутрішніх туристів випередили темпи зростання міжнародних туристів (39,4% проти 11,3%), й саме тому частка

міжнародних витрат у загальних внутрішніх витратах на подорожі та туризм регіону знизилася з 44% у 2019 році до 28% у 2021 році.

Контраст між відновленням витрат внутрішніх туристів і міжнародних туристів був досить різким у Південній Африці, оскільки країна була піддана забороні на поїздки та карантинним вимогам з боку інших країн після ідентифікації варіанту Omicron COVID-19 у листопаді. У той час як доходи від внутрішніх відвідувачів зросли на 47,2%, доходи від іноземних відвідувачів впали на 40,4%, і це призвело до приглушеного відновлення подорожей і туризму в країні на 8,4%. Проте, за оцінками, перезагрузка сектора набирає темпи зі зростанням у 37,2% у 2022 році. Прогнозується, що протягом наступного десятиліття він зростатиме в середньому на 7,6% на рік, перевищуючи очікувані темпи зростання національної економіки на 5,7%.

Єгипет, який має найбільший сектор подорожей і туризму в Африці, зафіксував потужне відновлення у 2021 році в порівнянні з минулим роком на 29,3% – чому сприяло відновлення кількості міжнародних прибуттів на 28,8%, що збільшило доходи від іноземних туристів на 36,4%.

У 2021 році Франція була найбільшим вихідним ринком для регіону, на який припадало 8% усіх в'їзних прибуттів, а також була основним не африканським напрямком для туристів із регіону [25].

Близькосхідний регіон. У 2021 році сектор подорожей і туризму на Близькому Сході відновлювався найповільніше серед усіх регіонів світу. Після падіння майже на 50% внеску сектору у ВВП у 2020 році він відновився на 15,9% у порівнянні із середньосвітовим показником у 21,7%. У результаті % ВВП від подорожей і туризму – 189 мільярдів доларів США – був на 41,8% нижче рівня 2019 року. Крім того, до пандемії частка витрат іноземних відвідувачів була вищою, ніж витрат внутрішніх відвідувачів. Однак падіння витрат міжнародних відвідувачів на 68,9% у 2020 році та скромне зростання на 4,1% у 2021 році зменшили їх частку до 39%.

Внесок сектора у зайнятість регіону зріс на 390 тисяч і досяг рівня 5,6 мільйона робочих місць у 2021 р., що становить 7,3% робочих місць регіону.

Інвестиції в сектор важливі для покращення перспектив майбутнього зростання. Інвестиції в подорожі та туризм склали 7,4% від загального обсягу капітальних інвестицій в економіку області; (в країнах Карибського басейну частка була вища) . З-поміж усіх 185 країн, які брали участь у аналізі, Саудівська Аравія мала третє місце за величиною інвестицій у цей сектор із 36,8 мільярдами доларів США, вкладеними в подорожі та туризм.

У 2021 році подорожі та туризм в Об'єднаних Арабських Еміратах відновилися на 41,1%, що стало третім за швидкістю зростання в регіоні. Сильне відновлення було підтримано збільшенням доходів від міжнародних відвідувачів на 48,8%. Перенесений розклад Ехро 2020 і міжнародні змагання з крикету, такі як Індійська прем'єр-ліга та Чемпіонат світу з крикету ІСС Т20, сприяли збільшенню кількості прибулих із 11,3 мільйона у 2020 році до 12,9 мільйона у 2021 році. Дана країна зберігає позиції туристичного лідера.

Індія була найважливішим джерелом ринків за межами Близького Сходу, на неї припадало 9% усіх прибуттів до регіону у 2021 році.

Проаналізувавши інформацію з рокового звіту Всесвітньої Організації Туризму, можна зробити висновки, що у 2021 році, регіони і країни в них почали поступовий тренд на відновлення туристичної діяльності. Звичайно, пандемія внесла свій внесок, так як тепер у кожній країні, як і у кожного бізнесу є спільне правило до виконання – забезпечувати ковід-безпеку для туристів і для місцевого населення. Світові тенденції розвитку туризму істотно впливають на сучасний стан і розвиток туристичної галузі економіки конкретної країни, бо частка привабливих місць змінюється в залежності від популярності місць призначення, простоти і можливості добратися до місця призначення, курсів валют, політичної системи приймаючої країни, комфорту проживання, сервісу, тощо. Чим вищий стандарт, тим складніше країнам другого та третього порядку їм відповідати. Саме тому Близькосхідний регіон має такі низькі темпи відновлення активності туристичної галузі в економіці регіону. Беручи до уваги протести в Ірані, абсолютно непідготовлений до великого потоку туристів Катар, прихід терористичного режиму до влади в

Афганістані, тобто цей регіон не може більше розраховувати в ближній перспективі на повне і всеосяжне відновлення туристичних потоків.

Ситуація в Європі кардинально змінилася у 2022 році з початком загарбницької війни росії проти України із величезною кількістю українських біженців з України. Туристична сфера отримала серйозну диверсифікацію. Так, як Україна стала на реальний шлях членства в ЄС, то туристична сфера Європейського Союзу починає змінюватися, так як більшість людей в Україні використовують можливість відправитись до Європи після перемоги у війні.

Африканський регіон, особливо північ цього регіону, яка завжди була привабливим місцем для туризму, дуже швидко оговтується від кризи. Зрозуміло, бо більша частина регіону прямо залежна від туристичної галузі, і має багатовікову історію розвитку саме цієї галузі і сфери роботи [25].

Висновки до розділу 1.

Розкрито теоретичні аспекти міжнародного туризму: еволюція, етапи розвитку, види та форми. Туризм – це одна з небагатьох речей, яка постійно дає економічний поштовх країні. Туризм має багато видів та форм залежно від мети відвідування та альтернативних форм. За ознакою переміщення людей туризм поділяють на два види: міжнародний і внутрішній туризм. У свою чергу, міжнародний поділено на в'їзний та виїзний.

Надано сучасну характеристику особливостей розвитку міжнародного туризму в різних країнах. Туризм змінився і зараз люди хочуть більше, ніж хотіли раніше. Заможні люди витрачають більше грошей на враження, ніж на речі. Це називається економікою досвіду, і існує ідея, що спогади про туристичні цінності порівнюють з деякими фізичними ресурсами. Потік світових туристів зростає щодня. Кожна країна намагається зробити свій туризм більш розвиненим і успішним. На сьогоднішній день, особливо після пандемії коронавірусу COVID-19, все більш популярний стає індивідуальний короткостроковий самоорганізований туризм. Констатовано, що з 2021 року в країнах та регіонах світу відбувається відновлення міжнародного туризму.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Дослідження внеску міжнародного туризму у світову економіку

Протягом останніх кількох десятиліть спостерігається сплеск наукових досліджень, пов'язаних із зв'язком між туризмом і економічним зростанням. Важливість економічного зростання, розвитку та його детермінанти широко досліджувалися як у розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються. Зарубіжна наукова література визнає туризм важливою детермінантою економічного зростання [26]. Значення туризму зросло і росте в геометричній прогресії, завдяки його численним перевагам у формі підвищення зайнятості, ходу іноземної валюти, доходах домогосподарств і державних доходах через мультиплікаційний ефект, покращення платіжного балансу та зростання кількості державних заходів, які сприяють розвитку галузі туризму.

Туризм створював одне з чотирьох нових робочих місць у всьому світі до пандемії. На працівників сфери туризму в усьому світі також припадало 10,3% усіх робочих місць – загалом 333 мільйони у 2019 році. Понад 10% світового ВВП було створено індустрією глобальних подорожей та туризму. Міжнародні туристи по всьому світу витратили близько 1,8 трильйона доларів у 2019 році. Звичайно, 2019 рік був останнім повним, нормальним роком для подорожей. Порівняння цифр 2019 року з цифрами 2020 і 2021 років дає унікальне уявлення про те, як COVID-19 вплинув на індустрію подорожей і туризму, а також на світову економіку. Пандемія COVID-19 мала глибокий вплив на всі сфери життя, підкреслюючи взаємозалежність глобальної охорони здоров'я, зайнятості та інших соціально-економічних проблем. Окрім трагічної втрати людей і руйнівного впливу COVID-19 на здоров'я та громади, зазначена криза знищила сферу праці та поставила під загрозу мільйони робочих місць. Зросло безробіття та неповна зайнятість, втрата доходів, закриття підприємств і їх банкрутство, порушення ланцюга постачання, зростання неформального режиму та незахищеності роботи, нові

загострені проблеми з БГП. Жінки, молоді працівники та мігранти, які працюють у сфері туризму, непропорційно постраждали від кризи [27].

Сфера послуг з розміщення та харчування зазнала значної втрати робочих місць: у другому кварталі 2020 року було втрачено понад 20% робочих місць і 33% робочих годин порівняно з тим самим періодом 2019 року [28]. Відображаючи суттєвий вплив карантинних заходів на цей сектор, у 2020 році глобальна зайнятість у сфері розміщення та харчування зазнала найбільшого падіння з усіх секторів (–9,4 відсотка) [29].

Мікро-, малі та середні підприємства (ММСП) у цьому секторі особливо сильно постраждали, мільйони підприємств збанкрутували, та, внаслідок цього, мільйони працівників втрачають роботу. Як і в економіці загалом, жінки, молодь і трудові мігранти, а також працівники з обмеженими можливостями та представники корінного населення, багато з яких працюють неофіційно, найбільше постраждали від втрати роботи і закриття підприємств. Наприклад, кількість трудових мігрантів, зайнятих у під секторі гостинності в Європейському Союзі, впала майже на 15 відсотків між 2019 і 2020 роками, порівняно з 12,5 відсотками для місцевих працівників [30].

Внесок туризму в глобальний ВВП у 2020 році впав майже на 4,9 трильйона доларів, тобто на 50,4%. У 2021 році внесок подорожей і туризму зріс на 1 трильйон доларів США (21,7%), але попереду ще довгий шлях, щоб повернутися до рівня 2019 року. У 2020 році індустрія туризму скоротила 62 мільйони робочих місць, що в процентному значенні дорівнює 18,6%. У 2019 році чисельність працівників сфери подорожей і туризму, яка досягла 333 мільйонів, у 2020 р. скоротилася лише до 271 мільйона. Більше 18 мільйонів із цих робочих місць повернулися у 2021 році, але, знову ж таки, залишається розрив між поточним рівнем зайнятості та тим, що мала галузь у 2019 році.

За даними рисунку 2.1, загальний внесок галузі подорожей і туризму у світовий валовий внутрішній продукт (ВВП) у 2021 році зріс на 21,7 відсотка порівняно з попереднім роком після різкого падіння у 2020 р. через пандемію коронавірусу. На рис. 2.1 представлений період з 2000 до 2021 року.

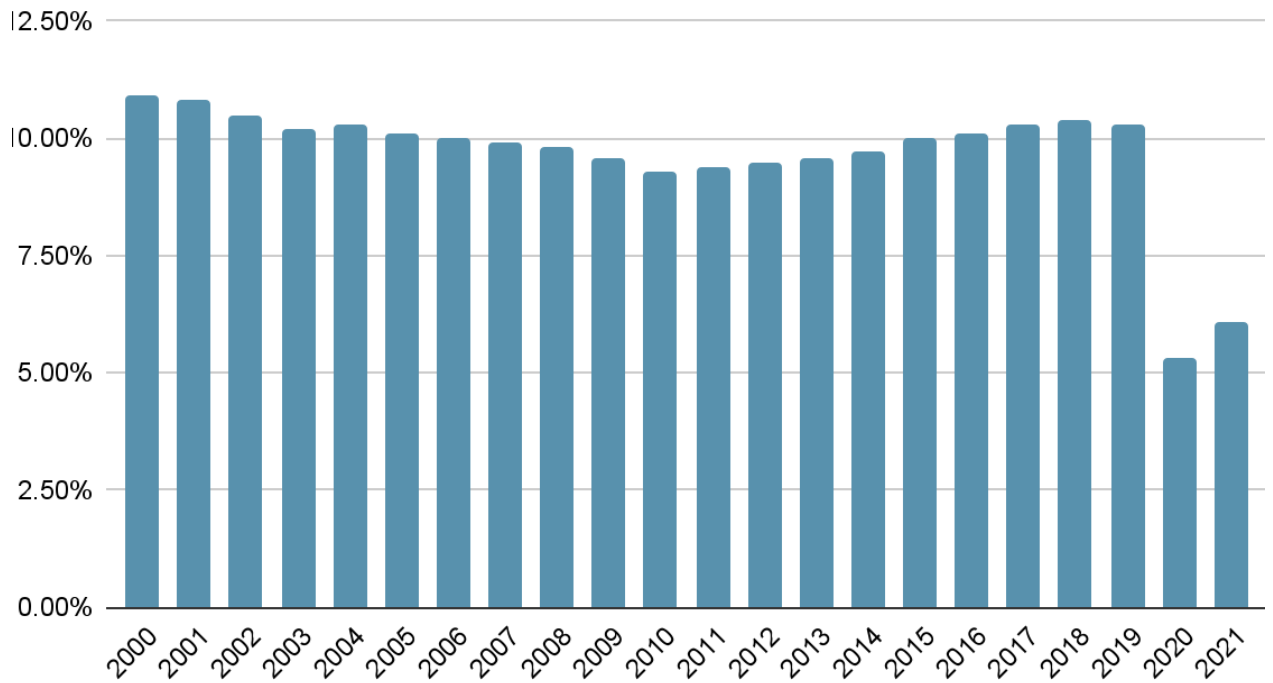


Рис. 2.1 – Загальний внесок туризму у ВВП у всьому світі з 2000 по 2021 рік
Розроблено автором на основі [19; 21; 22]

Загалом, внесок туризму у світовий ВВП у 2021 р. склав 5,81 трильйона доларів США, що означає збільшення приблизно на один трильйон доларів США порівняно з 2020 р. І хоча показники все ще знаходяться значно нижче за показники 2019 допандемічного року, можна побачити, як галузь туризму відновлюється від закриття кордонів та тотальної ізоляції. Слід звернути увагу, що 2020 р. почався з того, що було чотири широкі категорії обмежень переміщень. Із загальної статистики: 217 напрямків, 97 країн (або 45%) повністю або частково закрили кордони; 65 країн і територій (або 30%) призупинили польоти повністю або частково; 39 країни (або 18%) примусово закрили кордони, 16 країн і територій (решта – 7%), запровадили інші заходи, такі як вимога до відвідувачів на карантинні обмеження та вакцинацію. Одним із ефектів обмежень на подорожі є зменшення кількості комерційних рейсів. Відповідно до даних Flightradar24 (веб-сайт, який відстежує рейси в усьому світі), середня кількість комерційних рейсів на день впала з понад 100 000 у січні-лютому 2020 р. до приблизно 78500 у березні і 29400 у квітні [31].

Для розуміння того, яке місце туризм займає в економіці найбільших країн (які по суті керують світовою економікою), розберемо деякі показники, які допоможуть побачити як зріст впливу, так і сам вплив туризму на рівень економічного зростання і стабільності світової економіки. Для аналізу обрано дві країни великої сімки – Канада (див. табл. 2.1) та США (див. табл. 2.2). Це дві сусідні країни з абсолютно різним економічним рівнем і залежністю від туризму, а також країни складають Північноамериканський макро-регіон.

Таблиця 2.1 – Стан міжнародної туристичної галузі Канади за 2010–2021 роки

Рік	Загальна кількість прибуттів у країну (тис.осіб)	Загальна кількість витрат туристів у країні, млн. дол. США	% туризму від ВВП країни
2010	25,621	15,830	1,6%
2011	25,066	16,839	1,6%
2012	25,318	20,156	1,8%
2013	25,167	20,886	1,9%
2014	25,558	21,580	1,9%
2015	27,555	20,315	2,0%
2016	30,142	22,676	2,0%
2017	31,081	25,083	2,0%
2018	31,274	27,269	2,1%
2019	32,430	29,791	2,2%
2020	5,068	13,535	1,06%
2021	4,282	13,092	1,03%

Складено автором на основі даних [32–36]

За результатами аналізу показників (див. табл. 2.1 та табл. 2.2), можна побачити, наскільки пандемія COVID-19 вплинула на рівень і частку туризму у ВВП двох найбільших економічних гігантів світу. ВВП США у 2019 році дорівнював 21,38 трильйони доларів США, із яких майже 3% були здобуті завдяки туристичному сектору економіки. Це близько 650 млрд. дол. США. У 2020 р. ВВП США дорівнював 21,06 дол. США, із яких 1,7% припадало на

туризм: приблизно 358 млрд. дол. США. Тобто, в найсильнішій економіці світу, туристичний сектор приніс 54% від доковідного часу. Якщо розділити це між кількістю бізнесів, які не змогли забезпечити оперативну можливість функціонувати, можна зрозуміти ефект і масштаб наслідків пандемії.

Таблиця 2.2 – Стан міжнародної туристичної галузі США за 2010–2021 роки

Рік	Загальна кількість прибуттів у країну (тис. осіб)	Загальна кількість витрат туристів у країні, млн. дол. США	% Туризму від ВВП країни
2010	162,275	161,821	1,92%
2011	147,271.42	178,935	1,84%
2012	171,629.9	195,113	2,73%
2013	179,309.91	213,105	2,82%
2014	178,311.35	222,746	2,79%
2015	176,864.53	230,574	2,89%
2016	175,261.49	228,549	2,89%
2017	174,291.75	233,758	2,91%
2018	169,324.92	241,98	2,93%
2019	165,478	239,065	2,92%
2020	44,792	84,300	1,71%
2021	66,595	82,974	1,92%

Складено автором на основі даних [37–40]

Якщо множити це на зниження рівня купівельною спроможності, масові звільнення і закриття бізнесів, збільшення рівня безробіття, зниження зарплат, скорочення штатів, руйнування ланцюга надання послуг та товарних ланцюжків, припинення роботи заводів та тяжких промислових фірм, кардинальну зміну в основі початкових принципах ведення бізнесу, можна побачити справжній негативний ефект локдауна у економіці США.

Цей ефект та ці наслідки торкнулись кожної країни світу, і, виходячи з цього прикладу, можна окреслити наслідки для світової економіки (див. рис. 2.2). Виходячи з рисунку 2.2, можна побачити різке зменшення комерційних польотів після проголошення пандемії згідно даних з 2014 по 2022 рік [43].

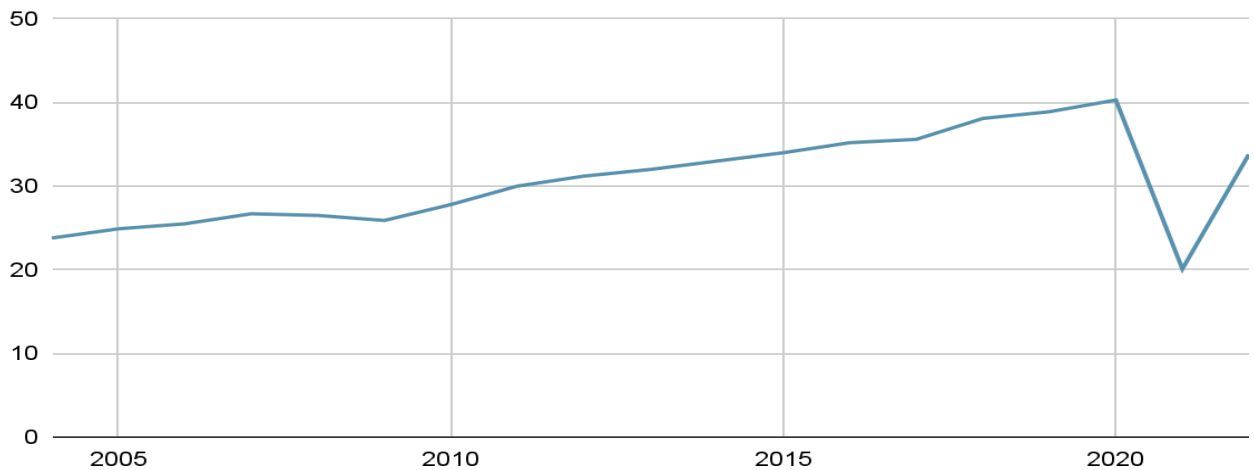


Рис. 2.2 – Кількість комерційних польотів з 2014 по 2022 рік

Примітка. 15 березня 2020 року було проголошено пандемію COVID-19.

Розроблено автором на основі даних [41; 42]

Зменшення кількості комерційних польотів призвело до багатьох змін в структурі роботи міжнародних авіакомпаній. По-перше, більше 400 тис. осіб звільнено з причини закриття світових аеропортів [43], і як один із найбільш постраждалих секторів економічного зростання, який був майже повністю заморожений під час пандемії, авіакомпанії перестали отримувати доходи.

Незважаючи на допомогу урядів країн авіакомпаніям і виділення певних грантів, за оцінками Міжнародної асоціації повітряного транспорту, дохід авіакомпаній від пасажирських перевезень у 2020 році впав на 314 мільярдів доларів, що на 55% менше, ніж у 2019 році [44]. Далі слідкують проблеми післяковідного процесу відновлення роботи. Більшість людей, яких звільнено (включаючи пілотів і стюардес), відмовляються повертатися на роботу, із-за страху повторної втрати цієї роботи. Бо вже у 2024 році зафіксовано нові спалахи коронавірусної інфекції – штам JN.1. Коронавірус мав мультиплікаційний ефект дії на сектор міжнародного туризму. Спочатку він повністю заморозив майже всю світову туристичну активність (в деяких країнах заборонялося навіть переміщуватися між містами і регіонами), що призвело до колосальних грошових втрат. Вчені О. Бартік, М. Бертран та З. Каллен провели дослідження щодо впливу коронавірусу на бізнес. Вони

опитали понад 5800 малих підприємств, які є членами Alignable, мережі з 4,6 мільйонів малих підприємств. Дане опитування проводилося з 28 березня по 4 квітня 2020 року. Час проведення опитування дозволив їм зрозуміти поведінку і очікування власників бізнесу в критичний момент ще тоді, коли майбутнє COVID-19, а також реакція урядів ще були досить невизначеними. Результати показують, що пандемія спричинила масову дислокацію серед малого бізнесу вже через кілька тижнів після її початку та ще до того, як державна допомога стала доступною через Закон про допомогу і економічну безпеку від наслідків коронавірусу (CARES). У всій вибірці 43% підприємств тимчасово закрилися і майже всі ці закриття були пов'язані з COVID-19 [45].

Респонденти-компанії, які тимчасово закрилися, здебільшого вказували на зниження попиту та занепокоєння щодо здоров'я працівників як причини закриття, причому певні збої в ланцюжку постачання були менш важливим фактором. У середньому, підприємства повідомили, що з січня скоротили активну зайнятість на 39%. Зниження було особливо різким у Середньо-Атлантичному регіоні (до якого входить Нью-Йорк), де було закрито 54% фірм, а зайнятість скоротилася на 47%. Впливи також відрізнялися в різних галузях: роздрібна торгівля, мистецтво та розваги, персональні послуги, послуги харчування та гостинність усі повідомили про скорочення зайнятості понад 50%. В той час, як фінанси, професійні послуги та бізнес, пов'язаний з нерухомістю, зазнали менших збоїв, оскільки ці галузі змогли краще перейти до віддаленого виробництва та роботи. Їх результати також підкреслюють фінансову крихкість багатьох підприємств. Середня фірма з місячними витратами понад 10 тис. дол. США мала готівку в наявності лише на 2 тижні. Три чверті респондентів мали достатньо готівки на 2 місяці або менше. Не дивно, що фірми з більшою кількістю готівки були більш оптимістично налаштовані щодо того, що вони залишаються відкритими до кінця року [45].

Згідно з Всесвітнім туристичним барометром ЮНВТО, близько 700 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі з січня по вересень 2022 р., що більш ніж удвічі (+133%) перевищує кількість, зареєстровану за той

самий період у 2021 році. Це дорівнює 63% від рівня 2019 року та ставить сектор на курс до досягнення 65% доковідного рівня (за даними ЮНВТО).

Результати бізнесу зросли завдяки сильному відкладеному попиту, підвищенню рівня довіри та зняттю обмежень у дедалі більшій кількості країн. Підкреслюючи швидкість, з якою сектор оговтався після найгіршої кризи в своїй історії, останній Всесвітній туристичний барометр від ЮНВТО показує, що кількість прибуттів у січні 2022 року була на 64% нижче рівня 2019 року, а до вересня досягла –27%. За оцінками, лише в третьому кварталі 2022 р. зафіксовано 340 мільйонів міжнародних прибуттів, що становить біля 50% від загальної кількості за дев'ять місяців – спостерігається відновлення.

Одночасно з цим, згідно даних STR, у вересні 2022 р. заповнюваність готелів у всьому світі досягла 66% проти 43% у січні. Європа лідирувала з рівнем заповнюваності на рівні 77% у вересні 2022 року після показників у 74% у липні і серпні. В Америці (66%), на Близькому Сході (63%) і в Африці (61%) рівень заповнюваності перевищив 60% у вересні. За субрегіонами Південна Середземноморська Європа (79%), Західна Європа (75%) та Океанія (70%) продемонстрували найвищі показники у вересні 2022 року [46].

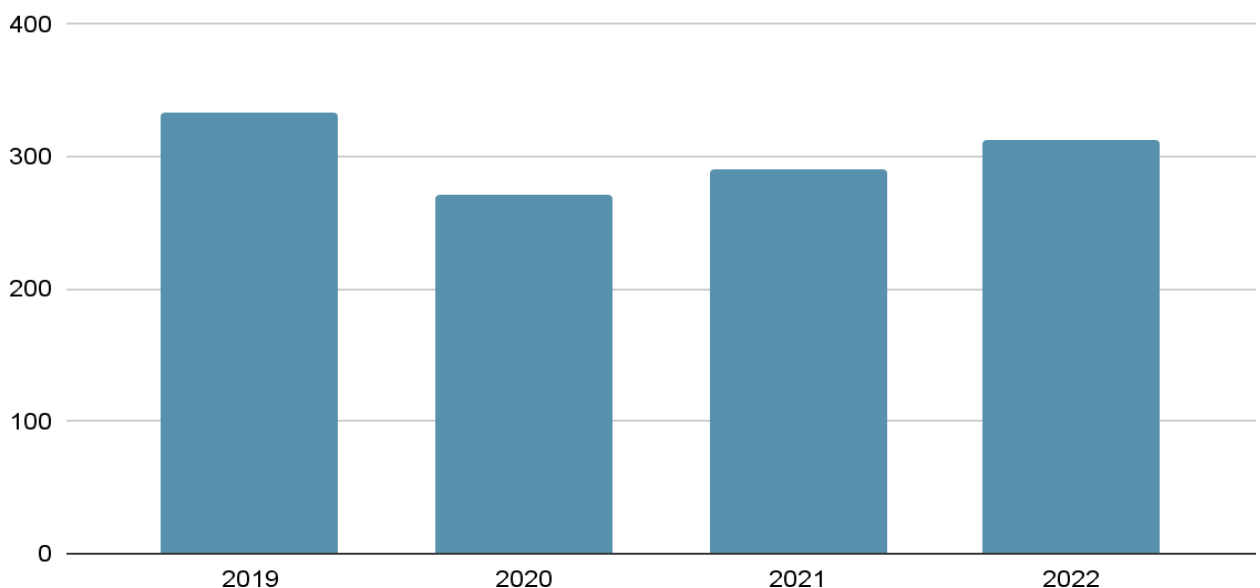


Рис. 2.3 – Кількість зайнятих у туристичному секторі (млн. осіб)

Розроблено автором на основі даних [47]

Рівень подорожей означає більший рівень зайнятості людей у сфері туризму. Дивлячись на рисунок 2.3, можна побачити, що рівень зайнятості у 2022 році почав поступово підніматися до показників допандемійного рівня.

Триваюче відновлення також можна побачити у витратах на виїзний туризм з основних вихідних ринків. Витрати з Франції зросли до –12% у січні-липні 2022 р. порівняно з 2019 р., тоді як витрати з Німеччини зросли до –14%. Витрати на міжнародний туризм склали –23% в Італії та –26% у Сполучених Штатах Америки. Стабільні показники також були зафіксовані в міжнародних пасажирських авіаперевезеннях: за січень-липень 2022 року він збільшився на 234% (на 45% нижче рівня 2019 року) і відновився приблизно на 70% від рівня допандемійного трафіку в липні, згідно з даними IATA [48]

2.2. Аналіз тенденцій і динаміки розвитку міжнародного туризму

Аналіз тенденцій, світову структуру і динаміку розвитку міжнародного туризму слід розглядати в розрізі останніх трьох довоєнних років. Звичайно, в межах трьох років дуже складно вирізнити динаміку, або узорчату схожість між показниками, але в світі сьогодення тільки такий спосіб є достовірним. COVID-19 і загарбницька неспровокована війна росії проти України вносять широкомасштабні зміни у динаміку туристичних процесів. У світі і в Україні, зокрема, міжнародний туризм «страждає» з трьох основних причин: по-перше, криза надала руйнівний вплив на місцеві економіки, які залежать від прибуттів туристів, як джерела прибутку та зростання; по-друге, хоча невелика частина компаній індустрії туризму змогла перейти на внутрішнє споживання послуг, тисячі фахівців були змушені звільнитися у період, коли їх роботодавцям довелося або скоротити штат співробітників, або припинити діяльність; по-третє, обмеження на міжнародні поїздки вплинули на свободу культурно-соціального обміну, що має значення для зміцнення співробітництва між різними країнами. Для розуміння структури і динаміки, слід проаналізувати показники міжнародного туризму за останні сім років (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Індикатор подорожей і туризму країн G19 за 2015–2021 роки

Рік	Кількість міжнародних туристів (млн. осіб)	Зміна у кількості міжнародних туристів у порівнянні з попереднім роком, %	Надходження від міжнародного туризму (млрд. дол. США)	Туристичний експорт (= надходження від міжнародного туризму + надходження від пасажирського транспорту) (млрд. дол. США)
2015	1208	5%	1,223	1449,42
2016	1249.8	3%	1,253	1480,20
2017	1339	7%	1,351	1600,35
2018	1413	5,5%	1,463	1731,19
2019	1466	4%	1,494	1761,09
2020	409	-72%	559	663,52
2021	448	9%	637	750,68

Складено автором на основі даних [49]

Виходячи з даних таблиці 2.3, можна побачити, що з 2015 по 2019 рр. показники як кількості міжнародних туристів, так і показники надходжень у світову економіку з міжнародного туризму плавно зростали. Великих змін та стрибків і економічного буму туристичної галузі не відбувалося, але сфера ставала більш диверсифікованою. Це пов'язано, але не обмежено деякими факторами, що мали помірний вплив на розвиток міжнародного туризму. По-перше, економічний ріст більшості країн світу, збільшення ВВП на душу населення країн, імплементація інтернет технологій у життя повсякденної людини, збільшення рівня зарплат, розширення прав і свобод людини, тощо. Політично-соціальні та еволюційні процеси на одній площині з економічним зростанням світової економіки та глобалізаційними процесами підштовхнули галузь туризму у напрямку зростання. Пандемія змінила ситуацію на ринку до невпізнання – 20% від номінальної потужності та насиченості ринку.

Дані таблиці 2.4 показують внесок туризму у ВВП найбільших країн світу у перший ковідний рік (2020 рік). Доцільно розглядати саме ці країни,

так як вони вносять один із найбільших внесків в світовий ВВП, і саме вони диктують тенденції світових ринкових потоків, включаючи туристичний.

Таблиця 2.4 – Індикатор подорожей і туризму країн G19 на початку 2021 року

Країна	Внесок туризму у ВВП у 2021 році (млрд. дол. США)	% туризму у ВВП	Зміна рівня туризму у ВВП відносно до 2020 р.	Дистрибуція між внутрішніми і міжнародними потоками	
				внутрішні	міжнародні
США	1271,2	5%	22%	94,8%	5,2%
Китай	814,3	4,6%	16,9%	97%	3%
Німеччина	251	6,4%	5%	89,6%	10,4%
Японія	206,3	4,2%	22,9%	99,3%	0,7%
Італія	179	9,1%	58,5%	83,8%	16,2%
Індія	178	5,8%	43,6%	94,5%	5,5%
Франція	177,9	6,5%	40,6%	70%	30%
Мексика	168,8	13,1%	23,5%	86,4%	13,6%
Британія	157,5	5,7%	40,3%	96,2%	3,8%
Іспанія	113,1	8,5%	52,5%	59,5%	40,5%
Бразилія	103,5	6,4%	21,7%	96%	4%
Канада	88	4,4%	24,4%	85,5%	14,5%
Австралія	76,5	4,7%	-7%	98%	2%
Туреччина	59,3	7,3%	60,6%	38%	62%
Саудівська Аравія	51,5	6,5%	1,4%	72,8%	27,2%
Корея	48,8	2,7%	3%	71,4%	28,6%
Аргентина	33,7	7%	39,3%	98,9%	1,1%
Індонезія	28,9	2,4%	-10,4%	94,8%	5,2%

Складено автором на основі даних [16]

Тобто, вже в 2021 році було значне порушення рівня туристичного впливу на економічний стан країн G19. Звичайно, більша частина прибутків йде між внутрішніми туристичними каналами, що показує неготовність

системи переходити до стандартного режиму роботи, в основному із-за нових штамів коронавірусу, але є позитивний рух в сторону скорочення розриву між внутрішніми і зовнішніми каналами надходження туристичного капіталу. На сьогоднішній день неможливо сказати, чи став цей рух патерном, чи ні. Нещодавно відкрили новий штамп коронавірусу JN.1, так що 2024 рік може бути роком нового локдауну, який знову вдарить по туристичній сфері.

COVID-19, глобалізація, і війна одночасно зруйнували і створили нову структуру міжнародного туризму. Аналіз світового туристичного ринку дозволяє дійти висновку, що міжнародний туризм розвивається в тісному взаємозв'язку з іншими сферами міжнародного життя і реагує на загальний економічний стан ринку та політичну ситуацію збільшенням або зниженням темпів зростання. Це пояснює нерівномірність розвитку міжнародного туризму в різні періоди, особливості в різних регіонах. Через відсутність широкомасштабної капіталістичної індустріалізації в так званому «третьому світі» міжнародний масовий туризм став одним із головних інструментів поширення капіталістичної сучасності в не-індустріалізовані країни, що «розвиваються», особливо в тих частинах світу, які пережили важкий перехід від колоніального правління до незалежності, напр., в Африці на південь від Сахари. На теоретичному рівні існує низка протилежних тлумачень значення та масштабів глобалізації, а також ступеня, до якого повноваження держави виступили перед обличчям глобальної капіталістичної реструктуризації.

Згідно теорії міжнародного поділу праці на інтернаціоналізацію промислового виробництва сильно вплинуло скорочення прибутків у промислово розвинених країнах, що призвело до переміщення інвестицій на південь у пошуках дешевої робочої сили. Місце туристичної діяльності завжди було певною мірою обмежене внутрішніми природними, історичними та культурними атрибутами місцевості призначення та можливостями, які надає розвиток транспортної інфраструктури на глобальному і регіональному рівнях. Глобальна ринкова влада ТНК чітко продемонстрована, наприклад, у кейсі середземноморської індустрії пакетного туризму, де туристичні потоки

та розміщення традиційно набагато більше контролюються невеликою кількістю виїзних туроператорів, ніж, наприклад, у США. Перегрупування корпоративної влади пов'язане з глобалізацією та зміною конфігурації економічної влади держав, мало різноманітні наслідки для організації праці та трудових відносин у світовій індустрії туризму. Незважаючи на той факт, що ступінь інтеграції регіонів у капіталістичні ринки та масштаб проникнення транснаціональних компаній (ТНК) є нерівномірними, постійно зростаюча складність глобалізованих туристичних ланцюгів демонструється все більш непрозорими та складними рівнями аутсорсингу від конкретних компаній.

Так, більшість міжнародних авіакомпаній регулярно використовують зовнішніх підрядників для забезпечення поточного технічного сервісу, бронювання, обслуговування бортового харчування. Подібним чином, багато провідних авіакомпаній прагнули перенести допоміжні послуги на дешевші «офшорні» місця, як у випадку з British Airways, яка взяла на себе ініціативу в укладанні договорів з продажу квитків в Індію. Праця є однією з небагатьох змінних витрат у цьому секторі, тому на неї припадає основний тягар скорочення витрат [50]. Сьогодні авіакомпанії і туристичний бізнес страждає від нестачі кваліфікованих кадрів. Після масових скорочень у 2019–2020 рр. і початку відновлення туристичних потоків у 2021–2022 рр., майже кожен 4-ий рейс затримується або переноситься. Це пов'язано з тим, що приблизно 40% тих, кого звільнили під час періоду масових скорочень у 2019–2020 рр., знайшли іншу професію і не готові повертатися до туристичної галузі. Це призводить до багатьох проблем, напр., до меншої пропускної спроможності аеропортів світу, що призводить до меншої кількості польотів, що, в свою чергу, не дає можливості запуснути маховик туристичної галузі на повну.

Слід підкреслити, що через інтернаціоналізацію бізнесу та глобалізацію економічної діяльності суб'єктів конкуренція в галузі міжнародного туризму перемістилася з місцевого рівня на світовий. Ця зміна призводить до низки стратегічних рішень, які мають враховувати, як незалежні оператори, так і міжнародні туристичні організації. Незалежні туристичні оператори також

бажають стати частиною міжнародної туристичної мережі, тоді як, щоб залишатися конкурентоспроможними, туристичні організації, маючи великі мережі по всьому світу, мають намір зосередитися вже на покращенні комунікацій та більш суворий контроль за витратами. Проблемою є безпека міжнародного туризму. Безпека і раніше була важливою темою порядку денного кожної туристичної компанії, але зараз вона займає перше місце.

Ділові поїздки є каталізатором зростання, оскільки вони є невід'ємною частиною відносин, інвестицій, ланцюгів постачання та логістики, які підтримують міжнародні торгові потоки. У країнах з економікою, що розвивається, ділові поїздки часто відіграють провідну роль у зростанні більш широкого сектору подорожей і туризму, створюючи інфраструктуру та робочі місця, необхідні для транспортування, розміщення та інших послуг, які туристи та економіка в цілому можуть отримати належним чином. курс. У 2019 році на ділові поїздки по всьому світу було витрачено майже 1,3 трильйона доларів США – 21% від загальних витрат на подорожі та туризм.

Ділові подорожі постраждали від COVID-19 непропорційно: у 2020 році витрати скоротилися на 56,2%. Незважаючи на виклики останніх двох років, сектор адаптується й відновлюється. У 2021 році почалося відновлення сегмента, зростання якого сягнуло 30,9% порівняно з 2020 роком. Подальше зростання на 41,1% у 2022 році та середньорічне зростання на 5,5% між 2024 і 2033 роками, ділові поїздки залишаться важливою частиною екосистеми подорожей. Зазначено, що це стійка стаття витрат у ділових туристів.

Дивлячись на довгостроковий прогноз на 2024–2033 роки, очікується, що внесок подорожей і туризму в світову економіку зростатиме в середньому на 5,8% за рік, що більш ніж вдвічі перевищує середній річний темп зростання в 2,7%, оцінений для світової економіки. Прогнозується, що сектор створить 126 мільйонів додаткових робочих місць за цей же період [16]

У всьому світі країни впроваджують маркетингові та рекламні стратегії, спрямовані на стимулювання внутрішніх і зовнішніх подорожей і відновлення довіри споживачів. У багатьох країнах внутрішні кампанії є

першим кроком до відновлення туризму й активізації туристичної економіки, за якими згодом підуть маркетингові та рекламні зусилля для залучення іноземних мандрівників. У той час як більшість країн запускає нові кампанії внутрішнього туризму, деякі посилюють існуючі кампанії внутрішнього туризму. Загалом ці кампанії просуваються переважно через цифрові платформи та соціальні медіа, телевізійну, а також радіорекламу. Деякі уряди використовують більш креативний та інноваційний підхід, використовуючи великі дані, просуваючи конкурси або створюючи нові платформи, що пропонують туристичний досвід й допомогу місцевих фірм. Використовуючи різні гасла, туристичні органи зосереджуються на просуванні маловідомих напрямків, сільських і природних територій, на висвітленні їхніх найбільш знакових пам'яток і популярних місць. Незалежно від фокусу, передане повідомлення є принципово однаковим: стимулювати внутрішній попит і відновити довіру до туризму. З метою сприяння внутрішньому туризму деякі органи влади також використовують онлайн-інструменти для надання інформації про обмеження на подорожі та заходи безпеки на території.

Цікаво зазначити, що деякі країни зосереджують свої зусилля на розробці та зміцненні конкретних продуктів для стимулювання внутрішнього туризму, головним чином тих, що пов'язані з природою та активним відпочинком на відкритому повітрі, далеко від густо населених місць. До них належать оздоровлення, природоохоронні території, пригодницький та екотуризм, культурний та гастрономічний туризм та сільський туризм. Крім того, деякі країни працювали над заохоченням туризму у столицях (міський туризм). Іншим напрямком розвитку продукту є просування автомобільних подорожей і національних маршрутів, що з'єднують різні напрямки.

Тобто сьогодні, навіть якщо звертатися до таблиці 2.1, можна побачити, що більшість країн намагаються стимулювати внутрішній туризм, перед тим, як повністю запускати іноземні туристичні потоки. Зацікавлені сторони на різних рівнях (національному та місцевому) та залучення приватного сектору широко розглядаються в заходах, які застосовуються для стимулювання

внутрішнього туризму. У багатьох країнах органи туризму співпрацюють з іншими зацікавленими національними органами (Міністерство транспорту, Міністерство фінансів, Міністерство культури тощо), щоб пропонувати ваучери на відпочинок та інші стимули. Національні туристичні адміністрації та національні туристичні організації (NTA/NTO) також співпрацюють з муніципалітетами країн. У деяких випадках муніципалітети вважаються ключовими партнерами для національних туристичних органів, оскільки їхній конкретний досвід і знання напрямків дають відповідне розуміння, коли йдеться про розробку стратегій внутрішнього туризму на національному рівні. Через численні обмеження та заборони на подорожі люди почали вибирати короткі поїздки. Багато туристів почали уникати громадського транспорту, такого як автобуси, поїзди чи навіть авіалінії. Замість цього вони планують вирушати в подорож на власному транспорті або орендувати авто, оскільки це більш безпечний варіант. Автомобільні подорожі популярні серед туристів різного віку та сімей. На додаток до цього, це зменшує витрати на подорожі та величезні варіанти призначення на вибір.

Війна посилює тиск на і без того складні економічні умови, підриваючи довіру споживачів і підвищуючи інвестиційну невизначеність. Серед несприятливих економічних факторів, які можуть вплинути на попит на подорожі, є різке зростання цін на нафту та загальна інфляція, а також підвищення процентних ставок і постійне порушення ланцюжків поставок. Конфлікт спричинив підвищення цін на такі товари, як енергія та продукти харчування, оскільки росія та Україна є основними експортерами сировини. Різке зростання цін на нафту (з мінімуму в 40 доларів США за барель Brent у 2020 році до понад 100 доларів США в березні 2022 року, що є найвищим за десять років), а також зростання інфляції роблять транспорт і проживання дорожчими, створюючи тиск на купівельну спроможність та заощадження споживачів. Ефективне відновлення міжнародних подорожей також буде продовжувати залежати від забезпечення справедливості щодо вакцин та координації відповіді між країнами щодо обмежень на поїздки, узгоджених

протоколів безпеки та гігієни й ефективної комунікації, щоб допомогти відновити довіру споживачів. Інфляція, яка була високою у 2022–2023 рр., може бути ще щонайменше на 2,5% вищою у 2024 році. Ціновий шок, особливо на продовольство та енергію, ризикує призвести до порушення виробництва товарів і послуг у всьому світі та збільшити бідність [51].

Сьогодні майже неможливо дати точний прогноз по динаміці росту міжнародної торгівлі. Економічний відлік галузі почався з нової сторінки у 2019 році, зруйнувавши всі існуючі прогнози, системи, правила, динаміки та перспективи, запустивши новий початок для цілого сектору економіки. Про це можна стверджувати просто продивившись скільки відсотків від показників 2019 року мав 2020 рік для міжнародного туризму. Падіння на 72%, мільйони закритих бізнесів, звільненні люди, нестача штату, війна в Україні, нові штампи, правила в'їзду та виїзду, вакцинації, нові системи дистрибуції послуг, відносно невелика частина людей, які готові подорожувати традиційними методами. Все це має свій вплив на міжнародний туризм, який на сьогоднішній день знаходиться на новому початку свого життя.

У 2022–2023 роках ми бачимо динаміку відновлення, але нещодавно був знайдений новий штамп коронавірусу, що може змінити ситуацію. Отже, основною динамікою міжнародного туризму є його становлення. Потенційно, якщо допустити ситуацію при якій коронавірус більше не є перешкодою та проблемою для туристів, війна закінчена, то можна очікувати активного, навіть стрибкового відновлення міжнародного туризму до допандемійних часів. Звичайно, світовій економіці знадобиться деякий час, щоб оговтатись від наслідків коронавірусу й війни, приблизно 5 років, як зазначають експерти McKinsey [52]. Але сценарій занадто оптимістичний. Виходячи з інформації про те, що більшість авіакомпаній мають величезний дефіцит людської сили, із-за небажання багатьох людей повертатися до того виду робіт, який вони робили до COVID-19, можна брати за тенденцію брак людей у сфері міжнародного туризму. Багато бізнесів перейшли на локальну підтримку та локальну дистрибуцією, і більше не мають за мету насичення через кошти

міжнародних відвідувачів. Якщо зовнішні чинники не будуть впливати на міжнародний туризм як COVID, то можна стверджувати, що за стабільності певних умов зовнішньополітично-економічно-соціально-медичних індексів, міжнародний туризм буде поступово відновлювати свою роботу, і поступово збільшувати свою присутність у дистрибуції світового ВВП. Очікується, що кількість туристів у всьому світі повернеться до свого рівня до пандемії не раніше 2024 року, як заявила у прогнозах Всесвітня туристична організація.

Згідно з Всесвітнім туристичним барометром мадридського агентства ООН заразні варіанти Омикрон та JN.1, хоч і легкі, «завадять відновленню» на початку 2024 року після того, як у 2022–2023 роках спостерігалось певне відсоткове зростання порівняно з 2020–2021 роками [53].

Висновки до розділу 2.

Досліджено внесок міжнародного туризму у світову економіку. Загалом, внесок туризму у світовий ВВП у 2021 році склав 5,81 трильйона доларів США, що означає збільшення приблизно на один трильйон доларів США порівняно з 2020 р. І хоча показники все ще знаходяться значно нижче за показники 2019 допандемійного року, можна побачити, як галузь туризму відновлюється від закриття кордонів та тотальної ізоляції. Слід звернути увагу, що 2020 р. почався з того, що було чотири широкі категорії обмежень переміщень. Із загальної статистики: 217 напрямків, 97 країн (або 45%) повністю або частково закрили кордони; 65 країн і територій (або 30%) призупинили польоти повністю або частково; 39 країни (або 18%) примусово закрили кордони, 16 країн і територій (решта – 7%), запровадили інші заходи, такі як вимога до відвідувачів на карантинні обмеження та вакцинацію.

Проведено аналіз тенденцій, динаміки розвитку міжнародного туризму. Очікується, що внесок подорожей і туризму в світову економіку зростатиме в середньому на 5,8% за рік, що більш ніж вдвічі перевищує середній річний темп зростання в 2,7%, оцінений для світової економіки. Прогнозується, що сектор створить 126 мільйонів додаткових робочих місць у 2024–2033 роках.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

3.1. Сучасні проблеми та повоєнні перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні

Військовий напад так званої «росії» на Україну 24 лютого 2022 року становить проблему міжнародному туризму. Це зросло і без того високі ціни на нафту та витрати на транспортування, збільшило невизначеність і призвело до перебоїв у подорожах у Східній Європі. Напрямки, які більше усіх постраждали (крім росії та України), це Республіка Молдова з падінням кількості рейсів на 69% з 24.02.2022 (порівняно з 2019 р.), Словенія (–42%), Латвія (–38%), Фінляндія (–36%) за даними Eurocontrol за 2022 р.[54].

Незважаючи на військовий конфлікт, з середини березня 2022 року до початку травня європейський авіасполучення стабільно зростає. Бронювання авіаквитків також свідчить про зростання попиту на подорожі всередині Європи та рейси зі США до Європи. Послаблення обмежень після COVID-19 на поїздки сприяє нормалізації подорожей (36 країн скасували всі обмеження на подорожі, які пов'язані з COVID-19), але військовий конфлікт продовжує становити серйозну загрозу для його повноцінного відновлення.

Згідно з даними GlobalData Tourism Demands and Flows Database [55], між 2014 і 2019 роками в Україні спостерігалось значне зростання в'їзного туризму, причому в 2019 р. кількість прибуттів досягла майже 2,5 мільйона, а в 2020 році впала на 71% через пандемію. За дванадцять місяців 2021 року в'їзні поїздки досягли приблизно 1,2 мільйона. Нажаль, триваюча політична нестабільність та військові дії призвели до скорочення в'їзних туристичних відвідувань, що має серйозний вплив на туристичний сектор, який прагнув до відновлення [56]. Тобто, міжнародний туризм в Україні знову опинився в кризі.

Безумовно, постраждали не лише в'їзні поїздки в Україну. Раніше Україна була одним із найшвидше зростаючих вихідних ринків Європи, з

виїзним туризмом, який стабільно зростав між 2009 і 2019 роками, значно скоротився у 2020 році і повністю заморозився у 2022 році. Такі напрямки, як Польща й Туреччина, також постраждали, оскільки Україна зараз є важливим джерелом ринку для цих напрямів. Крім того, ринки, що розвиваються, такі як Румунія і Болгарія, також відчувають тиск, оскільки ці напрямки борються з потенційно бурхливим роком у туристичному секторі.

Для глибшого розуміння, потрібно проаналізувати дані статистичного сайту України [57] та дані НТУУ [58]. Рисунок 3.1 показує динаміку кількості громадян, які виїхали та які в'їхали до України протягом 2012–2020 років.

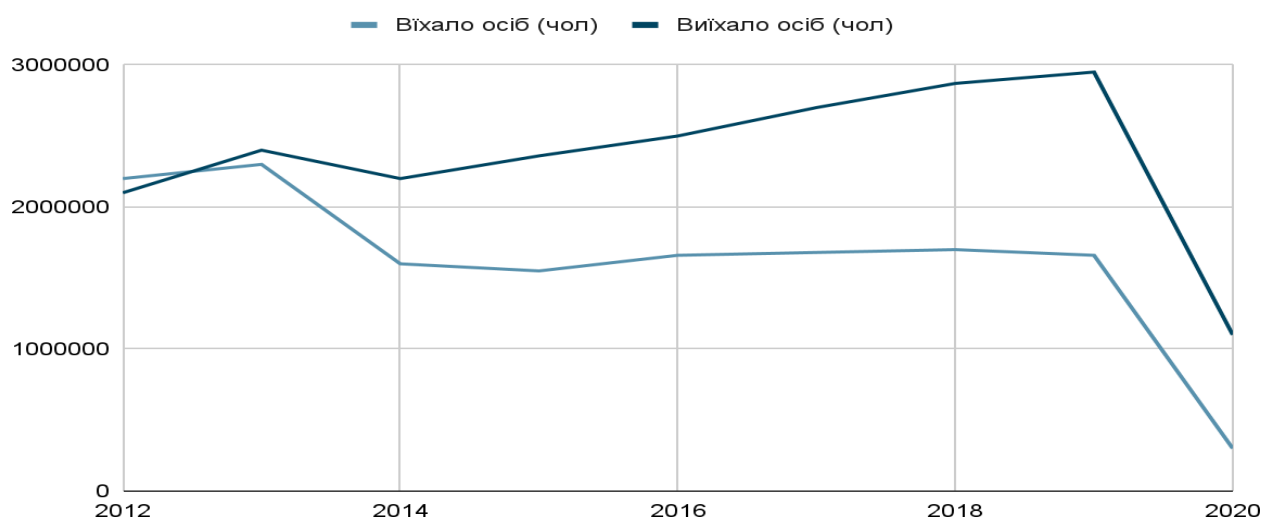


Рис. 3.1 – В'їзд та виїзд туристів з та в Україну за 2012–2020 роки
Розроблено автором на основі даних [57; 58]

З рисунку 3.1 можна побачити, що перший «злам» відбувся протягом 2013–2014 років. Пов'язано це було з політичною та військовою ситуацією в Україні, тимчасовою окупацією АР Крим, та з початком російської війни на сході України. Незважаючи на це, з 2015 по 2019 роки дуже сильно зросла кількість людей, які виїжджали з України для подорожей за кордон. Це можна пояснити впровадженням безвізу між країнами Європейського союзу та України. У 2019 році можна побачити ще один «злам». Цей злам набагато сильніший, і це початок коронавірусу, глобальної пандемії та локдауну. У 2022 році туристична діяльність в Україні на 90% заморозила своє існування.

Туристична діяльність в Україні прямо пропорційно залежить від її політичної та внутрішньої ситуації. Саме політична та внутрішня ситуація диктують не просто стан, а й майбутній розвиток міжнародного туризму в Україні. Великою проблемою є непропорційне зростання кількості людей, які виїжджають з України, та кількості людей, які приїжджають до неї. Після введення безвізового режиму кількість людей, які подорожують за кордон збільшилася майже на 20%, в той час, як кількість людей, які вибирають місцем призначення Україну збільшилася лише на 3%. Дана ситуація вказує на незначну привабливість України як пункту призначення для туристів.

Також існує велика нерівномірність розподілення туристичних потоків по регіонах України. Рисунок 3.2 ілюструє кількість туристів обслугованими туроператорами по регіонах України у 2020 році. За рисунком 3.2 зроблено висновок, що майже 99% всіх туристів були на обслуговуванні у місті Київ.

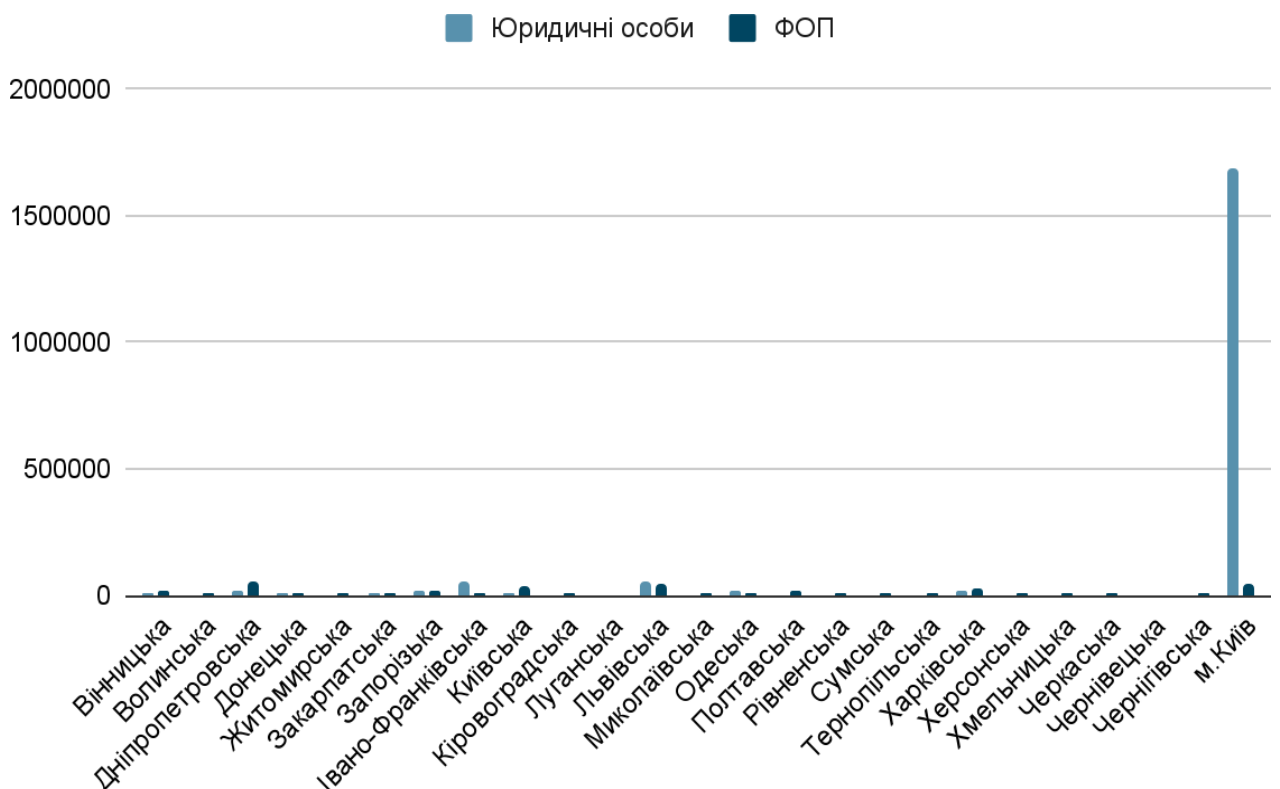


Рис. 3.2 – Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, у 2020 році за регіонами України

Розроблено автором на основі даних [57; 58]

Виходячи з цього показника, можна вважати, що більшість людей, які їхали за кордон, оформлювали поїздки та туристичні маршрути у столиці, і більшість людей, які приїжджають з за-кордону, їхали саме у Київ.

Геополітичні проблеми, зазвичай, призводять до значного падіння туризму, як це спостерігається в багатьох інших країнах за останні роки. Так, є типові проблеми в міжнародному туризмі для України та інших країн.

Мабуть, найпомітнішим закордонним прикладом стала невдала спроба державного перевороту в Туреччині в 2016 р. Світ також має свої проблеми туристичної галузі, як, наприклад, багато підприємств, особливо МСП, які, зазвичай, мають менший доступ до фінансування, борються за виживання.

Також відбувся «відтік талантів» із сфери дозвілля й гостинності в інші сектори після втрати роботи, що вплине на відновлення туризму, взагалі.

Існують значні проблеми з розумінням того, які підприємства і послуги закриті, незалежно від того, чи вони закриті назавжди (чи закриті лише на сезон), чи відкриті, можливо, із зменшеною потужністю чи адаптованою пропозицією, що означає нестачу якісних послуг для клієнтів та поточне джерело напруженості між мешканцями й відвідувачами через обмежену кількість заходів. Внутрішні туристи та місцеві жителі мають різні потреби і пропонують іншу «цінність» порівняно з іноземними відвідувачами. Загальні витрати нижчі, а місцеві гості в середньому залишаються на менший термін.

Однак, потік витрат на місцеві підприємства часто більший. Зміни в потоках відвідувачів, наприклад, щоб забезпечити соціальне дистанціювання в центрах міст, означають, що нормальний транспорт і мобільність були порушені, а тимчасові заходи (такі як бар'єри та знаки) можуть вплинути на естетику та враження. Тобто, є певні відмінності у поведінці різних туристів.

Відбувся значний поворот до систем онлайн-бронювання та вимоги бронювати заздалегідь, що вплинуло на спонтанність і легкість відвідувачів. Є ознаки того, що ставлення жителів до туризму погіршується в деяких міжнародних локаціях. Наприклад, в США, штат Флорида, Ки-Вест, виборці вирішили заборонити круїзним лайнерам відвідувати порт.

Великою проблемою ще довоєнної туристичної галузі в Україні була відсутність систематичного ланцюжка розподілу та просування інформації про український туристичний відпочинок, а також відсутність туристичних представників за кордоном. Відсутня будь-яка координація центрів надання туристичних послуг для покращення іміджу України на міжнародній арені. Передусім, стан в міжнародному туризмі пов'язаний з іншими проблемами, такими, як часте недотримання міжнародних стандартів та норм розміщення, відсутність історичної розбудови, недотримання екологічних стандартів та норм, низькоякісний туристичний продукт (послуга), нерозвинена система курортних можливостей України. Всі ці проблеми не дають українській туристичній галузі бути потенційно великим вкладником в ВВП країни.

Туристична реклама в Україні відсутня навіть на внутрішньому ринку, і середньостатистичному українському споживачу більше доступна реклама про міжнародний туризм (виїзний) з найбільш популярними закордонними містами відпочинку, ніж з українськими внутрішніми місцями та локаціями.

Основний ряд проблем виходить із неспровокованої загарбницької війни в Україні. Поряд із намаганням відновити роботу туристичної галузі у постпандемійному світі, де логістичні маршрути зазнають великих змін із-за війни, а спалахи нових штамів коронавірусу змушують деякі країни по другому колу закривати кордони. В Китаї, наприклад, нещодавно почалася нова хвиля коронавірусу, що в короткочасній перспективі змусить світ повернутися до більш закритих кордонів і більше жорстоких регуляторів на дозвіл відвідування. Крім війни в Україні є також ряд великих проблем, які потребують вирішення у короткостроковій післявоєнній перспективі. Дані проблеми мають зовнішній і внутрішній характер. Особливості розвитку туристичної галузі в Україні, можна сказати, що цілком залежать від стратегії післявоєнного розвитку туристичної галузі й міжнародного туризму України.

Туризм є значним внеском в економіку України, при цьому важливу роль відіграє і місцевий туризм. За даними Мінекономіки, у 2018 році галузь туризму створила 5% ВВП України та дала роботу близько 1,5 млн осіб [60].

Міжнародний туризм є основним джерелом прибутку для України. Наша країна щороку приваблює мільйони відвідувачів. Країна має багату культурну спадщину, включаючи історичні місця, музеї та мальовничі ландшафти, що робить її популярним місцем для туристів. Ця галузь також підтримується вигідним географічним розташуванням України з хорошим транспортним сполученням з іншими європейськими країнами та світом.

Міжнародний туризм має позитивний вплив на економіку України, створюючи робочі місця в туристичному секторі, наприклад, у готелях, ресторанах, транспортних послугах. Галузь туризму також стимулює місцеву економіку, отримуючи дохід за рахунок податків і зборів, підтримуючи місцевий бізнес, наприклад магазини, місцевих екскурсіводів і ресторани.

Окрім прямих економічних вигід, міжнародний туризм також створює непрямі вигоди, так звані, побічні ефекти для місцевої економіки. Це відбувається, коли туристи витрачають гроші на місцеві товари та послуги, що, у свою чергу, створює додаткову економічну активність та можливості для працевлаштування. Місцевий туризм також є важливим фактором економіки України, оскільки багато українців подорожують усередині країни, щоб відвідати мальовничі краєвиди, культурні пам'ятки та історичні місця. Цей вид туризму допомагає стимулювати місцеву економіку та створює можливості для працевлаштування, особливо в сільській місцевості.

Зрозуміло, що вся економіка Україні буде переформатована та змінена після перемоги у війні. Форматуванню підпадає і туристична галузь. До того, як запустити туристичну галузь, потрібно буде витратити близько 4 років на повне розмінування всієї території України, тоді, як на сьогоднішній день заміновано фашистами близько 35% території України. Наражати майбутніх туристів на небезпеку – це те, чого не може допустити ні одна цивілізована країна. Але для повного відновлення потрібні інвестиції західних партнерів.

Розмір інвестицій, в яких є необхідність для відновлення України, досі незрозумілий через непередбачуваність періоду військового періоду. Станом на початок 2024 р., за попередніми оцінками експертів, вартість відновлення

пошкодженої української інфраструктури становить понад 500 мільярдів доларів США. Країнам ЄС незабаром доведеться прийняти рішення щодо масштабу та характеру свого внеску у процес відновлення туризму в Україні. Вони можуть обрати комбінацію прямих бюджетних грантів ЄС, двосторонні позики, гранти, гарантії держав-членів, наддовгострокові пільгові звичайні позики. Загально-фінансові гранти будуть суперечливі в певних державах-членах ЄС. Збільшення відносної ваги двосторонніх внесків держав-членів або перегляд Багаторічної фінансової рамки ЄС буде таким же суперечливим. Лідери ЄС не повинні ні уникати, ні затягувати ці дебати, оскільки інші міжнародні донори, перш за все Сполучені Штати, ймовірно, обумовлювати суть і масштаби та мають свою участь на основі фінансової переваги ЄС.

Найважливішим способом розблокування потенціалу приватного капіталу і, таким чином, надходження прямих іноземних інвестицій в Україну було б запровадження «страхування війни» для певних приватних інвестицій, підкріплення гарантіями міжнародних донорів. Враховуючи масштаби потенційних фінансових зобов'язань, слід розглянути незвичайні джерела фінансування. Арешт заморожених російських активів може стати вагомим внеском у фінансування туризму України, але лише може бути в довгостроковій перспективі. Хоча можливо для цього знадобитися нова правова база в більшості країн-донорів і, отже, потрібен час для реалізації, арешт заморожених активів центрального банку росії, які наразі становлять 300 мільярдів доларів, є багатообіцяючим і результативним варіантом.

Навіть у період воєнних дій існує декілька привабливих напрямків для подорожей в Україні. Так, це Карпати, де розташована найбільша кількість туристичних бізнесів, і яка має найбільший, як іноземний, так і внутрішній туристичний потік. Одеса, як курортне місто для відпочинку. Київ, як найрозвинутіше місто України. Львів, який побудований на європейських архітектурних традиціях. Україна може прискорити відновлення, агресивно використовуючи цифрові інструменти маркетингу, досліджень і управління напрямками. Існує очевидна можливість охопити більшу аудиторію як

внутрішніх, так і міжнародних туристів та вплинути на їхні рішення про подорожі. Повинно бути сприяння більш широкому використанню цифрових платформ і контенту. Це збільшить охоплення, підвищить ефективність і значні економічні вигоди. Війна дає Україні можливість прийняти цифрові технології та усвідомити їх переваги. Розширюючи економетричну модель, яка визначає взаємозв'язок між впровадженням цифрових технологій і зростанням подорожей, збільшення використання цифрових платформ для задоволення ринкових переваг джерела і конкурентів підвищить впевненість мандрівників, конкурентоспроможність місць призначення та частку ринку.

Коли туристичні компанії адаптують існуючі цифрові процеси, щоб краще відповідати умовам відновлення та майбутнього індустрії туризму, вони приносять у свою роботу додаткову продуктивність, що позначається на економіці. Ці цифрові інвестиції заохочують туристичні бізнеси ставати більш креативними та конкурентоспроможними в залученні мандрівників, одночасно удосконалюючи власні бізнес-практики. Забезпечення сучасної бізнес-моделі може стабілізувати робоче середовище, одночасно заохочуючи розумніший інноваційний підхід до галузі туризму. Наприклад, внутрішнє використання хмарних обчислень створює середовище для бізнесів, яким можна керувати з будь-якого місця з надійним доступом до Інтернету [59].

Однією з головних проблем міжнародного туризму у 2022–2023 роках є зменшення кількості туристів, які відвідують різні країни. Через обмеження на міжнародні поїздки та закриття кордонів багато мандрівників не можуть здійснити заплановані поїздки, що призводить до значного падіння попиту на туристичні послуги. Це мало значний вплив на засоби пересування людей, які працюють у туризмі, й на економіку багатьох країн, які залежать від туризму.

Ще однією проблемою є відсутність довіри серед мандрівників через триваючу пандемію COVID-19. Через загрозу появи нових варіантів багато мандрівників стурбовані своєю безпекою та ризиком зараження вірусом під час поїздок за кордон. Вже це призвело до зниження попиту на міжнародні подорожі, навіть коли країни почали знову відкривати свої кордони.

Крім того, раптовий перехід до віддаленої роботи та онлайн-навчання призвів до скорочення ділових подорожей, які в минулому були основною рушійною силою міжнародного туризму: це призвело до зниження попиту на готелі і конференц-зали, що вплинуло на секторальний бізнес і економіку.

Окрім зазначених проблем вартість міжнародних поїздок також зросла, оскільки багато авіакомпаній і готелів стягують вищі ціни через пандемію та очікування її поновлення. Це зробило подорожі дорожчими для туристів, зробивши їх менш доступними для тих, хто має обмежений бюджет.

З метою вирішення зазначених проблем уряди та відповідні органи в усьому світі повинні вжити конкретних заходів для відродження індустрії туризму. Передусім, це передбачає впровадження заходів для забезпечення безпеки мандрівників, їх мотивація та сприяння міжнародним подорожам і вирішення проблем мандрівників щодо ризику зараження вірусом.

Зовнішня реалізація таких технологій, як штучний інтелект (AI), може допомогти мандрівникам досліджувати або бронювати на веб-сайтах за допомогою чат-ботів. Це розширення може стати цінним джерелом даних для вимірювання того, як люди взаємодіють із їхнім веб-сайтом. Крім того, збір створеного користувачами контенту з платформ соціальних медіа може створити запис про імідж, який туристичний бізнес створив серед колишніх і потенційних мандрівників. Штучний інтелект може також допомогти і повністю змінити туристичну галузь завдяки наступним інструментам.

По-перше, персоналізованим рекомендаціям відносно подорожей: алгоритми штучного інтелекту можуть аналізувати вподобання мандрівника та пропонувати персоналізовані маршрути подорожей, розміщення та заходи. В свою чергу, це може заощадити час і зусилля мандрівників у процесі планування та збільшити ймовірність задоволення та приємної подорожі.

По-друге, віртуальні тури та доповнена реальність: віртуальні тури на основі штучного інтелекту, а також досвід доповненої реальності можуть дозволити мандрівникам попередньо переглянути пункти призначення, місця, дестинації й локації перед їх відвідуванням. Наприклад, мандрівники можуть

використовувати гарнітуру віртуальної реальності, щоб здійснити віртуальну екскурсію готелем, музеєм чи іншою пам'яткою історії або архітектури.

По-третє, обслуговування клієнтів: чат-боти на основі штучного інтелекту можуть надавати миттєву підтримку клієнтів і відповідати на запитання 24/7, покращуючи загальний досвід роботи з клієнтами.

По-четверте, прогностична аналітика: штучний інтелект аналізує величезні масиви даних, щоб робити прогнози щодо поведінки та вподобань мандрівників, дозволяючи туристичним компаніям приймати обґрунтовані рішення щодо ціноутворення, маркетингу та інших бізнес-стратегій.

По-п'яте, покращена безпека: штучний інтелект може допомогти забезпечити безпеку та безпеку мандрівників за допомогою таких технологій, як розпізнавання обличчя, камери безпеки та прогнозна аналітика злочинів.

По-шосте, оптимізований транспорт: AI має оптимізувати транспортні системи, скорочуючи час очікування, підвищуючи ефективність, покращуючи загальні враження від подорожі. Наприклад, системи керування дорожнім рухом на основі штучного інтелекту можуть допомогти зменшити затори та покращити транспортний потік (для туристичних маршрутів у межах міста).

По-сьоме, екологічна стійкість: штучний інтелект може допомогти галузі туризму стати більш стійкою шляхом зменшення споживання енергії, відходів та іншого впливу на навколишнє середовище. Наприклад, системи управління енергією на основі штучного інтелекту можуть оптимізувати використання енергії в готелях, зменшуючи витрати енергії та витрати.

Усі зазначені практики можуть сприяти розробці ефективних кампаній, націлених на фокус-групи, використовуючи знання, отримані в результаті розширення колекції та бази даних про мандрівників. Для того, щоб якісніше запустити повоєнний маховик туризму, потрібно слідкувати за трендами в психології людини, які на сьогоднішній день змінюються постійно. Новий стереотип поведінки може підштовхнути людину зробити неординарний вибір. Повоєнній Україні слід побудувати достатню кількість туристичних місць, відновити більшість міст і сіл, пошкоджену інфраструктуру тощо.

Україна достатньо не розвивала свою туристичну галузь із-за низької впізнаваності на міжнародному ринку туристичних напрямків, але сьогодні ситуація змінилася, і після війни на Україну чекає великий приплив туристів з усього світу. Слід зазначити, що база для запуску цього процесу присутня.

Україна здійснює цілеспрямований вплив на розвиток сфери туризму (державна політика в туризмі, ефективне державне регулювання туристичної діяльності). Головна мета процесу – забезпечення нормальних умов стійкого функціонування туризму. Закон України «Про туризм» визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності.

Взагалі, цілями державного регулювання туристичної галузі є:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав. Безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;
- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини, пам'яток, довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;
- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності;

Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму:

- розвиток міжнародного туризму, в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;

- розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому ринку міжнародних туристичних послуг;
- вдосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;
- забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення робочих місць в даній галузі;
- створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання, сприяння мікро-, малому та середньому бізнесу;
- забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Уряд України у 2017 р. схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року (чинна). Стратегію розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь.

Напрями реалізації Стратегії розвитку туризму і курортів в Україні:

- забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів;
- імплементація законодавства ЄС у сфері туризму;
- забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов залучення інвестицій у розбудову інфраструктури;
- удосконалення системи професійної підготовки фахівців з туризму;
- формування і просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму, рекреації, відпочинку, подорожей;

Мета реалізації Стратегії розвитку туризму і курортів в Україні:

- формування умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та за європейськими цінностями;
- перетворення туризму на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави, сприяє підвищенню якості життя

населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України та її окремих територій у світі в просторі міжнародного туризму.

Реалізація Стратегії здійснюється за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів та інших джерел не заборонених законодавством, обсяг фінансування визначається щороку з урахуванням конкретних завдань і реальних можливостей [60]. Це вказує на можливі поштовхи до покращення положення українського туризму на міжнародному рівні. Звичайно, війна внесла свої корективи у цю Стратегію і Україні знадобиться більше років для відновлення всієї інфраструктури, але ця стратегія обхватила більшу частину проблем, які потрібні вирішити. Є ще ряд проблем, які потрібно вирішити. Тіньова економіка, відсутність економічного стимулювання розвитку малих та великих підприємств в сфері туризму, корупція, що також дуже сильно будуть впливати на швидкість розвитку міжнародного туризму в Україні.

Інфраструктура та транспортна система в Україні також створюють проблеми для туристів, оскільки багато напрямків є важкодоступними, а варіанти для міжнародних та внутрішніх подорожей обмежені.

Український уряд та відповідні органи влади вже вжили заходів для вирішення цих проблем та популяризації країни, як туристичного напрямку.

Розвиток інфраструктури: Україна вже працює над покращенням своєї туристичної інфраструктури, включаючи розвиток нових готелів і курортів, а також модернізацію існуючих транспортних мереж. Уряд також запустив ряд ініціатив для заохочення інвестицій у туристичний сектор, включаючи податкові пільги для нових підприємств та інвестиції в просування туризму.

Просування культурної спадщини: Україна має багату культурну спадщину, включаючи стародавні руїни, середньовічні замки та історичні міста. Уряд працює над популяризацією культурної спадщини країни, як основного об'єкта туризму, покращуючи доступ до цих місць, розробляючи нові туристичні маршрути та просуваючи культурні події та фестивалі.

Розширення пригодницького туризму: Україна є рідним будинком для різноманітних видів відпочинку на природі, включаючи катання на лижах,

піші прогулянки та водні види спорту. Уряд країни працює над сприянням пригодницькому туризму, розробляючи нову інфраструктуру відпочинку на природі та забезпечуючи навчання та підтримку місцевих туроператорів.

Підвищення рівня безпеки: одним із основних викликів, з якими стикається індустрія туризму в Україні, є безпека, особливо в районах країни, які постраждали від конфлікту. Уряд працює над покращенням безпеки туристів, збільшуючи присутність поліції, покращуючи охорону кордону та посилюючи інфраструктуру розвідки та безпеки країни.

Заохочення іноземних інвестицій: український уряд працює над залученням іноземних інвестицій у туристичний сектор, пропонуючи податкові пільги та інші стимули для іноземних інвесторів. Це призвело до низки нових проектів, пов'язаних із туризмом, включаючи нові готелі, курорти та культурні пам'ятки, а також нові транспортні мережі.

Співпраця з сусідніми країнами: Україна працює над співробітництвом із сусідніми країнами для розвитку транскордонних туристичних ініціатив, включаючи спільні маркетингові кампанії, спільні транспортні мережі та скоординовані туристичні інформаційні служби. Це допоможе залучити туристів із сусідніх країн та сприятиме розвитку нових туристичних послуг

3.2. Перспективи розвитку міжнародного туризму у світі

Розвиток міжнародного туризму має важливе значення і впливає не тільки на показники країни, але й бере участь у стимулюванні розвитку багатьох галузей економіки: транспортної діяльності, зв'язку, торговельних відносин, будівництва інфраструктури, благоустрою рекреаційних зон, інших сфер. Модернізація сільського господарства, продуктивність споживання продукції населенням і туристичний потік – ці напрямки розвитку передбачають один із передових етапів перебудови економічної системи.

За даними UNWTO Азіатсько-Тихоокеанський регіон сьогодні отримує більшість нових прибуттів. За прогнозом, кількість міжнародних туристів

до Азіатсько-Тихоокеанського регіону збільшиться на 331 мільйони за два десятиліття, з 204 мільйонів у 2010 році до 535 мільйонів у 2030 році. Близький Схід і Африка – очікується більш ніж удвічі кількість прибуттів за цей період, відповідно з 61 до 149 мільйонів і з 50 до 134 мільйонів. Європа (з 475 млн. до 744 млн.) і Америка (з 150 млн. до 248 млн.) ростуть порівняно менше. Як наслідок, частки світового ринку Азії та Тихоокеанського регіону зростуть (до 30% у 2030 році порівняно з 22% у 2010 році), Близького Сходу (до 8% з 6%) та Африки (до 7 % з 5%), а також буде відбуватися подальше зниження частки Європи (до 41% з 51%) та Америки (до 14% з 16%), через більш повільне зростання Північної Америки, Північної Європи та Західної Європи. Південна Азія буде субрегіоном із найбільш швидким зростанням міжнародних прибуттів. Південна Азія буде субрегіоном із найшвидшим зростанням у відносному вираженні (+6,0% на рік), але з низької бази.

Західна та Центральна Африка (+5,9% на рік), Східна Африка (+5,8% на рік) і Центральна Америка (+5,2% на рік) також демонструють швидке зростання на порівняно помірній основі, тоді як Південно-Східна Азія (+5,1% на рік) і Північно-Східна Азія (+4,9% на рік) продовжують зростати дуже швидкими темпами, додаючи до значних базових обсягів. Прогнозується, що Південна Америка, Північна Африка та Близький Схід зростатимуть десь у середньому на 4,5% або трохи вище на рік. Натомість Північна Америка (+1,7% на рік) демонструватиме найповільніше зростання. Північно-Східна Азія стане найбільш відвідуваним субрегіоном у 2030 році.

В абсолютних цифрах Північно-Східна Азія є найшвидше зростаючим субрегіоном, додаючи майже 9 мільйонів прибуттів на рік. До 2030 року він стане субрегіоном, який прийме найбільше міжнародних прибуттів (293 млн.), перевершивши Південну й Середземноморську Європу (264 мільйони) і Західну Європу (222 мільйони). Південно-Східна Азія (187 мільйонів) стане четвертим найбільш відвідуваним субрегіоном, а за нею йдуть Центральна та Східна Європа (176 мільйонів), Близький Схід (149 мільйонів) і Північна Америка (138 мільйонів). Майбутні прибуття будуть більш рівномірно

розподілені між пунктами призначення. Різниця в темпах зростання між субрегіонами призведе до значного зсуву їх часток у загальному обсязі міжнародних туристичних прибуттів. Оскільки все більше і більше напрямків інвестують у розвиток туризму, традиційна концентрація міжнародних туристичних прибуттів у відносно не багатьох напрямках буде ще більше зменшуватися. Майже всі менш відвідувані субрегіони набирають частку за рахунок найбільш відвідуваних країн в останні два-три роки.

До 2030 р. Північно-Східна Азія стане найвідвідуванішим субрегіоном, на який припадатиме 16% від загальної кількості прибуттів (з 12% у 2010 році), поступившись Південній та Середземноморській Європі з часткою 18% у 2030 році. У 2010 році Західна та Центральна Африка були найменш відвідуваними субрегіонами з часткою 0,7%, але ця частка зросте до 1,2% у 2030 році, тоді як Океанія буде найменш відвідуваним субрегіоном у 2030 році з часткою 1,0%, у порівнянні з 1,2% у 2010 році, у 2030 році кількість міжнародних туристів досягне 1,8 мільярда. Це потрібно врахувати країнам.

За прогнозованих темпів зростання кількість міжнародних туристів у всьому світі перевищить у 2030 році – 1,8 мільярди прибуттів. Очікується, що в 2025 році туристичні напрямки, що розвиваються, перевищують напрямки розвиненої економіки за кількістю міжнародних прибуттів.

Очікується, що кількість міжнародних прибуттів у напрямки країн з економікою, що розвивається, продовжуватиме зростати вдвічі швидше (+4,4% на рік), ніж у країнах з розвиненою економікою (+2,2% на рік). В абсолютному вираженні країни з економікою, що розвивається, додадуть у середньому 30 мільйонів прибуттів на рік, порівняно з 14 мільйонами в країнах з розвинутою економікою. В цілому, з 2025 р. країни з економікою, що розвивається, будуть отримувати більше міжнародних туристичних прибуттів, ніж країни з розвиненою економікою, і до 2030 року перевищать 1 мільярд прибуттів. У 1980 р. 70% міжнародних прибуттів було зареєстровано в традиційних напрямках розвинених, індустріалізованих і диверсифікованих економік Північної Америки, Європи, Азії та країн Тихого океану [25].

За часткового спаду попиту на туристичні продукти індустрія туризму перевищує 10% обсягу світової міжнародної економіки у сфері послуг. Після обсягів міжнародної торгівлі нафтою та автомобілями індустрія туризму у реалізації потенціалу міжнародного співробітництва посідає третє місце. Тобто, очікується, що до 2026 року щорічні темпи сукупного зростання бізнесу в міжнародному туризмі складуть від 4,1% до 5,3%. Одночасно з цим, сукупна вартість подорожей складе від 1560 до 1642 млн. дол. (див. рис. 3.3).

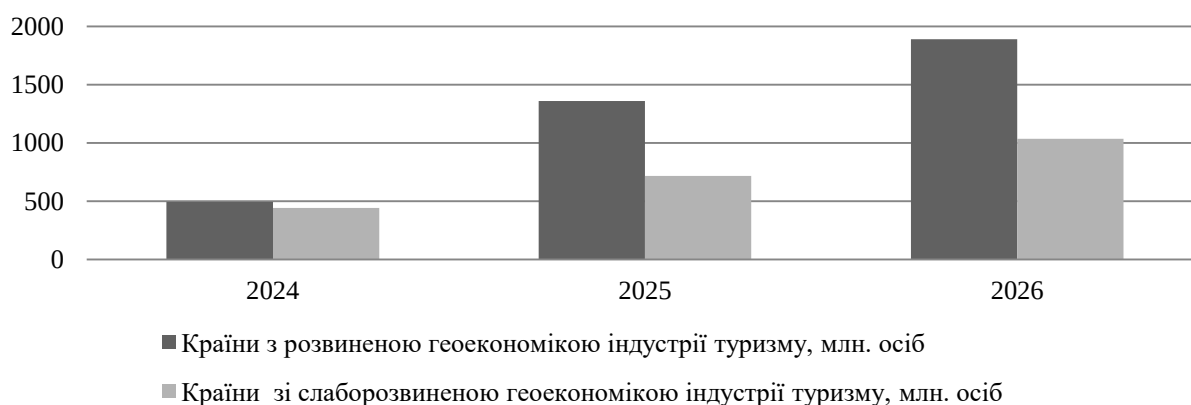


Рис. 3.3. Потенціал міжнародного співробітництва макро-регіональних систем з розвинуеною та слабкорозвинуеною економікою індустрії туризму у 2024–2026 рр., млн. осіб

Побудовано автором на основі даних [24; 25; 37]

За прогнозом, у 2024–2026 роках середній щорічний темп змін індексу міжнародного співробітництва в макро-регіональній системі Африки складе 3,3%, Північної та Південної Америки – 4,52%, Азійсько-Тихоокеанському регіоні – 5%, Європі – 7,12%, Близького Сходу – 7,82% (див. рис. 3.4).

Більша відкритість країн світу означає більшу кількість відвідувачів. Перспективи розвитку, хоч і неоднозначні, але є. Коли Україна приєднається до Європейського Союзу, то для країни відкриється величезний доступ до інвестицій. Це покращить якість життя в Україні, дасть людям можливість більше заробляти і більше витратити на свої особисті потреби (туризм).

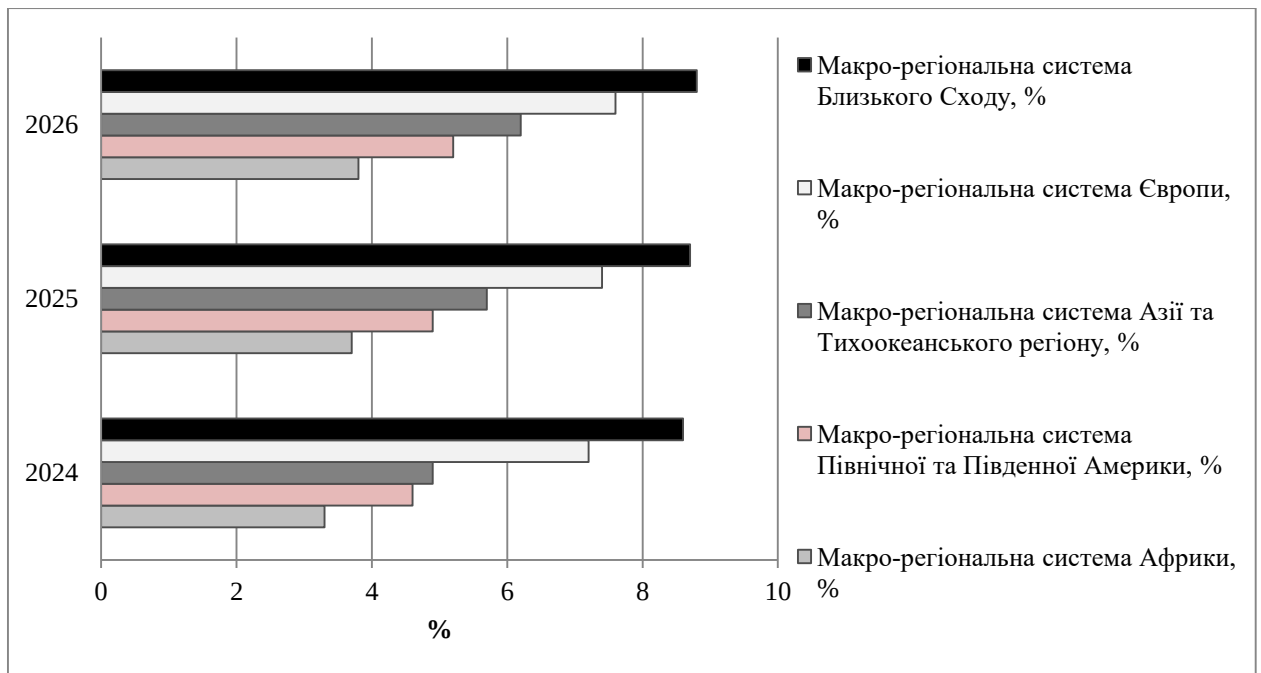


Рис. 3.4 – Динаміка міжнародного співробітництва макро-регіональних систем з розвиненою економікою індустрії туризму у 2024–2026 рр., %

Побудовано автором на основі даних [24; 25; 37]

Туризм у Європі збільшиться в рази, як і туризм в Україні, бо ставши частиною Європейського Союзу Україна, звісно, отримає офіційний статус Європейської держави. Наступні 10 років принесуть більше змін, ніж попередні 100 і міжнародний туризм починає свій розвиток з майже нуля на руїнах постковідного світу. Безсумнівно, способи подорожей можуть змінитися кардинально. Віртуальна реальність дозволить нам бувати в інших країнах не виходячи із дому. Але, людина це соціальна тварина, тому ніщо не зможе замінити соціальний досвід подорожей. Питання як, чому, коли і куди ми подорожуємо, повністю зміниться протягом наступного десятиліття на основі трьох принципів майбутнього: цілісного, циклічного (сталого) та гуманного. Незважаючи на те, що пандемія COVID-19 сильно вдарила по туризму і буде мати ще продовження, туристичні технології вже привернули велику увагу венчурного капіталу і інших інвесторів, демонструючи постійну впевненість у технологіях, підприємництві, стартапах для сталого розвитку.

Звичайно, велика частка майбутнього міжнародного туризму лежить у інтернет-просторі. Стартапи задають тренди розвитку туризму та створюють нові покупці спроможності для людей, відкривають нові продажні ланцюжки та точки дотику між споживачем та бізнесом, між послугою, також додаючи більш персоналізований дотик в систему розповсюдження та продажі товарів та послуг. Особливо після пандемії можна було побачити наскільки мобільні продукти змінили спосіб ведення бізнесу в усіх куточках світу.

Очікується, що майбутнє міжнародного туризму має бути сформовано технологіями, стійкістю і продовженням відновлення після глобальної кризи.

Технології. Технології відіграватимуть важливу роль у майбутньому міжнародного туризму, роблячи подорожі зручними та персоналізованими. Технологія запропонує мандрівникам нові й інноваційні способи планування, бронювання, досвіду поїздок, починаючи від віртуальної та доповненої реальності та закінчуючи помічниками подорожей на основі штучного інтелекту. Крім того, очікується, що прогрес у біометричних технологіях оптимізує безпеку аеропорту, роблячи подорожі швидшими та легшими.

Екологічність. Екологічність буде більш важливою для мандрівників та для індустрії туризму. Мандрівники стають більш екологічно свідомими та шукають напрямки та види діяльності, які відповідають їхнім цінностям. У результаті індустрії туризму потрібно буде адаптуватися, пропонуючи більш екологічні варіанти подорожей, скорочуючи відходи та викиди вуглецю, а також сприяючи відповідальній міжнародній туристичній практиці.

Відновлення від пандемії. Глобальна пандемія серйозно вплинула на туристичну індустрію, але очікується, що вона відновиться в найближчі роки. Зі збільшенням рівня вакцинації та послабленням обмежень на подорожі мандрівники почнуть почуватися більш впевнено. Проте, очікується, що індустрія поступово відновлюватиметься, і мандрівники віддадуть перевагу внутрішнім і регіональним напрямкам, перш ніж вирушати за межі регіонів.

Віддалена робота. Через пандемію віддалена робота стала реальністю для багатьох людей, і очікується, що тенденція продовжиться. Як наслідок,

мандрівники можуть продовжити своє перебування в місцях призначення або подорожувати частіше з метою роботи. Ймовірно, це підштовхне попит на місця з потужним підключенням до Інтернету та зручні робочі місця, такі як коворкінги та квартири з обслуговуванням відповідної якості.

Експериментальні подорожі. Очікується, що емпіричні подорожі або подорожі, які акцентують увагу на автентичному та культурному досвіді, будуть продовжувати зростати. Мандрівники прагнуть зануритися в місцеву культуру та традиції, а також шукають унікальні та інноваційні місця [62].

Здоров'я та благополуччя. Пандемія привернула увагу до здоров'я та благополуччя, і очікується, що тенденція збережеться. Мандрівники шукають напрямки і види діяльності, які сприяють фізичному та психічному здоров'ю, наприклад заняття йогою, оздоровчі спа та екстремальні види спорту.

Міжнародний туризм готується до значного зростання в найближчі роки, оскільки світ продовжує оговтуватися від пандемії та йде поступове послаблення обмежень на подорожі. Очікується, що наступні фактори відіграватимуть ключову роль у розвитку міжнародного туризму.

Пом'якшення обмежень на поїздки. Очікується, що обмеження на поїздки будуть пом'якшені, оскільки рівень вакцинації зростає та пандемія підпадає під контроль, що дозволить збільшити кількість міжнародних поїздок. Це збільшить попит на далекі напрямки, особливо у мандрівників, які не мали змоги подорожувати протягом тривалого періоду часу.

Збільшення авіасполучення. Очікується, що авіакомпанії збільшать пропускну спроможність і кількість рейсів у відповідь на зростаючий попит на міжнародні подорожі. Це зробить подорожі легшими та доступнішими для мандрівників, а також, це сприятиме зростанню міжнародного туризму [63].

Зростання на ринках, що розвиваються. Очікується, що на ринках, що розвиваються, таких як Азія та Африка, у найближчі роки спостерігатиметься значне зростання міжнародного туризму. Це пов'язано із зростаючим там середнім класом і збільшенням наявного доходу, що зробить міжнародні подорожі доступнішими. Крім того, зазначені ринки пропонують унікальні та

екзотичні напрямки, які недоступні в інших частинах світу, що робить їх дуже привабливими для міжнародних мандрівників та молодих туристів.

Потрібно зосередитись на сталому розвитку. Сталий розвиток стає все більш важливим фактором як для мандрівників, так і для індустрії туризму. Міжнародні напрямки повинні будуть зосередитися на зменшенні свого вуглецевого сліду, просуванні практики відповідального туризму та захисті місцевого довкілля. Це зробить їх більш привабливими для екологічно свідомих мандрівників і сприятиме зростанню міжнародного туризму.

Технологічні подорожі. Технології й надалі відіграватимуть важливу роль у розвитку міжнародного туризму. Технологія запропонує мандрівникам інноваційні способи планування бронювання та досвіду поїздок, починаючи від досвіду віртуальної та доповненої реальності й закінчуючи помічниками подорожей на базі штучного інтелекту. Крім того, прогрес у біометричних технологіях оптимізує безпеку в аеропорту, роблячи міжнародні подорожі швидшими та легшими. Зростання емпіричних подорожей. Очікується, що емпіричні подорожі або подорожі з автентичним та культурним досвідом будуть популярними. Мандрівники прагнуть зануритися в місцеву культуру і традиції. Очікується, що ця тенденція сприятиме зростанню міжнародного туризму, особливо на нових ринках, де багато унікальних й екзотичних місць.

Збільшення оздоровчого та оздоровчого туризму. Пандемія привернула увагу до здоров'я та оздоровлення, і очікується, що тенденція збережеться. Мандрівники шукають напрямки та види діяльності, які сприяють фізичному і психічному благополуччю: це сприятиме зростанню міжнародного туризму, оскільки мандрівники шукатимуть ці напрямки та досвід по всьому світу.

Міжнародний туризм, незважаючи на численні переваги, зіткнеться з численними проблемами у 2024–2025 роках. Нижче наведено їх перелік.

Виклики, пов'язані з пандемією. Пандемія COVID-19 і нові її штами продовжує впливати на міжнародні подорожі та туризм, у багатьох країнах ще досі діють обмеження на подорожі та карантинні заходи. Невизначеність і непередбачуваність пандемії змушує мандрівників переглядати свої плани, і

багато хто вирішує відкласти або скасувати свої поїздки. Крім того, пандемія спричинила значне падіння попиту на міжнародні подорожі, і галузь все ще оговтується від спричиненого цим економічного впливу.

Погіршення навколишнього середовища. Популярні туристичні країни та напрямки стикаються з проблемами, пов'язаними з перенаселеністю, що призводить до погіршення стану середовища та навантаження на місцеві ресурси. Такі напрямки, як Венеція, Барселона та Галапагоські острови, стикаються з проблемами, пов'язаними з перенасиченістю, що створює тиск на місцеве середовище та негативно впливає на місцеву громаду.

Проблеми сталого розвитку. Індустрія міжнародного туризму є базовим джерелом викидів парникових газів, і подорожі є значним внеском у цей вплив. Багато напрямків шукають способи зменшити свій вуглецевий слід і сприяти більш екологічним туристичним практикам. Однак це легше сказати, ніж зробити, оскільки це вимагає значних інвестицій і узгоджених зусиль усіх зацікавлених сторін, включаючи уряди, підприємства та мандрівників [64].

Проблеми з інфраструктурою та доступністю. Багато туристичних місць стикаються з проблемами, які пов'язані з інфраструктурою, а також їх доступністю. Наприклад, такі напрямки, як Балі, Таїланд та Канкун, стикаються з проблемами, пов'язаними з перенаселеністю, що спричиняє затори на дорогах, забруднення та погіршення місцевого середовища. Крім того, багато сільських напрямків стикаються з проблемами, пов'язаними з відсутністю інфраструктури, що ускладнює доступ до них мандрівникам і ускладнює отримання прибутку від туризму для місцевої економіки.

Культурне присвоєння й нечутливі туристичні практики. Міжнародний туризм стикається з проблемами, пов'язаними з культурним присвоєнням та нечутливими туристичними практиками. Наприклад, у багатьох популярних напрямках спостерігається зростання «туризму з нетрів», де мандрівники відвідують бідні та маргіналізовані громади, щоб розважитися. Цей тип туризму є експлуататорським і нечутливим, адже він завдає шкоди місцевій громаді та руйнує культурну спадщину певної території або регіону [65].

Проблеми з ціною та доступністю. Незважаючи на зростання попиту на міжнародні подорожі, вартість поїздки все ще є основною перешкодою для багатьох мандрівників. Авіаквитки, проживання та інші дорожні витрати стають дедалі дорожчими, що ускладнює для мандрівників планування бюджету на поїздки. Крім того, слабка економіка в багатьох країнах змушує мандрівників переглядати свої плани подорожей, оскільки вони не можуть дозволити собі подорожувати так часто або так далеко, як вони хотіли б.

Політична нестабільність і проблеми безпеки. Політична нестабільність і проблеми безпеки також впливають на зростання міжнародного туризму. Наприклад, такі країни, як Україна, Єгипет, Туреччина, Ізраїль, Венесуела, стикаються з проблемами, пов'язаними з політичною нестабільністю, що змушує мандрівників переглядати плани подорожей. Крім того, мандрівники стурбовані безпекою, особливо у фокусі війни, терактів та стихійних лих.

Висновки до розділу 3.

Структуровано сучасні проблеми та повоєнні перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні. Міжнародний туризм має позитивний вплив на економіку України, створюючи робочі місця в туристичному секторі: у готелях, ресторанах, транспортних послугах. Галузь туризму мотивує місцеву економіку, отримуючи дохід за рахунок податків і зборів, підтримуючи місцевий бізнес, наприклад магазини, місцевих екскурсоводів і ресторани.

Сформовано перспективи розвитку міжнародного туризму у світі. Індустрія туризму перевищує 10% обсягу світової міжнародної економіки у сфері послуг. Очікується, що до 2026 р. щорічні темпи сукупного зростання бізнесу в міжнародному туризмі складуть від 4,1% до 5,3%. Одночасно з цим, сукупна вартість подорожей складе від 1560 до 1642 млн. дол. США.

За прогнозом у 2024–2026 роках середній щорічний темп змін індексу міжнародного співробітництва в макро-регіональній системі Африки складе 3,3%, Північної та Південної Америки – 4,52%, Азійсько-Тихоокеанському регіоні – 5%, Європі – 7,12%, країнах Близького Сходу складе 7,82%.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження автором досягнуто основну мету кваліфікаційної (дипломної) роботи, яка полягає у визначенні сучасних проблем та перспектив розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні.

Розкрито теоретичні аспекти міжнародного туризму: еволюція, етапи розвитку, види та форми. Туризм – це одна з небагатьох речей, яка постійно дає економічний поштовх країні. Туризм має багато видів та форм залежно від мети відвідування та альтернативних форм. За ознакою переміщення людей туризм поділяють на два види: міжнародний і внутрішній туризм. У свою чергу, міжнародний поділено на в'їзний та виїзний.

Досліджено еволюцію та розвиток міжнародного туризму, що склало розуміння того, як саме розвивалась міжнародна система туризму, які явища більше всього вплинули на його розвиток, як змінювалися споживчі переваги туристів з плином часу. Історична перспектива показала початок зародження міжнародного туризму, який припадає на період міжнародної експансії та відкриття нових територій, а згодом становлення єдиної релігії у Європі.

Аналіз історичних чинників дозволив виокремити основні види, форми міжнародного туризму. В основному, поділ іде за внутрішнім і зовнішнім туризмом, але саме з часом туризм набув інших проявів, особливо в останнє десятиріччя, коли з'явилися такі форми, як зелений, спортивний тощо.

Встановлено, що в різних економіках світу внутрішні та зовнішні чинники впливають на спосіб та рівень ведення туристичної діяльності. Деякі країни дуже сильно спираються на туризм, і пандемія COVID-19 дуже сильно вдарила по економічному рівню та багатству таких країн. За результатами поділу на регіони та континенти можливо простежити рівень і основні показники залежності економік таких регіонів від міжнародного туризму.

Надано сучасну характеристику особливостей розвитку міжнародного туризму в різних країнах. Туризм змінився і зараз люди хочуть більше, ніж хотіли раніше. Заможні люди витрачають більше грошей на враження, ніж на

речі. Це називається економікою досвіду, і існує ідея, що спогади про туристичні цінності порівнюються з деякими фізичними ресурсами. Потік світових туристів зростає щодня. Кожна країна намагається зробити свій туризм більш розвиненим і успішним. На сьогоднішній день, особливо після пандемії коронавірусу COVID-19, все більш популярний стає індивідуальний короткостроковий самоорганізований туризм. Констатовано, що з 2021 року в країнах та регіонах світу відбувається відновлення міжнародного туризму.

Досліджено внесок міжнародного туризму у світову економіку. Загалом, внесок туризму у світовий ВВП у 2021 році склав 5,81 трильйона доларів США, що означає збільшення приблизно на один трильйон доларів США порівняно з 2020 р. І хоча показники все ще знаходяться значно нижче за показники 2019 допандемічного року, можна побачити, як галузь туризму відновлюється від закриття кордонів та тотальної ізоляції. Слід звернути увагу, що 2020 р. почався з того, що було чотири широкі категорії обмежень переміщень. Із загальної статистики: 217 напрямків, 97 країн (або 45%) повністю або частково закрили кордони; 65 країн і територій (або 30%) призупинили польоти повністю або частково; 39 країни (або 18%) примусово закрили кордони, 16 країн і територій (решта – 7%), запровадили інші заходи, такі як вимога до відвідувачів на карантинні обмеження та вакцинацію.

Результати бізнесу зросли завдяки сильному відкладеному попиту, підвищенню рівня довіри та зняттю обмежень у дедалі більшій кількості країн. Підкреслюючи швидкість, з якою сектор оговтався після найгіршої кризи в своїй історії, останній Всесвітній туристичний барометр від ЮНВТО показує, що кількість прибуттів у січні 2022 року була на 64% нижче рівня 2019 року, а до вересня досягла –27%. За оцінками, лише в третьому кварталі 2022 р. зафіксовано 340 мільйонів міжнародних прибуттів, що становить біля 50% від загальної кількості за дев'ять місяців – спостерігається відновлення.

Проведено аналіз тенденцій, динаміки розвитку міжнародного туризму. Очікується, що внесок подорожей і туризму в світову економіку зростатиме в середньому на 5,8% за рік, що більш ніж вдвічі перевищує середній річний

темپ зростання в 2,7%, оцінений для світової економіки. Прогнозується, що сектор створить 126 мільйонів додаткових робочих місць у 2024–2033 роках.

Структуровано сучасні проблеми та повоєнні перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні. Міжнародний туризм має позитивний вплив на економіку України, створюючи робочі місця в туристичному секторі: у готелях, ресторанах, транспортних послугах. Галузь туризму мотивує місцеву економіку, отримуючи дохід за рахунок податків і зборів, підтримуючи місцевий бізнес, наприклад магазини, місцевих екскурсіводів і ресторани.

Сформовано перспективи розвитку міжнародного туризму у світі. Індустрія туризму перевищує 10% обсягу світової міжнародної економіки у сфері послуг. Очікується, що до 2026 р. щорічні темпи сукупного зростання бізнесу в міжнародному туризмі складуть від 4,1% до 5,3%. Одночасно з цим, сукупна вартість подорожей складе від 1560 до 1642 млн. дол. США.

За прогнозом у 2024–2026 роках середній щорічний темп змін індексу міжнародного співробітництва в макро-регіональній системі Африки складе 3,3%, Північної та Південної Америки – 4,52%, Азійсько-Тихоокеанському регіоні – 5%, Європі – 7,12%, країнах Близького Сходу складе 7,82%.

До 2030 р. Північно-Східна Азія стане найвідвідуванішим субрегіоном, на який припадатиме 16% від загальної кількості прибуттів (з 12% у 2010 році), поступившись Південній та Середземноморській Європі з часткою 18% у 2030 році. У 2010 році Західна та Центральна Африка були найменш відвідуваними субрегіонами з часткою 0,7%, але ця частка зросте до 1,2% у 2030 році, тоді як Океанія буде найменш відвідуваним субрегіоном у 2030 році з часткою 1,0%, у порівнянні з 1,2% у 2010 році, у 2030 році кількість міжнародних туристів досягне 1,8 мільярда. Це потрібно врахувати країнам.

За прогнозованих темпів зростання кількість міжнародних туристів у всьому світі перевищить у 2030 році – 1,8 мільярди прибуттів. Очікується, що в 2025 році туристичні напрямки, що розвиваються, перевищують напрямки розвиненої економіки за кількістю міжнародних прибуттів.

Міжнародний туризм є каталізатором економічного зростання України.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Маркетинг в туризмі : Навчальний посібник. / С. Цвілій, Т. Кукліна, В. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.
2. Цвілій С. М., Жилко О. М., Зайцева В. М. Відновлення туристичної екосистеми в післявоєнному періоді. *Відновлення природно-ресурсного потенціалу та стійкості екосистем : колективна монографія* ; [підрозділ 5.3] за заг. ред. Т. О. Чайки. Полтава : ПП «Астроя», 2023. 308 с. С. 292–299.
3. Цвілій С.М., Корнієнко О.М. Посткоронавірусне відновлення бізнес-активності мікропідприємств сфери гостинності регіону. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Том 32(71). Київ : Гельветика, 2021. № 3. С. 73-78.
4. Цвілій С.М., Корнієнко О.М. Посткоронавірусна маркетингова політика утримання лояльних споживачів готельно-ресторанного продукту. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 36. наук. праць. Випуск 42/2021. Херсон : ХДУ, 2021. № 42. С. 50-55.
5. Vindyk A., Tsviliy S., Gurova D. Current state of professional training of competent specialists in the field of hospitality, taking into account the factor of action COVID-19. *Vzdelávanie a spoločnosť VI : Collection of Scientific Papers*. IOSR-JBM. University of Presov. Slovakia. June, 2021. 451 p. Pp. 163–184.
6. Кукліна Т.С., Цвілій С.М., Жилко О.В. Особливості формування харчових традицій українського народу з радянських часів. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі* : науковий журнал. Вип. 4/2022. Львів : Вид-во Львівського торгов.-економ. ун-ту; Одеса : ВД «Гельветика», 2022. 44 с. С. 14-20.
7. Трусова Н., Цвілій С. Стійкий безпечний інноваційний розвиток у вітчизняній територіальній туристичній дестинації. *Інтелект XXI. Науковий економічний журнал*. Київ : НУХТ; Одеса: Гельветика. №2/2023. С. 42–50.
8. Цвілій С.М., Кукліна Т.С., Жилко О.В. Організаційні компоненти в управлінні бізнесом вітчизняного туристичного підприємства. *Економіка та*

суспільство. 2022. № 36. URL:
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1168>.

9. Кукліна Т.С., Цвілий С.М., Журавльова С.М. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії. *Підприємництво та інновації. Науковий журнал*. Київ : ПВНЗ «Міжнародний університет фінансів» ; Одеса : ВД «Гельветика», 2022. Вип. 23. С. 12–15.

10. Цвілий С.М., Жилко О.В., Зайцева В.М. Використання цифрових технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Науковий журнал. Серія «Економіка і менеджмент»*. Суми: СНАУ; Одеса: Гельветика. В.3(95), 2023. 58. С. 21-25.

11. Travelling for pleasure: a brief history of tourism. *Europeana*. URL: <https://www.europeana.eu/en/blog/travelling-for-pleasure-a-brief-history-of-tourism> (дата звернення : 12.02.2024).

12. History of the belgian railways. *Trainworld*, URL: <https://www.trainworld.be/en/collections/history-of-the-belgian-railways/1-the-early-days-18-30-1835> (дата звернення : 12.02.2024).

13. Ueli Gyr. The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity. URL: <https://d-nb.info/1020543884/34> (дата звернення : 12.10.2024).

14. Walter Freyer. Tourismus-Marketing. 1990. P4-PG24/28

15. Мальська М., Паньків Н., Ховалко А.. Історія розвитку туризму. Київ: Пітриот, 2018. С. 50–51.

16. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія Туризму В Україні. Київ : Вища школа, 2002. 195 с.

17. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. Чернівці: Книги – XXI, 2003. 300 с.

18. Cornelia Tureac. Types and Forms of Tourism. URL: <https://journals.univ-danubius.ro/index.php/oconomica/article/viewFile/60/56> (дата звернення : 28.03.2024).

19. Офіційний сайт світової організації торгівлі, URL: <https://www.wto.org> (дата звернення : 13.04.2024).

20. Michael Hartmann. 4 new types of tourism. *Hospitalityinsights*, URL : <https://hospitalityinsights.ehl.edu/newtypestourism> (дата звернення : 14.03.2024)
21. Презентація ЮНТВО, воркшоп від 17/20 червня 2006 року. URL : <https://www.unwto.org/ru/node/102> (дата звернення : 20.04.2024).
22. Ion-Danut Juganaru, Mariana Juganaru, Andreea Anghel. Sustainable Tourism Types. *Eurostatastic*. 2022. P. 798–802 с.
23. Triarchi E. Karamanis K. The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background. *Business & Entrepreneurship Journal*. Vol. 6. n. 1. 2017.
24. Economic impact report. WTTC, URL: <https://wttc.org/research/economic-impact> (дата звернення : 17.04.2024).
25. Travel and tourism econimic impact. WTTC. URL : <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/EIR2022Trends.pdf> (дата звернення : 17.04.2024).
26. Szivas E., Riley M. Tourism employment during economic transition. *Ann Tourism Res*. 1999. №26(4). P.747–771.
27. Резолюція щодо глобального заклику до дії для орієнтованого на людину відновлення після кризи COVID-19 та захист трудящих-мігрантів під час пандемії COVID-19: рекомендації для політиків і учасників, аналітична записка, 2020 р. URL: https://law.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Pravovi_Vykl_Mat_Conf_Vypr.pdf (дата звернення : 28.03.2024).
28. МОП: COVID -19 і світ праці. Сьоме видання. №14. 2023.
29. ILO Monitor: COVID-19 and the World of Work. Eighth Edition, 2021.
30. OECD. International Migration Outlook. 2021.
31. Статистика польотів від сервісу відстеження польотів. URL: <https://www.flightradar24.com/data/statistics> (дата звернення : 03.04.2024).
32. Національне бюро статистики Канади. Звіт. Індикатори національного туризму, звіт за 2018 рік. URL: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/190328/dq190328a-eng.htm> (дата звернення : 28.03.2024).
33. Контрибуція туризму в загальний рівень ВВП URL : <https://www.statista.com/statistics/422482/contribution-of-travel-and-tourism-to-gdp-canada/> (дата звернення: 01.05.2024).

34. Dillan Theckedath. Canada's Tourism Economy URL : https://lop.parl.ca/sites/PublicWebsite/default/en_CA/ResearchPublications/202133E (дата звернення : 28.04.2024).
35. Destination Canada. Global Tourism Watch 2016. Canada. Summary Report. P. 2–4.
36. OECD Tourism Trends and Policies. 2018. P.137–141.
37. Matt Turner. Tourism to Contribute \$2.6 Billion to U.S. GDP Over Next Decade: WTTC. URL : <https://www.travelagentcentral.com/continental-united-states/tourism-contribute-26-billion-us-gdp-over-next-decade-wttc> (дата звернення : 17.03.2024).
38. Sarah Osborne U.S. Travel and Tourism Satellite Account for 1999–2022. URL: <https://apps.bea.gov/scb/issues/2022/02-february/0222-travel-tourism-satellite-account.htm> (дата звернення : 08.02.2024).
39. Офіційний веб-сайт Адміністрації міжнародної торгівлі США, Statictics and Research Programms- URL: <https://www.trade.gov/travel-tourism-industry> (дата звернення : 08.02.2024)
40. Звіт уряду США - валовий внутрішній продукт, четвертий квартал і 2021 рік. URL: <https://www.bea.gov/news/2022/gross-domestic-product-fourth-quarter-and-year-2021-advance-estimate> (дата звернення : 08.04.2024).
41. Глобальна служба відстеження польотів. URL: <https://www.flightradar24.com> (дата звернення : 08.04.2024).
42. Ерік Бургенйо Салас. Світовий повітряний рух - кількість рейсів 2004–2022 рр. (29 жовтня 2022 р.). URL: <https://www.statista.com/statistics/564769/airline-industry-number-of-flights/> (дата звернення : 10.02.2024).
43. Jack Kelly. Workers - United Airlines Announced Another 14,000 Jobs May Be Lost. URL: <https://www.forbes.com/sites/jackkelly/2021/02/01/airlines-lost-over-40000-workers-united-airlines-announced-another-14000-jobs-may-be-lost/?sh=1d3d77e524b3> (дата звернення : 10.04.2024).
44. Звіт Міжнародної організації польотів URL: <https://www.iata.org/en/pressroom/pr/2020-04-14-01/> (дата звернення : 10.01.2024).

45. Alexander W. Bartik, Marianne Bertrand, Zoe Cullen. The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations. URL: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2006991117> (дата звернення : 10.02.2024).

46. Барометр УНВТО. URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> (дата звернення : 18.03.2024).

47. Подорожі та туризм: працевлаштування по всьому світу 2019–2021. Опубліковано дослідницьким відділом Statista. 29 червня 2022 р. URL: <https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs-worldwide/> (дата звернення : 18.03.2024).

48. Офіційний сайт світової організації польотів. URL: <https://www.iata.org> (дата звернення : 18.03.2024).

49. Статистика по світовому, регіональному та локальному туризму від всесвітньої організації туризму. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (дата звернення: 10.03.2024).

50. Towards a New Political Economy of Global Tourism Revisited. RV *Bianchi*. URL: <https://www.routledge.com/Towards-a-New-Concept-of-the-Political-A-Defence-of-Universalism-and-Difference/Marramao/p/book/9781032612478> (дата звернення: 10.03.2024).

51. UNWTO. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/CE116_03_a_Current_trends_and_prospects_tourism_En.pdf?VersionId=Ush6bPKiW_feMBDTJoLKNs3WLi7G24B (дата звернення : 18.02.2024).

52. COVID-19 recovery in hardest-hit sectors could take more than 5 years .*McKinsey*. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/coronavirus-leading-through-the-crisis/charting-the-path-to-the-next-normal/covid-19-recovery-in-hardest-hit-sectors-could-take-more-than-5-years> (Дата звернення : 10.04.2024).

53. UN: Global tourism won't return to pre-pandemic levels until 2024 ”.

54. TRTWorld. URL <https://www.trtworld.com/life/un-global-tourism-won-t-return-to-pre-pandemic-levels-until-2024-53800> (Дата звернення : 12.04.2024).

55. Статистика європейської льотної організації. URL: <https://www.eurocontrol.int> (дата звернення : 01.02.2024).

56. База даних Traveler Demands & Flows від GlobalData. URL: <https://www.globaldata.com/marketplace/request-free-trial/traveler-demands-and-flows> (дата звернення : 12.01.2024).

57. База даних про подорожі та туризм. URL: <https://www.globaldata.com/marketplace/travel-and-tourism/travel-statistics/>

58. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення : 13.04.2024).

59. Національна туристична організації України. URL: https://www.ntoukraine.org/investmentwhytourism_ua.html (дата звернення : 13.03.2024).

60. Driving the Tourism Recovery in Ukraine. *Amazonaws*. URL: https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf (Дата звернення: 13.01.2023).

61. В 2018 році Україну стали більше відвідувати туристи західної Європи, США, Китаю. Мінекономрозвитку. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=18231e82-e452-4f08-96b7-a4107556f4f4&title=Minekonomrozvitku-V2018-RotsiUkrainuStaliBilsheVidviduvatiTuristiZ akhidnoivropi-Ssha-Kitaiu> (дата звернення: 30.04.2024)

62. Tourism towards 2030 global overview. *Globalwellnesssummit*. URL: https://www.globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/2011_UNWTO_Tourism_Towards_2030.pdf (дата звернення : 13.03.2024)

63. The Rise Of Experiential Travel And The Quest For Authenticity. By Raavya Bhattacharyya. URL: <https://travel.earth/the-rise-of-experiential-travel/> (дата звернення: 30.03.2024)

64. What the airline and airport CEOs say about airfares in 2023. By Jenny Wiggins and Lucas Baird. URL: <https://www.afr.com/life-and-luxury/travel/what-the-airline-and-airport-ceos-say-about-airfares-in-2023-20221227-p5c8xx> (дата звернення: 30.03.2024)

65. Global tourism, climate change and energy sustainability: assessing carbon reduction mitigating measures from the aviation industry. Walter Leal Filho, Artie W. Ng, Ayyoob Sharifi, Jitka Janová, Pınar Gökçin Özuyar, Chinmai

Hemani, Graeme Heyes, Dennis Njau & Izabela Rampasso. *Sustainability Science*. 2022.

66. Ko Koens, Fabien Frenzel, Malte Steinbrink. Keep on slumming? *Global tourism*. 2023. Vol. 15. P. 233-237.

67. Цвілий С.М., Зайцева В.М., Сокол К.М. Повоєнний розвиток підприємств індустрії туризму на основі впровадження інформаційних технологій. *Українські студії в європейському контексті* : зб. наук праць : ГО «Інноваційні обрії України». м. Київ, 2023. Випуск 7. С. 381–388.

68. Цвілий С.М. Методологічний підхід до оцінювання інноваційних стимулів постконфліктному відновленні індустрії туризму. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. № 3(86). Одеса: ВД «Гельветика», 2023. С. 189-197.

69. Цвілий С.М. Прогнозування показників інноваційності індустрії туризму у періоді постконфліктного відновлення. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. № 2 (31). 2023. Харків: ХНАДУ, 2023. 192 с.

70. Цвілий С.М. Методичний підхід до комплексної оцінки розвитку інвестиційного потенціалу індустрії туризму. *Інтелект XXI. Науковий економічний журнал*. Київ : Національний університет харчових технологій; Одеса ВД «Гельветика». №4/2023. С. 53–64.

71. Tsviliy S., Gurova D., Zhuravlova S., Kuklina T. Creation of a legal hub by micro-enterprises in the field of tourism. *Fundamental and applied research in the modern world* : Abstracts of the 6th International scientific and practical conference. BoScience Publisher, January 20-22, 2021. Boston. 2021. Pp. 255-263.

72. Діброва О. Д. Сучасний стан та перспективи розвитку міжнародного туризму. *Тиждень науки – 2024* : матер. наук.-пр. конф. викл., наук., мол. уч., асп., студ. НУ «Запорізька політехніка», 15 – 19 квітня 2024 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024.