

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Розвиток міжнародного туризму в Україні»

(на матеріалах Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, м. Київ)

Студента 2 курсу, 1м групи,
спеціальності 051 «Економіка»
спеціалізації «Міжнародна
економіка»

Гультая Івана
Івановича

підпис

Науковий керівник
к.е.н., доцент кафедри
світової економіки

Гринюк Наталя
Андріївна

підпис

Гарант освітньої
к.е.н., професор кафедри
світової економіки

Кудирко Людмила
Петрівна

підпис

Київ 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	7
1.1. Оцінка міжнародної економічної діяльності країн на світовому ринку міжнародного туризму	7
1.2. 1.2. Аналіз розвитку міжнародного туризму в Україні	14
Висновки до розділу 1	22
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	24
2.1. Оцінка факторів впливу на розвиток рекреаційного комплексу міжнародного туризму в Україні	24
2.2. Дослідження структури міжнародного туризму в Україні та його вплив на економіку	34
Висновки до розділу 2	43
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	44
3.1. Напрями посилення позицій туристичних продуктів та послуг України на світовому ринку туризму	44
3.2. Прогнозна оцінка наслідків запровадження запропонованих заходів розвитку міжнародного туризму в Україні.....	52
Висновки до розділу 3	60
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	69

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток сфери туризму є на сьогодні однією з головних задач для багатьох країн. Сучасна туристична індустрія у світовій господарській системі посідає провідні позиції: на неї припадає близько 10% від виробленого у світі ВВП, близько 30% світової торгівлі послугами, 7% загального обсягу світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат.

Україна, яка розташована в центрі Європи на перехресті транспортних шляхів, і яка має для поступального розвитку своєї туристичної сфери сприятливі природно-кліматичні умови, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси, значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку міжнародного туризму. Причинами такого становища є складна соціально-економічна та політична ситуація в державі, неврегульованість механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутність ефективної стратегії розвитку цієї галузі.

Такий стан сфери міжнародного туризму України потребує активізації процесів щодо створення в нашій державі потужної туристичної індустрії, яка спроможна задовольняти потреби як мешканців України так і іноземних туристів. При цьому слід враховувати, що організація туристичної діяльності – це, насамперед, економічне і соціальне завдання, яке на сьогоднішній день повинно вирішуватися як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях. На сучасному етапі розвитку України актуальними стають питання щодо створення ефективної структури управління туристичною галуззю на всіх рівнях, децентралізації та концентрації влади з чітким визначенням повноважень кожного її рівня.

Туристична галузь, враховуючи її значний вплив на економічний та соціальний розвиток країни, розгалуженість господарських зв'язків, потребує регулювання, підтримки та пильного контролю з боку держави.

Перетворення України на туристичну державу світового значення вимагає також забезпечення координації діяльності різних галузей економіки, від яких залежить якісне надання туристичних послуг, зокрема транспорту,

торгівлі, виробництва сувенірної продукції, видавничо-рекламної діяльності тощо.

Сьогодні надзвичайно актуальним є також питання наукового обґрунтування місця та ролі туристичної сфери в системі соціально-економічних пріоритетів регіонального і місцевого розвитку, розробки методології оцінки ефективності освоєння туристичного потенціалу, вироблення теоретичних основ формування регіональної туристичної політики та механізмів її практичної реалізації. Тобто, необхідна розробка методології формування та механізму реалізації туристичної політики на національному рівні в контексті зарубіжного досвіду. Викладене вище зумовлює вибір теми та актуальність дослідження проблеми розвитку туристичної галузі України та впливу міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України.

Аналіз наукової літератури дає змогу виділити такі напрями дослідження туризму, як соціальний, історичний, економічний, правовий, міжнародний та ін. Теоретико-методологічні аспекти туризму, історію його розвитку як в Україні, так і за рубежом, окремі питання управління галуззю та вплив міжнародного туризму на економіку вивчали відомі вітчизняні вчені: В.К. Федорченко, В.І.Цибух, А.Т. Матвієнко, М.П. Крачило, М.П. Мальська, С.І.Попович, Г.П.Науменко, С.В. Хлоп'як, І.М. Школа, Ю. А. Коваленко, М.І. Долішній та ін.

Питанням розвитку міжнародного туризму присвячені роботи зарубіжних науковців В.А.Квартального, М.І.Кабушкіна, В.Г.Гуляєва, В.Мідлтона, Г.Ф.Шаповала. Вітчизняні дослідники В.К.Євдокименко, В.І.Мацола, М.Б.Онисько, О.М.Савченко особливого значення надавали регіональним аспектам розвитку туристичної галузі. Вагомим внеском у розробку питань економіки організації та управління туристичною сферою є роботи вчених одеської наукової школи, зокрема О.Г.Топчієва, С.К.Харічкова, О.С.Шаптали та ін.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є теоретико-методологічне обґрунтування і розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності механізмів розвитку міжнародного туризму в Україні

на міжнародному, національному, регіональному та місцевому рівнях з урахуванням зарубіжного досвіду.

Відповідно до мети дослідження були поставлені такі завдання:

- провести ґрунтовний аналіз розвитку міжнародного туризму в Україні і запропонувати заходи щодо його вдосконалення;
- дослідити тенденції формування державної туристичної політики в'їзного і виїзного туризму в провідних туристичних країнах світу;
- визначити чинники, які сприяють розвитку міжнародного туризму;
- визначити механізми розвитку міжнародного туризму;
- обґрунтувати вибір стратегічних напрямів розвитку міжнародного туризму України на основі аналізу наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених, нормативно-правових актів з урахуванням зарубіжного досвіду;
- охарактеризувати вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України;
- вказати проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні.

Об'єкт дослідження – процес розвитку міжнародного туризму в Україні.

Предметом дослідження є фактори та інструменти посилення позицій України на міжнародному ринку туристичних послуг.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою проведеного дослідження слугували основоположні законодавчі, нормативні акти України, а також наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених у сфері туристичних послуг і управління нею, що розкривають соціально-економічні функції туризму і його роль у розвитку національної економіки.

Для досягнення поставленої в роботі мети було використано сучасні методи дослідження, зокрема на основі системно-аналітичного методу здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, розробок, пропозицій провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячених проблемам туристичної галузі. Проведення PEST та SWOT аналізу надало розуміння впливу окремих факторів на предмет дослідження. Використання методів логічного узагальнення забезпечило послідовність проведення наукового

дослідження. Для вирішення окремих завдань використовувались також наступні методи: статистичного аналізу – для дослідження динаміки, структури і ефективності функціонування суб'єктів туристичної діяльності; проблемно-орієнтовний – для наукового обґрунтування напрямів вирішення проблем розвитку вітчизняної туристичної галузі; компаративний – для зіставлення розвитку туризму в різних регіонах та країнах; праксиметричний - для аналізу передового наукового досвіду. Застосовувались також методи комплексного системного аналізу економічних та управлінських явищ і процесів.

У процесі дослідження були отримані такі наукові результати:

- уточнено економічний зміст міжнародного туризму, що знайшло своє вираження у визначенні його сутності, функцій, виділенні ряду особливостей;
- визначено роль міжнародного туризму в економічному житті держави;
- обґрунтовано стратегічні напрями оптимізації функціонування ринку туристичних послуг в Україні;
- запропоновано заходи, які стимулюють розвиток міжнародного туризму в Україні та спрогнозовано, які саме результати принесе реалізація цих заходів.

Практичне значення. Розроблені в ході дослідження підходи, теоретичні узагальнення, висновки та рекомендації можуть бути використані для активізації туристичної сфери в Україні та діяльності органів виконавчої та законодавчої влади при розробці напрямів зовнішньоекономічної стратегії України, зокрема для прискорення процесу гармонізації регулюючих положень у сфері міжнародних туристичних послуг.

Структура випускної кваліфікаційної роботи. Магістерська робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 106 сторінок комп'ютерного тексту, у тому числі 5 таблиць, 5 рисунків, список використаних джерел із 83 найменувань.

РОЗДІЛ 1.

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Оцінка міжнародної економічної діяльності країн на світовому ринку міжнародного туризму

Зміни в житті сучасного суспільства, викликані бурхливим науково-технічним та соціально-економічним прогресом суттєво трансформували осмислення місця міжнародних економічних відносин та туристичної галузі як однієї з вагомих складових даних відносин. Зростаюча роль і вага економічної діяльності країн на світовому ринку міжнародного туризму потребує детального вивчення стану, тенденцій та перспектив розвитку. І, перш ніж проводити аналіз основних тенденцій розвитку міжнародного туризму, варто охарактеризувати сучасний стан індустрії.

Міжнародна туристична індустрія сьогодні являє собою складну систему, до якої входять власне туристичний продукт (послуга, тур); споживачі туристичного продукту та відповідних послуг; об'єкти туристичної галузі – фірми, що створюють і поширюють туристичний продукт (туроператори, турагенти), заклади та підприємства, що надають послуги з розміщення, харчування, перевезення; державні органи управління туристичною галуззю, навчальні та наукові заклади [2]. Також, з розвитком організаційних процесів до індустрії міжнародного туризму залучено підприємства торгівлі, страхові компанії, банки, підприємства зв'язку тощо. Типовими супутніми суб'єктами міжнародної туристичної індустрії є рекламно-інформаційні компанії, візові організації, підприємства сувенірного бізнесу, спортивних товарів та товарів для відпочинку, індустрії розваг, компаній, що виготовляють та реалізують туристичний одяг, літературу, фототовари тощо [3].

Особливістю сучасного міжнародного туризму є те, що ця сфера відносин важливою ланкою світового господарського комплексу. За економічними показниками він займає важливе місце в структурі ВВП та зайнятості населення. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) частка

туризму у світовому ВВП, з урахуванням мультиплікаційного ефекту, складає 10,4%. Даний показник є співставним з такими високодохідними галузями як нафтовидобувна та нафтопереробна промисловість. Для окремих країн туризм є головною дохідною галуззю, яка залучає до бюджету понад 50% коштів. Наприклад, острівні країни: Сейшельські острови (75,8%), Макао (72,2%), Мальдівська Республіка (66,4%), Сент-Кітс і Невіс (62,4%), Гренада (56,6%) [рис. 1.1][2].

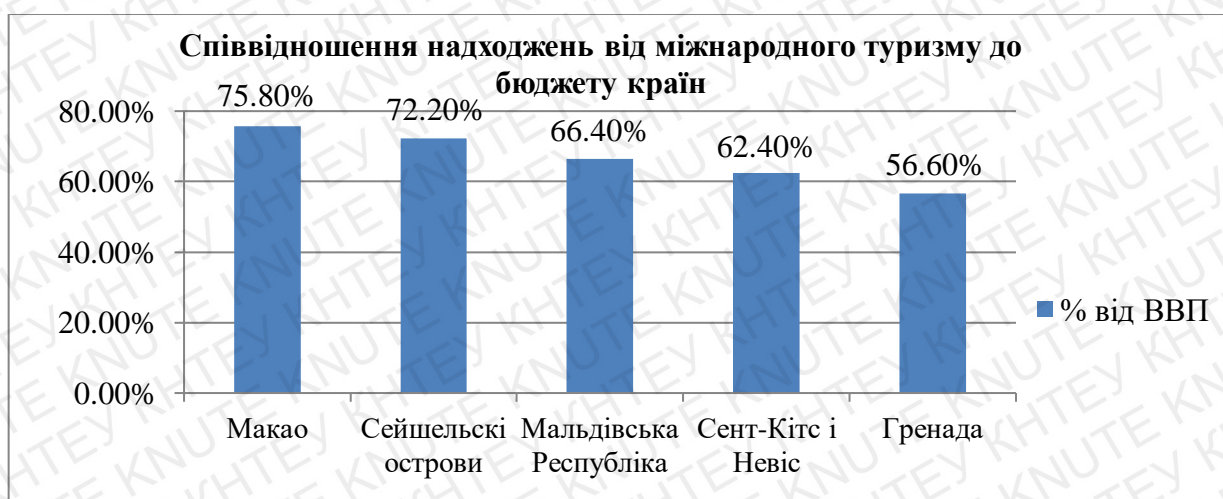


Рис. 1.1. Співвідношення надходжень від міжнародного туризму до бюджету країн за 2018 рік, у % від ВВП [авторська розробка на основі [39]].

Іншим економічним показником розвитку туристичної індустрії є доходи країн від обслуговування іноземних туристів. Надходження від туристичних подорожей у світовому масштабі на 2018 рік становили понад 1,229 трильйонів доларів США. Стосовно держав, то на 2018 рік ситуація наступна: лідируючі місця за даним показником займають США, Іспанія та Франція [39].

США займає перше місце у світі за доходами від надання послуг іноземним туристам. Так, протягом останніх трьох років країна щорічно отримує більше 200 млрд. доларів США. Варто зазначити, що США є другою у рейтингу країн світу за кількістю туристів, що їх відвідали.

Серед європейських країн найбільш дохідними від іноземних туристів є Іспанія та Франція. Так, в Іспанії доходи від обслуговування туристів у 2018 році склали 74 млрд. доларів США, в порівнянні з 65 млрд. дол. США в 2014 р. а туризм забезпечує близько 14% ВВП країни і є найприбутковішою галуззю

економіки. У Франції даний показник склав у 2014 році 55 млрд. дол. США в порівнянні з близько 67 млрд. доларів США, а за статистикою відвідувань іноземцями тривалий час країна займає перше місце (89 млн. осіб) [40].

Серед інших країн світу з високим рівнем доходності від туристичної галузі виділяють Таїланд (63 млрд. дол. США), Великобританію (52 млрд. дол. США), Італію (49 млрд. дол. США) та Італію (49 млрд. дол. США). Стосовно Китаю, то варто відмітити значний туристичний потенціал цієї країни. З урахуванням досить низького середнього рівня цін на обслуговування туристів даний показник є значним. Якщо у 1980-90 рр. Китай відвідувало близько 250 тис. осіб щорічно, то у 2018 році ця цифра сягнула 63 млн.

Столицю Великої Британії місто Лондон щорічно відвідує близько 15 млн. осіб. Це один з найвищих показників у світі. А всього в цю країну щорічно відвідує понад 36 млн. туристів. Серед інших країн можна виділити Австралію (45 млрд. дол. США), Японію (42 млрд. дол. США). В загальному США та Іспанія займають лідируючі позиції за розмірами доходів та темпами їх приросту за період 2014-2018 років (табл. 1.1) [40].

Таблиця 1.1

Темпи приросту доходів країн-лідерів за показником рівня доходів від міжнародного туризму в 2014-2018 роках

Країна	2014		2015		2016		2017		2018		2015-2018 Середній темп приросту, %
	Дохід, млн. дол. США	Дохід, млн. дол. США	Темп приросту, %	Дохід, млн. дол. США	Темп приросту, %	Дохід, млн. дол. США	Темп приросту, %	Дохід, млн. дол. США	Темп приросту, %		
США	177	191	7,91	205	7,33	210	2,44	214	1,9	4,9	
Іспанія	65	65	0	57	-12,31	68	19,3	74	8,82	3,95	
Франція	55	58	5,45	42	-27,59	61	45,24	67	9,84	8,24	
Таїланд	38	38	0	50	31,58	57	14	63	10,53	14,03	
Велика Британія	45	47	4,44	40	-14,89	51	27,5	52	1,96	4,75	
Італія	46	45	-2,17	40	-11,11	44	10	49	11,36	2,02	

Джерело: розроблено автором на основі [40].

Варто зазначити, що у 2018 р. позиції шести країн-лідерів за показником дохідності від туристичної галузі в доларовому еквіваленті в два роки не змінювалися. За період 2018 року у запропонованих країнах спостерігався такий темп приросту доходів від міжнародного туризму: США (1,9%), Іспанія (8,82%), Франція (9,84%), Таїланд (10,53%), Велика Британія (1,96%), Італія (11,36%).

Якщо розглядати показник отримання доходів по регіонах світу, то він виглядає так в 2018 р.: Європа – 483 млрд. дол. США (приріст +4,9%), Азія та Океанія – 368,7 млрд. дол. США (+7,4%), Північна та Південна Америки – 282,5 млрд. дол. США (+0,3%), Африка – 32,5 млрд. дол. США (+1,6%), Середня Азія – 61,8 млрд. дол. США (+4,2%). [41]

В порівнянні з іншими категоріями, туризм - третя за величиною доходів (1,586 трлн. дол. США) експортна категорія у світі після хімікатів (1,993 трлн. дол. США) та пального (1,960 трлн. дол. США). Після нього на четвертій та п'ятій позиції знаходяться автомобільна продукція (1,470 трлн. дол. США) та продукти харчування (1,466 трлн. дол. США) відповідно. [41]

В свою чергу туризм генерує 5 мільярдів доларів США на день, що становить 29% від світового експорту послуг.

Отже, міжнародний туризм це галузь, яка об'єднує значну кількість підприємств, установ та організацій світового господарства, має багатомільярдний щорічний обіг коштів і для ряду країн є основною сферою господарської діяльності. Навіть економіка високорозвинутих держав світу в певній мірі залежить від туристичної діяльності. Так, в Австрії надходження від іноземного туризму дозволяють цій країні щорічно покривати приблизно 80% дефіциту платіжного балансу по розрахункам за товари і послуги. В Італії надходження від іноземного туризму збільшують позитивне сальдо платіжного балансу на 120-130%. В Швейцарії надходження від іноземного туризму займають за своїми розмірами третє місце після доходів країни від експорту продукції машинобудівної, хімічної та фармацевтичної промисловості [3].

Туризм у наш час існує у вигляді туристичних продуктів та послуг, які не можуть накопичуватися або переміщуватися і на нього сьогодні припадає близько 10% усіх споживчих витрат. Галузь також є важливою стосовно формування нових робочих місць. До роботи у ній залучено близько 320 млн. осіб: безпосередньо на туризм припадає понад 130 млн. осіб, інші пов'язані з супутніми видами діяльності. Кожна десята особа у світі, що відноситься до трудових ресурсів, працює у туризмі. Міжнародний туризм забезпечує зайнятість перш за все молоді та жінок в містах, а також у сільській місцевості [11].

Іншою особливістю сучасного міжнародного туризму є те, що відбувається трансформація вікових характеристик споживачів туристичного продукту. Ще у кінці ХХ ст. основний контингент туристів, які здійснюють зовнішні подорожі був представлений людьми вікової категорії між 30 та 50 роками. На сьогодні, особливо у розвинутих країнах світу, зросли показники середньої тривалості життя, економічного добробуту, соціальних гарантій людей похилого віку, що призвело до збільшення частки мандрівників віком 60-70 років. Поряд з цим відмічається ще одна тенденція: впродовж останнього десятиліття відбувається зростання частки молоді віком 16-18 років у загальній структурі користувачів туристичними послугами, а також збільшення кількості туристичних компаній, що спеціалізуються на молодіжному туризмі.

Сучасний міжнародний туризм характеризується зміною частки користувачів масового (конвеєрного) та індивідуального туристичного продукту. Так масові та групові форми туристичного споживання складають лише 20-30% від загального числа туристів. 70-80% - це індивідуальні туристи, які здійснюють зарубіжні поїздки за самостійно розробленим маршрутом, або індивідуальним пекидж-туром. Дане співвідношення в останні роки змінюється у сторону першої категорії, що пов'язується з особливостями формування відпускнуго періоду, збільшенням пропозиції та зменшення вартості на ринку чартерних перевезень, підвищеною зацікавленістю туристичних операторів у

наданні стандартизованих послуг, збільшенням чисельністю співробітників у масовому туризмі тощо [34].

Характерною особливістю сучасного туризму є збільшення частки мандрівок з метою рекреаційного туризму у порівнянні з іншими видами. Так, якщо у 70-80-х роках ХХ ст. на ринку туристичних послуг переважав діловий, науковий та освітній туризм, то тепер співвідношення змінилося у бік рекреаційного туризму. Близько 78% туристів мандрують з пізнавальною метою та для відпочинку і лише 22% – з метою ділових стосунків [38].

На початку ХХІ ст. виникла тенденція до збільшення тривалості мандрівки та кількості подорожей протягом року. У даному питанні чітко прослідковуються вікові особливості туристів. Так, довготривалі мандрівки здійснюються переважно людьми похилого віку. А зростання короткотермінових (3-4 доби) туристичних поїздок пояснюється попитом на них у молоді, щоб не допускати тривалих перерв у роботі. Спостерігається також і зростання мобільності населення.

І загальною рисою сучасного туризму є збільшення вимог до сервісу під час туристичної подорожі. Чим частіше здійснюються мандрівки, тим більші вимоги до сервісу, якості послуг закладів розміщення, харчування та розваг [7].

Стосовно характеристики тенденцій та перспектив розвитку міжнародного туризму, то важливе місце у цьому має прогнозування, що здійснюється провідними світовими туристичними організаціями. Створення довгострокових прогнозів функціонування галузі має істотний потенціал для подальшого її розвитку. Одним з останніх таких досліджень є оновлений довгостроковий прогноз і оцінка розвитку туризму протягом двох наступних десятиліть: 2010-2030 рр. За прогнозами спеціалістів UNWTO, враховуючи аналіз соціальних, політичних економічних, екологічних та технологічних чинників, кількісні показники, що характеризують туристичну галузь будуть зростати. Так, у зазначений період прогнозована кількість міжнародних туристів у світі збільшуватиметься у середньому на 5 % за рік. Проте з часом темпи зростання будуть поступово зменшуватись з 5 % в 2018 р. до 2,9 % у

2030 р. Виражаючи ці дані в абсолютних показниках, зазначимо, що кількість туристів за даний період збільшиться приблизно на 43 млн. осіб, у порівнянні з 28 млн. осіб протягом 1995-2010 рр. За даних темпів зростання кількості міжнародних туристів їх кількість на 2018 рік становить 1,4 млрд. осіб а до 2030 року зросте до 1,8 млрд. осіб, що призведе до збільшення надходжень від індустрії більше ніж на 380 млрд. дол. США [4].

Характеризуючи показники розвитку туристичної галузі в регіонах світу можна зазначити, що найбільше зростання буде зафіксовано в Азії та Тихоокеанському регіоні, де кількість прибулих збільшиться на 187 млн. осіб і досягне 535 млн. у 2030 р. Значне зростання кількості міжнародних туристів очікується і на Близькому Сході та в Африці. За прогнозованими даним зростання кількісних показників очікується більш ніж в два рази, з 60 млн. осіб до 149 млн., та з 67 млн. до 134 млн. відповідно. У країнах Європи (від 710 млн. до 850 млн.) і Північної та Південної Америки (від 216 млн. до 320 млн.) кількість туристів зростатиме дещо нижчими темпами (рис. 1.2) [40].



Рис. 1.2. Динаміка чисельності міжнародних туристів в світі в 2018 та 2030 роках, млн. осіб [39].

Аналіз показує що Європа залишиться найбільшим у світі туристичним центром, проте вона поступово втрачає свою частку на ринку. Причиною є те, що хоча тут і відбувається економічне зростання, але більш повільними темпами у порівнянні з іншими регіонами: на період 2010-2030 середні темпи зростання у Європі передбачаються на рівні 3% щорічно, тоді як інші регіонах світу, таких як Східна і Південна Азія, Тихоокеанський будуть зростати в даний період на 6,5% і 6,2% відповідно.

1.2. Аналіз розвитку міжнародного туризму в Україні

Незважаючи на світовий масштаб, туризм залишився регіональним і національним за змістовим наповненням. Ця галузь підтримує національні традиції, стимулює розвиток народних промислів, відродження рецептів приготування цікавих і смачних страв, вимагає збереження природи і створення сприятливих соціальних умов для свого функціонування, тому в багатьох країнах світу міжнародний туризм розвивається як система, яка надає всі необхідні можливості для ознайомлення з культурою, звичаями, історією, релігійними і духовними цінностями відповідної держави та її народу. В цьому сенсі Україна не є виключенням. Разом із тим міжнародний туризм є джерелом збагачення національної економіки, сприяє диверсифікованості економіки, що переконує у пріоритетності та важливості розвитку цієї сфери.

Міжнародний туризм визначається як важливий напрям міжнародного співробітництва в конкретній діяльності на основі поваги національної культури та історії кожного народу та основних інтересів кожної країни. До міжнародного туризму належать: виїзний туризм – подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни; в'їзний туризм – подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території. Виходячи з цього, проаналізуємо обсяги в'їзного та виїзного туризму. З метою дослідження тенденцій саме туристичних потоків, взято до уваги громадян, для яких метою виїзду з країни або в'їзду був туризм.

На рис. 1.3 помітна тенденція до зниження імпорту туризму Україною з інших країн впродовж 2014-2018 років громадянами України, які при перетині кордону вказували мету поїздки «туризм». Основною причиною цього є високі ціни на путівки, котрі значно зросли порівняно з минулими роками, девальвація гривні, напружена ситуація на Сході України тощо. Так, порівняно з 2014 р. обсяг імпорту туризму українськими туристами, які при перетині кордону вказували мету поїздки «туризм» в 2018 р. зменшився на 7 506 тис. дол. США, та на 9 851 тис. дол. США в порівнянні з 2016 роком. У 2018 році спостерігається незначне збільшення імпорту туризму (на 677 тис. дол. США осіб більше порівняно з 2017 роком) українськими туристами, які при виїзді за кордон вказували в документах «туризм», як мету поїздки.



Рис. 1.3. Імпорт туризму Україною до інших країн туристами, які перетинали кордон з метою «туризм» за 2014-2018 рр., тис. дол. США [авторська розробка на основі [14]]

Динаміка експорту туризму Україною до інших країн впродовж 2014-2018 років туристами, які при перетині кордону вказували мету поїздки «туризм» характеризується зменшенням обсягів надходжень (рис. 1.4).

Порівняно з 2014 р. обсяг експорту за даним показником скоротився у 2018 р. на 10 575 тис. дол. США. Та в 2018 році в порівнянні 2017 роком спостерігається збільшення експорту туризму українськими туристами, що вказали мету поїздки «туризм» на 367 тис. дол. США. В той же час, 2017 рік характеризується значним різким спадом експорту даним сегментом туристів (на 13 584 тис. дол. США (77,5%) менше порівняно з 2016 р.). Це пов'язано в першу чергу зі зменшенням експорту до Росії (різниця в 2017 році в порівнянні з 2016 становить 4 025 тис. дол. США) та з сусідньої Білорусі (різниця в експорті в 2017 році в порівнянні з 2016 роком, становить 6 825 тис. дол. США) [9]. Така ситуація в першу чергу пов'язана з політикою України по відношенню до Російської Федерації, зовнішньополітичними зв'язками Білорусі, внутрішньополітичної ситуацією в Україні, війною на Донбасі, та впливом інших факторів на заповнення міграційних документів. [37]



Рис. 1.4. Експорт туризму Україною до інших країн туристами, які перетинали кордон з метою «туризм» в 2014-2018 рр., тис. дол. США [авторська розробка на основі [14]]

Частка організованого експорту туризму Україною в інші країни туристами, які при перетині кордону вказували мету поїздки «туризм» у

загальному обсязі експорту туризму Україною до інших країн зменшилась з 1,16% у 2015 році до 0,30% у 2018 році.

Такі дані дають підстави оцінити поточну ситуацію як незадовільну та неконкурентоспроможну. Можна навіть назвати даний сегмент туризму в Україні деградуючою, адже за останні 5 років спостерігається значний спад. Причинами цього є те, що основний матеріально-технічний комплекс є застарілим, інфраструктура потребує реконструкції та відновлення, рівень сервісу не відповідає міжнародним стандартам туризму, індустрія розваг фактично не розвинена до рівня європейських країн та не організована, багато пам'яток культури та історії занедбано, низку проблем екологічного, соціального та економічного характеру не вирішено. Крім того на статистику може впливати тенденція невірною заповнення міграційної документації. [12]

Враховуючи, що при в'їзді до країни більше 95% всіх туристів вказує ціль поїздки, як приватну, більш ніж доцільним є проаналізувати динаміку експорту туризму Україною до інших країн, незалежно від заповнення міграційної документації туристами [рис. 1.5.].

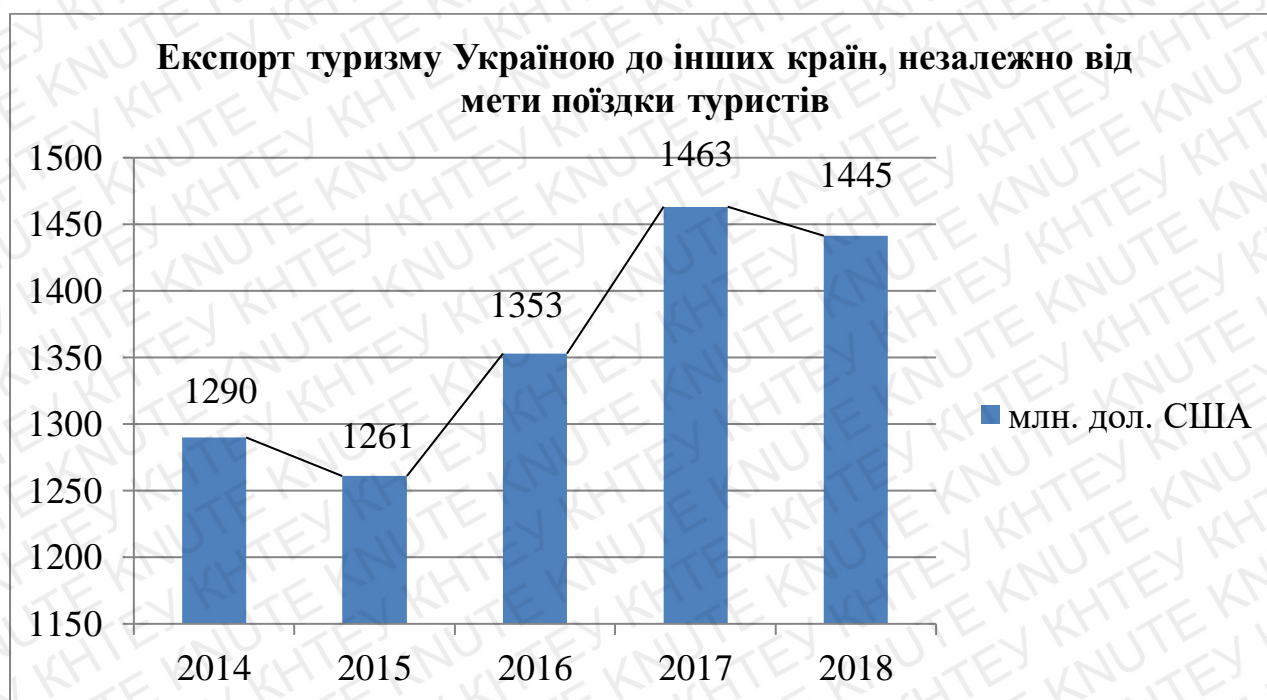


Рис. 1.5. Експорт туризму Україною до інших країн, незалежно від мети поїздки туристів в 2014-2018 рр., млн. дол. США [авторська розробка на основі [14]]

Аналізуючи динаміку експорту туризму Україною до інших країн незалежно від мети поїздки туристів спостерігаємо тенденцію до росту експорту туризму. А саме за період 2014-2018 років даний показник збільшився з 1290 млн. дол. США в 2014 році до 1445 млн. дол. США в 2018 році, тобто на 155 млн. дол. США. Та в 2018 році спостерігається незначний спад експорту туризму Україною до інших країн на 18 млн. дол. США. Та в загальному, оцінивши динаміку експорту туризму Україною за останні 5 років можна сказати, що він повільно але росте [7].

Відповідно, можемо оцінити темпи приросту експорту туризму Україною до інших країн за період останніх 5 років, незалежно від заповнення міграційної документації українськими туристами, взявши за базовий рік дані 2014 року. (табл. 1.2).

Таблиця 1.2.

Темпи приросту показника кількості іноземних громадян, що в'їхали на територію України в 2014-2018 роках

2014		2015		2016		2017		2018	
Експорт туризму Україною, млн. дол. США	Темп приросту, %	Експорт туризму Україною, млн. дол. США	Темп приросту, %	Експорт туризму Україною, млн. дол. США	Темп приросту, %	Експорт туризму Україною, млн. дол. США	Темп приросту, %	Експорт туризму Україною, млн. дол. США	Темп приросту, %
1290	-	1261	-2,25	1353	7,30	1463	8,13	1445	-1,23

Джерело: розроблено автором на основі [14].

Як бачимо, впродовж досліджуваного періоду найгірша ситуація з темпами приросту кількості іноземних туристів в Україні була в 2015 році і складала -2,25%. А найкраща склалася в 2017 році і становила 8,13%. Хоча після цього року настав незначний спад і темп приросту цього показника у 2018 році був від'ємним і склав -1,23%

Майже аналогічна ситуація спостерігається і при аналізі імпорту туризму Україною з інших країн впродовж 2014-2018 років незалежно від заповнення міграційної документації туристами при перетині кордону. (рис. 1.6)



Рис. 1.6. Імпорт туризму Україною з інших країн, незалежно від мети поїздки туристів в 2014-2018 рр., млн. дол. США [авторська розробка на основі [40]].

Впродовж періоду 2014-2018 років спостерігалася тенденція до збільшення імпорту туризму Україною з інших країн українськими туристами. А саме, за даний період (з 2014 року по 2018 рік) показник імпорту зріс на 623 млн. дол. США в річному вимірі. Така тенденція згідно до прогнозу UNWTO в Україні має зберегтися і в 2019-2020 роках. Це пов'язано в першу чергу з розвитком світового транспорту, посиленням міжнародного маркетингу іноземних країн а також зі збільшенням кількості країн, в які громадяни України можуть подорожувати по безвізовому режиму [34].

Аналізуючи темпи імпорту туризму Україною з інших країн можна спостерігати тенденцію росту, яка з кожним роком сильнішає. Так, якщо темп

росту імпорту туризму Україною з-за кордонів 2015 році склав 2,99%, то вже в наступному році він був на 3,67% вищий і склав 6,66%. В 2017-2018 роках тенденція росту збереглася, хоча й з меншими темпами. Так, темп приросту оцінюваного показника в 2017 році склав 7,15%, а в 2018 році уже був на рівні 8,13%. За прогнозами автора в 2019-2020 роках збережеться темп приросту імпорту туризму Україною на рівні близько 8% за рахунок поліпшення авіа та інших сполучень з країнами Європейського Союзу та Азії. А також за рахунок все більшої інтеграції України в сферу світового туризму (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Темпи приросту показника кількості громадян України, що виїхали за кордон в період 2014-2018 років

2014		2015		2016		2017		2018	
Імпорт туризму Україною, млн. дол. США	Темп приросту, %	Імпорт туризму Україною, млн. дол. США	Темп приросту, %	Імпорт туризму Україною, млн. дол. США	Темп приросту, %	Імпорт туризму Україною, млн. дол. США	Темп приросту, %	Імпорт туризму Україною, млн. дол. США	Темп приросту, %
2277	-	2348	2,99	2503	6,66	2682	7,15	2900	8,13

Джерело: розроблено автором на основі [14].

Будь-яка тенденція росту чи зменшення експорту туризму Україною до інших країн відповідно впливає на надходження України фінансових ресурсів. Так, за 2018 рік завдяки надходженням від міжнародного туризму в Україну надійшло 1445 млн. дол. США (рис. 1.7). Та для порівняння, в дореволюційний період аналогічний показник склав 5083 млн. дол. США. (станом на 2013 рік). Потім у 2014 році відбувся значний спад у зв'язку зі зменшенням кількості туристів, що подорожували до України та валютними коливанням аж до 1612 млн. дол. США. Спад продовжився і в наступні два роки та досягнув позначки в 1078 млн. дол. США в 2016 році. Після цього в 2017 році розпочався ріст і в тому ж році експорт досягнув показника 1261 млн. дол. США надходжень від міжнародного туризму в Україну. Станом на 2018 рік цей показник становив

1445 млн. дол. США, що на 367 млн. дол. США більше від мінімальної точки за останні 6 років, та на 3638 млн. дол. США менше показника надходжень від міжнародного туризму в Україну в 2013 році. В загальному в останні 3 роки тенденція змінилася і почався поступовий ріст. Тож, це означає, що міжнародний туризм в Україні після шаленого піке в 2014 році починає відновлюватися і за прогнозами уряду в 2020 році має сягнути показника 1938 млн. дол. США надходжень. [40]



Рис. 1.7. Фінансові надходження України від міжнародного туризму за період 2013-2018 років, млн. дол. США [авторська розробка на основі [41]].

Використовуючи вищевказані дані проаналізуємо сальдо торговельного балансу послуг туризму між Україною та іншими країнами використовуючи формулу (1.1).

$$C_{\text{п.}} = E_{\text{п.}} - I_{\text{п.}} \quad (1.1)$$

де $C_{\text{п.}}$ – сальдо балансу послуг;

$E_{\text{п.}}$ – вартість експорту послуг;

$I_{\text{п.}}$ – вартість імпорту послуг.

Тож, впродовж всього досліджуваного періоду спостерігалось від'ємне сальдо торговельного балансу послуг туризму між Україною та іншими країнами (рис. 1.7.).



Рис. 1.7. Сальдо торговельного балансу послуг туризму між Україною та іншими країнами в 2014-2018 рр., тис. дол. США [авторська розробка].

Покращення сальдо торговельного балансу послуг туризму між Україною та іншими країнами в період 2014-2018 років весь час погіршувалося і в 2018 році склало -1459 млн. дол. США. В порівнянні з 2014 роком в 2018 році воно погіршилося на 487 млн. дол. США. Дана тенденція є негативною для вітчизняної економіки і потребує виправлення

Висновки до розділу 1

Сьогодні міжнародний туризм набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. Зазвичай, міжнародна торгівля послугами розглядається невідривно від міжнародної торгівлі

товарами, а під міжнародною торгівлею розуміють торгівлю як товарами, так і послугами. Таким чином, розвиток світового ринку послуг відбувається швидкими темпами. Його аналізують як цілісну систему з багатьма складовими, тісно пов'язаними між собою. Досліджуючи категорію міжнародного туризму, можна сказати, що він є однією з форм зовнішньоекономічних відносин. Одним із важливих аспектів, який посилює важливість міжнародного туризму, є постійна інтенсифікація попиту на туристичний продукт міжнародного ринку послуг. Зростання попиту на туристичні послуги та динамічність сучасної економіки спричинили появу та посилення надзвичайної конкуренції на міжнародній арені.

У більше, як сорока країнах світу, туризм є головним джерелом надходжень до державного бюджету. Традиційно як в цій, так і в багатьох інших сферах, Україна має величезний потенціал, але не має достатнього, належного, достойного регулювання, причому на різних рівнях і тому займає далеко не провідні позиції. Україна має для цього абсолютно всі умови: і географічне розташування, і наявність величезної кількості культурних та природних заповідників, і відносно розвинену туристичну інфраструктуру. Туризм для країни – це насамперед генератор додаткових прибутків держави, населення, органів місцевого самоврядування та регіонів; це ефективний швидкий інструмент соціально-економічного розвитку, який не потребує занадто обтяжливих витрат. Але, на жаль, сьогодні міжнародний туризм в Україні приносить слабкі результати для розвитку економіки і навіть нижчі, ніж в період до початку революції 2014 року. Та, незважаючи на це в останні роки прослідковується позитивна динаміка відновлення показників розвитку галузі туризму в Україні.

РОЗДІЛ 2.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Оцінка факторів впливу на розвиток рекреаційного комплексу міжнародного туризму в Україні

Загалом туризм слід розглядати як багатобічне явище, в якому об'єднані валеологічні, економічні, екологічні, соціокультурні аспекти життєдіяльності людини.

Природні умови України дозволяють розвивати практично всі види туризму і відпочинку. Загальна структура сучасного туризму включає багато видів, серед яких рекреаційний туризм посідає важливе місце.

Традиційно основним критерієм класифікації туризму на види виступає мотиваційний чинник, який враховує домінуючі мотиви туристів відправлятися в мандрівки. Виділяються такі *види туризму*: 1) рекреаційний (мандрівки організовуються насамперед для відпочинку з метою відновлення нормального самопочуття і працездатності); 2) пізнавальний (для ознайомлення з природними, культурно-історичними, господарськими об'єктами і пам'ятками певної місцевості), в рамках якого виділяють етнічний і культурно-розважальний; 3) спортивний (для активної участі у спортивних заходах і змаганнях); 4) оздоровчий (для збереження і відновлення здоров'я), в т. ч. лікувально-оздоровчий (зокрема санаторний, реабілітаційний) та спортивно-оздоровчий; лікувально-оздоровчий туризм передбачає проходження лікувальних і відновлювальних процедур у спеціалізованих санаторно-курортних закладах; 5) екологічний – розвивається здебільшого на природоохоронних територіях (для ознайомлення з природними пам'ятками, природними та природно-антропогенними ландшафтами, де традиційна культура становить гармонічне ціле з навколишнім середовищем); 6) громадський (для здійснення візитів рідним, знайомим, друзям); на Заході значною популярністю користується громадський клубний туризм, при якому

туристи інтегруються в групи за спільними інтересами; 7) сільський (зелений, агротуризм) (для прилучення до сільського способу життя, місцевої агрокультури); передбачає тимчасове життя мешканців великих міст на хуторах, фермах, у сільських приватних будинках); 8) економічний (діловий) (для здійснення професійної діяльності чи задоволення комерційного інтересу). Останнім часом виникли також поняття наукового і спеціалізованого туризму. Науковий туризм передбачає відвідування наукових форумів; на Заході розвивається тенденція поєднання його з іншими видами, оскільки наукові форуми усе частіше організовуються не в наукових закладах і центрах, а "ближче до природи" (наприклад, на річкових суднах, базах відпочинку) [5,6].

Множинність прояву ефектів активізації розвитку територіально-галузевих підсистем як системного мультиплікатора регіональної економіки вимагає проведення полікомпонентного аналізу факторів, умов і обмежень, що визначають існуюче внутрішнє і зовнішнє середовище [1]. Він може бути реалізований на основі методології PEST аналізу.

З погляду рекреаційного районування, Україна може бути розділена на два райони — степовий і гірський, а також 9 зон за профілями туристично-рекреаційної діяльності. Найбільш перспективним для розвитку туризму є гірський район, в якому сконцентровані основні природно-рекреаційні ресурси країни. У степовій зоні перспективним напрямком може стати туристичне освоєння територій, розвиток напрямків, пов'язаних з відпочинком на воді, а також етнотуризм. На сьогоднішній день структура колективних місць розміщення не дозволяє повною мірою задовольнити зростаючий попит на туристичні послуги ні кількісно, ні якісно в силу фізичного та морального зносу матеріально-технічної бази галузі. Збільшення числа ліжкомісць в останні роки відбувається в значній мірі за рахунок будівництва міні-готелів і баз відпочинку. З огляду на це, необхідно провести аналіз зовнішнього середовища розвитку туристично-рекреаційного комплексу [10].

Оцінка впливу зовнішнього середовища за методологією PEST-аналізу передбачає виділення політичних, економічних, соціально-культурних і

науково-технологічних факторів і умов, які несуть вплив на функціонування і розвиток туристично-рекреаційного комплексу України [дод. А].

Політичні фактори і обмеження зовнішнього середовища можна поділити на фактори:

- 1) формують політичний клімат;
- 2) адміністративного впливу на суб'єкти економіки України;
- 3) формують правове середовище бізнесу;
- 4) організаційні.

Найважливішим сприятливим політичними чинниками розвитку міжнародного туризму в Україні згідно до проведеного PEST аналізу є політична стабільність (коефіцієнт значущості 0,20) та наявність в країні діючих державних туристичних організацій (коефіцієнта значущості 0,26). Посилити сприятливий політичний фон може також послідовність органів влади у реалізації прийнятих стратегічних документів і програм розвитку.

Негативним зовнішнім фактором слід визнати значну частку тіньового сектора (коефіцієнта значущості 0,13) в економіці України (в веденні міжнародного туризму в тому числі), що обумовлює необхідність розробки нових підходів до зміцнення податкової системи (не в останню чергу — шляхом виховання громадянської самосвідомості та податкової культури).

Підвищення значущості екологічних аспектів діяльності суб'єктів економіки передбачає посилення контролю за дотриманням природоохоронних вимог і нормативів.

Що стосується правового середовища туристичного бізнесу в Україні, то найважливішим негативним фактором і обмеженням припливу інвестицій в економіку країни є неврегульованість питань землекористування та визначення статусу земель. Ряд правових обмежень обумовлений наявністю на території України природних територій, які особливо охороняються, повністю або частково вилучених з господарського обороту, для яких встановлено режим особливої охорони. [12]

В організаційному плані стримуючими факторами економічного розвитку країни в цілому і туристично-рекреаційного комплексу зокрема є відсутність структури, що забезпечує регулювання діяльності в даній сфері.

Економічні фактори та обмеження зовнішнього середовища поділяються на:

- 1) фактори, обумовлені циклічним характером економічного розвитку;
- 2) макроекономічні;
- 3) чинники формування інвестиційного клімату;
- 4) ресурсні обмеження;
- 5) інші.

Така класифікація значною мірою умовна внаслідок тісного взаємозв'язку факторів.

Сприятливим економічним чинником розвитку туризму в Україні є висока забезпеченість країни природними ресурсами (коефіцієнта значущості 0,13). Наявність умов для розвитку різних видів туризму дозволяє нівелювати сезонні коливання споживчої активності. Крім того, міжнародний туризм, як галузь сфери послуг, в дещо меншій мірі страждає від наслідків економічних спадів, ніж галузі виробничого сектору.

Сприятливий зовнішній фон для розвитку міжнародного туризму формує зростання економіки України, зайнятості та платоспроможного попиту, а обмеженнями стають низький рівень розвитку споживчого ринку та незначна частка сфери платних послуг у валовому внутрішньому продукті.

Факторами, що погіршують інвестиційний клімат в країні, є недостатній рівень розвитку фінансової інфраструктури (коефіцієнта значущості 0,13), а також висока частка тіньового сектора в економіці (коефіцієнта значущості 0,13), що створює умови для недобросовісної конкуренції [2].

У значущим обмеженням розвитку туристично-рекреаційного комплексу, а відповідно і міжнародного туризму в Україні є нестача висококваліфікованих кадрів як управлінських, так і різних фахівців сфери туризму та супутніх сфер послуг. (коефіцієнта значущості 0,28).

Можна прогнозувати також підвищення значущості фактора глобалізації та регіональної економічної інтеграції у розвитку міжнародного туризму (коефіцієнта значущості 0,14).

У числі соціокультурних чинників виділені: рівень розвитку людського капіталу; показники рівня життя; етологічні (поведінка) чинники.

Найбільш значущим позитивним фактором цього блоку є відсутність на території країни вогнищ міжнаціональних конфліктів і прояви релігійного екстремізму (коефіцієнта значущості 0,16). На нашу думку ситуацію з угорською меншиною - конфліктом вважати не потрібно, а лише політично вмотивованими спробами його розпалювання [25].

Проблемами соціального-культурного розвитку країни є низький рівень доходів населення, а також пов'язана з цим низька споживча активність (коефіцієнта значущості 0,16), негативна динаміка чисельності населення і стану здоров'я (коефіцієнта значущості 0,06) [3].

Технологічні фактори і обмеження включають рівень екологічної безпеки існуючих та створюваних виробництв (коефіцієнта значущості 0,13), ступінь чутливості економіки до інновацій (коефіцієнта значущості 0,16) і рівень розвитку інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури (коефіцієнта значущості 0,17). Останній фактор зараз є найбільш значущим технологічним обмеженням розвитку економіки країни.

Туристично-рекреаційний комплекс як економічна система являє собою сукупність економічних відносин та інститутів, які визначають загальний вигляд, характер функціонування, взаємодію об'єктів господарювання, які забезпечують виробництво і реалізацію туристично-рекреаційних послуг [4].

Структурна модель туристично-рекреаційного комплексу включає в себе елементи чотирьох підсистем:

— основні елементи туристично-рекреаційного комплексу (природне і культурне середовище, об'єкти туристично-рекреаційного комплексу і їх структура);

— допоміжні елементи туристично-рекреаційного комплексу (транспортна інфраструктура, системи розміщення, громадського харчування, торгівлі та розваг);

— організаційні елементи туристично-рекреаційного комплексу (система управління готельно-ресторанного комплексу, інформаційне забезпечення, реклама і просування бренду України в сфері міжнародного туризму);

— елементи підсистеми попиту на продукти та послуги туристично-рекреаційного комплексу.

У зв'язку з цим, при реалізації кластерного підходу до розвитку туристично-рекреаційного комплексу в Україні, який значною мірою впливає на міжнародний туризм в Україні — мова йде про формування єдиного туристично-рекреаційного простору, елементами якого виступають природне середовище, пам'ятки історії та культури, об'єкти колективного розміщення, підприємства громадського харчування, розважальні та спортивні споруди, туристичні фірми, підприємства торгівлі, інфраструктура — транспортна, фінансова, інформаційна, соціальна тощо, організовані в рамках єдиної стратегії розвитку та просування

З погляду рекреаційного районування, Україна може бути умовно розділена на два райони — степовий і гірський, що спеціалізуються на різних видах туризму [26]

До числа загальних проблем галузі в регіонах можна віднести наступні, що впливають на її розвиток:

1. Високий ступінь зносу основних фондів і необхідність залучення інвестиційних ресурсів в їх модернізацію.

Незважаючи на загальний характер проблеми, ступінь її вираження по території країни значно різниться. Регіони з високим інвестиційним потенціалом і рейтингом інвестиційної привабливості, а також з високою часткою міжнародних туристів в загальній кількості туристів в останні роки активно залучали ресурси для реконструкції та розвитку матеріально-технічної бази галузі, внаслідок чого ступінь зносу основних фондів знизився.

2. Сезонність коливання попиту, різною мірою виражена для окремих видів міжнародного рекреаційного туризму в Україні.

3. Недосконалість чинної системи статистичного обліку в туристично-рекреаційній сфері, що не дозволяє адекватно відобразити внесок галузі в розвиток міжнародного туризму в країні та її економіки.

Вирішення даної проблеми на регіональному рівні може сприяти організація систематичних кількісних і якісних досліджень, спрямованих на вивчення характеру і напрямів туристичних потоків (міжнародних в тому числі), розміру і структури витрат туристів і екскурсантів.

4. Висока частка тіньового сектора в галузі.

5. Проблеми підготовки професійних кадрів для індустрії туризму та забезпечення відповідності рівня підготовки та кількості випускників різних спеціалізацій реальним потребам галузі.

6. Зростання антропогенного навантаження на навколишнє природне середовище при збільшенні туристичних потоків.

Зростання числа туристів і екскурсантів призводить до посилення навантаження на екосистеми регіонів, збільшення споживання води та електроенергії, загострення проблеми видалення і переробки відходів.

Існує проблема з очищенням стічних вод. Збільшення числа туристів і екскурсантів і відповідне зростання водоспоживання та утворення сміття зробить країну зоною екологічного лиха. Тут слід враховувати також зростання числа автотранспортних засобів і викидів забруднюючих речовин в атмосферу.

7. Негативний імідж регіонів, обумовлений близькістю зон збройних конфліктів.

8. Низька якість наданих туристичних послуг та відсутність додаткових сервісів.[1]

9. Слабкість маркетингової системи, покликаної забезпечити просування міжнародних туристичних продуктів на українському і світовому ринках.

До найгостріших проблем туристично-рекреаційного комплексу країни можна віднести наступні:

- 1) невідповідність кількості та якості існуючих місць розміщення сучасним вимогам і рівню попиту;
- 2) невідповідність рівня розвитку інфраструктури потребам сфери (власне туристичної інфраструктури, а також транспортної, комунальної, енергетичної, фінансової, інформаційної, соціальної інфраструктури);
- 3) проблема залучення інвестицій в умовах відсутності відпрацьованих організаційних механізмів вирішення земельних питань для підготовки інвестиційних площадок;
- 4) проблеми безпеки на туристичних об'єктах;
- 5) проблеми в галузі підготовки кадрів для сфери міжнародного туризму, особливо інструкторів і вожатих, що працюють з дітьми;
- 6) проблеми в соціальній сфері — низький рівень життя населення країни і низький рівень оплати праці зайнятих у туристично-рекреаційному комплексі;
- 7) відсутність систематичних досліджень (кількісних і якісних) споживачів туристичних послуг, їх потреб з метою визначення ємності ринкових сегментів і виявлення незадоволеного попиту.

В сфері рекреаційного туризму України значна доля ринку серед міжнародних туристів припадає на гірськолижні курорти, адже вони найбільш наближені до Європи.

Стратегія просування повинна будуватися на поєднанні раціональних вигод, таких, як найвигідніша цінова пропозиція; зручне транспортне сполучення (міжнародні та місцеві маршрути); розвинена інфраструктура; високий рівень безпеки, а також емоційних очікувань: європейський сервіс; наявність відомих брендів; унікальна природа; різноманітні можливості для відпочинку і розваг [34].

Нейтралізація слабких сторін за рахунок можливостей:

— створення умов найбільшого сприяння для залучення зовнішніх інвестицій у розвиток матеріально-технічної бази туризму та об'єктів туристичної інфраструктури;

— сприяння виведенню доходів міжнародного туристичного бізнесу з тіні та інвестування власних коштів господарюючих суб'єктів у модернізацію та розвиток матеріально-технічної бази галузі;

— забезпечення електропостачання туристичних об'єктів за рахунок використання альтернативних джерел енергії;

— підвищення рівня інформованості населення про туристичні продукти, пропонованих туристично-рекреаційним комплексом країни, і підвищення якості бренду країни.

Нейтралізація можливих загроз за рахунок сильних сторін:

— використання можливостей міжнародного екотуризму для залучення уваги до проблем навколишнього середовища;

— створення умов для розвитку міжнародного туризму та розширення зайнятості населення в рекреаційному комплексі туризму в Україні;

— подолання сировинної спрямованості освоєння гірського району країни і забезпечення сталого розвитку територій на основі використання ресурсів, що можуть оновлюватись;

— запобігання зниження рівня життя населення за допомогою розширення зайнятості в туристичному комплексі і суміжних галузях.

Обмеження стратегічного розвитку:

— обмеженість власних і залучених ресурсів для модернізації матеріально-технічної бази туристично-рекреаційного комплексу;

— деградація природних екосистем у результаті зростання антропогенного навантаження і нераціонального природокористування;

— зростання показників травматизму в туристично-рекреаційному комплексі без проведення цілеспрямованої роботи щодо його профілактики серед туристів і забезпечення необхідного рівня оснащення медичних та рятувальних служб;

— неможливість отримання значного мультиплікативного ефекту від розвитку туризму без розвитку інфраструктури споживчого ринку;

— відсутність інвестицій у розвиток комунальної інфраструктури буде стримувати розвиток туристично-рекреаційного комплексу.

Використання методології SWOT аналізу дозволяє виявити внутрішні сильні і слабкі сторони сфері міжнародного туризму в структурі економіки країни, а також загрози і можливості, джерелом яких є зовнішнє середовище.

У ході аналізу розглянуті наступні поєднання груп факторів:

— збільшення кількості місць розміщення для задоволення зростаючого попиту на туристично-рекреаційні послуги;

— створення нових робочих місць в туристично-рекреаційному комплексі, у тому числі за рахунок стимулювання розвитку підприємств малого та середнього бізнесу;

— зміцнення міжнародних зв'язків для реалізації спільних проектів в туристично-рекреаційному комплексі;

— забезпечення фінансової, організаційної та правової підтримки організацій, що займаються підготовкою кадрів для туризму, з метою забезпечення підприємств галузі висококваліфікованими фахівцями (у тому числі вожатими та інструкторами для підприємств, що спеціалізуються на організації дитячого відпочинку на ринку міжнародного туризму);

— реалізація просвітницької та освітньої функції міжнародного екотуризму для виховання дбайливого ставлення до природних багатств країни і культурним традиціям її населення;

— створення умов для розвитку міжнародного туризму (організація відвідування місць, які підлягають особливій охороні, місць бойових дій часів Великої Вітчизняної війни; створення етнографічних сіл і музеїв заповідників).

Таким чином, сукупність наявних проблем і обмежень розвитку туристично-рекреаційного комплексу, низький рівень розвитку матеріально-технічної бази та інвестиційної активності не дозволяють туристично-рекреаційному комплексу країни взяти на себе роль локомотива розвитку сфері міжнародного туризму і забезпечити реалізацію мультиплікативного ефекту для розвитку суміжних галузей, що в свою чергу вплине на розвиток економіки в

цілому. Щільність конкуренції в різних сегментах ринку міжнародного туризму - різна. Найбільш динамічно розвивається і висококонкурентним стає в останні роки сегмент рекреаційного туризму. Для міжнародного туризму в цілому, як і для його підвиду - туристично-рекреаційного комплексу гірськолижний напрямок є потенційною "Зіркою", і в країні вже ведеться робота з реалізації проекту будівництва гірськокліматичного курорту.

2.2. Дослідження структури міжнародного туризму в Україні та його вплив на економіку

Туризм можна імпортувати в країну й експортувати з неї. Витрати туристів з інших регіонів є вкладеннями в економіку регіону, що приймає. Подорожуючи в іншу країну, туристи витрачають частину доходу, отриманого в своїй країні, для задоволення власних туристичних потреб і бажань. Якщо під час подорожі вони обмінюють валюту, країна, яка їх приймає, у подальшому використовує її для оплати зовнішніх боргів чи на фінансування економічних програм із розвитку виробництва. Витрати закордонних туристів в іншій країні на задоволення власних туристичних потреб і бажань становлять собою туристичний експорт для країни, що приймає. Звичайно, говорячи про експорт, мають на увазі експортні продукти, не враховуючи, що його можуть формувати, наприклад, "купівля" досвіду чи вражень. Країна, що приймає туристів, "експортує" досвід подорожей, тобто туристичний досвід і враження. Для економіки країни, з якої іноземні туристи прибувають, витрачені в іншій країні гроші на задоволення туристичних потреб і бажань є туристичним імпортом [19].

Отже, туристичний експорт — це вивезення з країни туристських вражень, яке супроводжується одночасним ввезенням туристом грошей у цю країну. Туристичний імпорт — це ввезення в країну туристських вражень, яке супроводжується одночасним вивезенням туристом грошей з цієї країни [25].

У туристичному експорті потоки туристів і платежів спрямовуються в одному напрямі, тоді як у промисловому експорті потоки спрямовані у протилежні напрями (рис. 2.1).

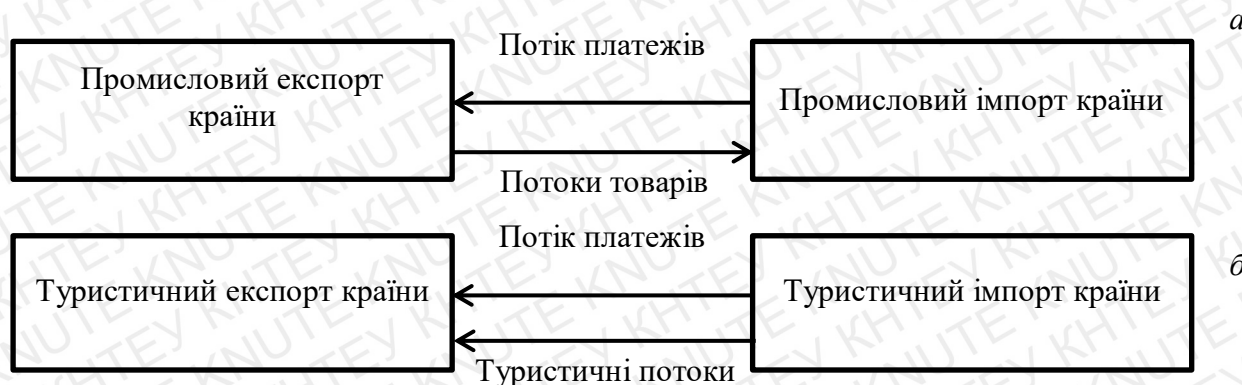


Рис. 2.1. Промислові потоки і платежі та туристичні потоки і платежі при імпорті та експорті: а – промислові потоки; б – туристичні потоки [35].

Згідно з Ліцензійним реєстром суб'єктів туроператорської діяльності Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, станом на 01.01.2019 видано 2 737 ліцензій підприємствам, що здійснюють туристичну діяльність.

З них, за видами туризму: внутрішній, в'їзний та виїзний – 2 262 ліцензії; внутрішній та в'їзний – 391 ліцензія; виїзний та в'їзний – 9 ліцензій; виїзний та внутрішній – 6 ліцензій; внутрішній – 4 ліцензій; виїзний – 57 ліцензій; в'їзний – 8 ліцензій.

Ліцензованими туроператорами на виконання п. 23 Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 № 991, було надано 537 звітів (19,6%) щодо діяльності підприємств у 2018 році.

Одним із показників оцінки ефективності туризму є обсяг наданих туроператорами туристичних послуг. Протягом 2018 року послугами туристичних операторів, що відзвітували, скористалися 3 376,4 тис. туристів, у тому числі: 3 334,4 тис. громадян України (з них 571,8 тис. - діти віком до 17 років); 42,0 тис. іноземних громадян.

Із загальної кількості обслугованих громадян України: здійснили подорож за кордон – 3 148,2 тис. осіб; подорожували в межах території України – 186,2 тис. осіб.

За 2018 рік реалізовано 1 560,7 тис. путівок (організаціям та безпосередньо населенню) на 18 325,1 тис. днів загальною вартістю близько 37 766,0 млн. гривень [9].

Безпосередньо населенню у 2018 році було реалізовано 815,7 тис. путівок на 9 492,1 тис. днів загальною вартістю 21 914,9 млн. гривень. Зокрема: громадянам України для подорожі в межах країни – 28,8 тис. путівок (482,5 млн. грн.); громадянам України для подорожі за кордон – 789,0 тис. путівок (21 053,3 млн. грн.) ; іноземцям для подорожі в межах України – 11,4 тис. путівок (379,1 млн. грн.)

Якщо проаналізувати дані за 2014-2018 роки, то в середньому за вказаний період в структурі проданих путівок туроператорми 96,07% (21 053,3 млн. грн.) займають продажі путівок громадянам України для подорожі за кордон. А продажі путівок громадянам України для подорожей в межах України та іноземцям для подорожі в Україну займають 2,2% (482,5 млн. грн.) та 1,73% (379,1 млн. грн.) відповідно (рис. 2.2).[14]

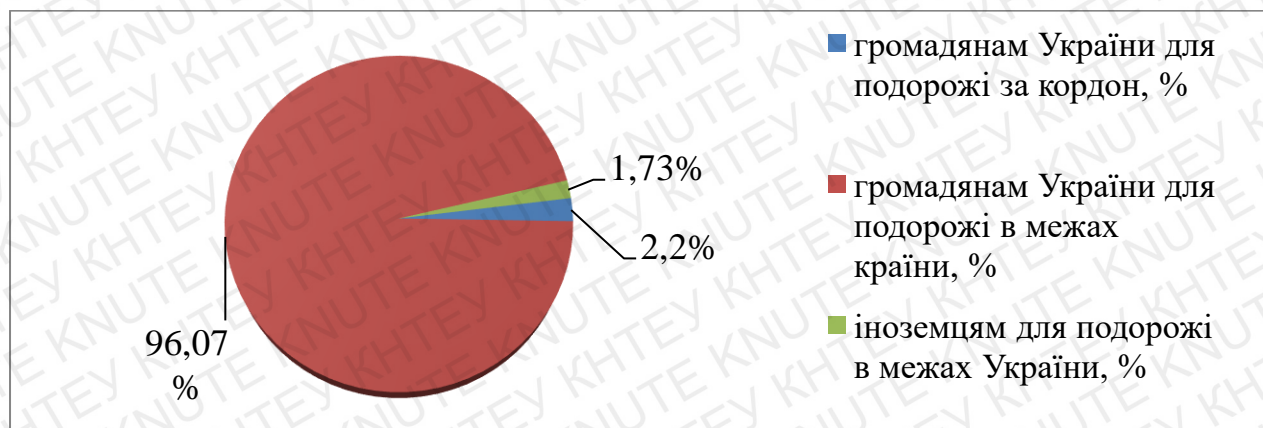


Рис. 2.2. Структура продаж путівок українськими туроператорами за напрямом та суб'єктом у 2018 році, у % [авторська розробка].

Структура міжнародного туризму за метою туристичних поїздок іноземних громадян до України впродовж 2014-2018 років також зазнавала змін за вказаний період (табл. 2.1). Так, розглядаючи цілі поїздок іноземних

громадян до України впродовж вказаного періоду найбільшу частку в структурі за метою займають приватні поїздки (доля в загальній структурі показника впродовж 2014-2018 років коливалася в межах від 74,31% до 96,25% та в останні роки спостерігається тенденція до збільшення).

Таблиця 2.1

Структура в'їзного туризму іноземних громадян до України за метою поїздки в 2014-2018 роках

	Найменування	служба	ділова	туризм	приватна	навчання	релігійна	культурний та спортивний обмін	транзит	інша	Всього:
2014	тис. осіб	44,9	2,5	143	9446,4	1,1	1,9	0,5	332,9	2739	12712,2
	тис. дол. США	5694	317	18133	1197873	139	241	63	42214	347325	1612000
	Частка, %	0,35	0,02	1,12	74,31	0,01	0,01	0,01	2,62	21,55	100,00
2015	тис. осіб	39	0,6	133	11115,7	0,1	5,2	0,1	445,2	689,4	12428,3
	тис. дол. США	3395	52	11579	967726	9	453	9	38759	60019	1082000
	Частка, %	0,31	0,1	1,07	89,44	0,01	0,04	0,01	3,58	5,55	100,00
2016	тис. осіб	32,3	0,2	169,4	12704	1,5	4,4	7	241,2	173,2	13333,2
	тис. дол. США	2611	16	13696	1027129	121	356	566	19501	14003	1078000
	Частка, %	0,24	0,01	1,27	95,28	0,01	0,03	0,05	1,81	1,30	100,00
2017	тис. осіб	35,2	0,2	39	13842,7	2,2	7,9	4,5	293,9	196,5	14422,1
	тис. дол. США	3078	17	3410	1210340	192	691	393	25697	17181	1261000
	Частка, %	0,24	0,01	0,27	95,98	0,02	0,05	0,03	2,04	1,36	100,00
2018	тис. осіб	34,5	0,2	42,6	13673,8	2,5	5,7	6,4	278,3	163,2	14207,2
	тис. дол. США	3509	20	4333	1390748	254	580	651	28306	16599	1445000
	Частка, %	0,24	0,01	0,30	96,25	0,02	0,04	0,05	1,96	1,15	100,00

Джерело: розроблено автором на основі [14].

Також, в 2018 році після приватних поїздок на 2-му та 3-му місці за кількістю іноземних туристів знаходяться транзитні поїздки та поїздки з метою «інша» з показниками 2% та 1,1 % відповідно. Загалом, за 2014-2018 роки спостерігається тенденція до вказання в меті поїздки при перетині кордону значення «приватна», що значно ускладнює державним органам статистики збір статистичних даних, а відповідно і подальшу їх обробку.

Якщо розглядати структуру ринку надання послуг туризму за кількістю обслуговуваних туристів, то у 2018 році можна виділити 10 українських компаній-лідерів за кількістю обслугованих туристів. (табл. 2.2). [39]

Таблиця 2.2

ТОП-10 туроператорів України за кількістю обслугованих туристів у 2018 році

№ з/п	Найменування	Кількість туристів, осіб	Прибуток до оподаткування, тис. грн.	Загальний дохід від туризму, тис. грн.
1	ТОВ "ДЖОІН АП!"	902 600	102 708	170 558
2	ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"	515 582	58 669	97 426
3	ТОВ "АККОРД-ТУР"	297 744	33 881	56 263
4	ТОВ "ТЕЗ ТУР"	284 956	32 426	53 846
5	ТОВ "КОРАЛ ТРЕВЕЛ"	243 729	27 734	46 056
6	ТОВ "ТТВК"	230 462	26 225	43 549
7	ТОВ "ТРЕВЕЛ ПРОФЕШНЛ ГРУП"	229 484	26 113	43 364
8	ТОВ "ПЕГАС ТУРИСТИК"	115 887	13 187	21 898
9	ТОВ "ГТО"	66 400	7 556	12 547
10	ПАТ "ОБРІЙ ІНК."	41 576	4 731	7 856
Всього за даними туроператорів		3 376 350	384 200	16 935 000

Джерело: розроблено автором на основі [14].

Лідером на ринку надання туристичних послуг в Україні є ТОВ "ДЖОІН АП!", яке в 2018 році в сумі обслужило 902600 туристів. На другому місці знаходиться ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР", яке за 2018 рік надало свої послуги 515582 туристам. І на третій позиції знаходиться ТОВ "АККОРД-ТУР" з 297744 обслугованими туристами. Також варто зазначити, що кількість туристів у 2018 році, яку обслужило ПАТ "ОБРІЙ ІНК." (зайняло

десяту позицію в рейтингу туроператорів за кількість обслужованих туристів), більше ніж в 20 разів відстає за доходом від лідера ринку.

Для того, аби оцінити структуру імпорту туристичні послуги України, дослідимо ТОП-10 країн за даними 2018 року, до яких подорожували туристи з України за кількістю осіб (туристів) впродовж 2014-2018 років, незалежно від вказаної мети перетину кордону в міграційних документах (табл. 2.3)

Таблиця 2.3

ТОП-5 країн у структурі імпорту туризму в Україну у 2014-2018 роках

	Країна	Польща	Росія	Угорщина	Молдова	Білорусь	Всього
2014	Виїзд, тис. осіб	9050	3920	1998	1603	1425	22438
	Імпорт, млн. дол. США	6475	1884	807	721	637	-
	Частка в загальній к-ті осіб, %	40,3	17,5	8,9	7,1	6,4	100
2015	Виїзд, тис. осіб	9505	4110	2442	1727	1325	23142
	Імпорт, млн. дол. США	6801	1976	987	777	592	-
	Частка в загальній к-ті осіб, %	41,1	17,8	10,6	7,5	5,7	100
2016	Виїзд, тис. осіб	10111	3859	2893	1655	1114	24668
	Імпорт, млн. дол. США	7234	1855	1169	745	498	-
	Частка в загальній к-ті осіб, %	41,0	15,6	11,7	6,7	4,5	100
2017	Виїзд, тис. осіб	9991	4376	3118	1680	1186	26437
	Імпорт, млн. дол. США	7149	2104	1260	756	530	-
	Частка в загальній к-ті осіб, %	37,8	16,6	11,8	6,4	4,5	100
2018	Виїзд, тис. осіб	10000	4162	3219	1665	1400	28586
	Імпорт, млн. дол. США	7155	2001	1300	749	626	-
	Частка в загальній к-ті осіб, %	35,0	14,6	11,3	5,8	4,9	100

Джерело: розроблено автором на основі [14].

Як бачимо, Україна найбільше в 2018 імпортує туризм до Польщі (7155 млн. дол. США і 35,0% загальної структури), Росії (2001 млн. дол. США і 14,6%

загальної структури) та Угорщини (1300 млн. дол. США і 11,3% загальної структури). Це пов'язано в першу чергу з метою поїздок. Також свій вплив має близьке географічне розташування цих країн[9]. Хоча в 2018 році в порівнянні з 2014 роком частка цих країн в загальній структурі імпорту туризму Україною має тенденцію до зменшення. Щодо Росії – це пов'язано в першу чергу з політичними відносинами, а в загальному по відношенню до інших країн – з глобалізаційними процесами та міжнародною діяльністю України.

У 2018 році загальний дохід від надання туристичних послуг склав 16935,3 млн. грн., у тому числі сума комісійних, агентських та інших винагород – 384,2 млн. грн. При цьому операційні витрати, зроблені суб'єктами туристичної діяльності склали 12 408,1 млн. гривень [14]. Обов'язкові платежі суб'єктами туристичної діяльності в бюджет та позабюджетні фонди склали 127,2 млн. гривень, що на 13% більше, ніж в попередньому році.

Витрати на послуги сторонніх організацій, що використовуються під час виробництва туристичного продукту, відповідно до наданих статистичних даних, склали 26 078,1 млн. грн., з них: - на розміщення і проживання – 20 580,9 млн. грн.; - на транспортне обслуговування – 5 176,2 млн. грн.; - на харчування – 82,7 млн. грн.; - на медичне обслуговування – 30,4 млн. грн.; - на екскурсійне обслуговування – 23,9 млн. грн.; - інше – 184 млн. грн.

Проаналізуємо роботу туроператорів зрівнявши показники ефективності їхньої діяльності (табл. 2.4) [40]

Таблиця 2.4

Показники діяльності туроператорів в 2014-2018 роках

	Прибуток до оподаткування, млн. грн.	Загальний дохід туроператорів від туризму, млн. грн.	Витрати на діяльність, млн. грн.	Ефективність (доходи/витрати)
2014	341,0	17 270,0	16 929,0	1,020
2015	360,0	17 535,0	17 175,0	1,021
2016	369,0	14 925,5	14 556,5	1,025
2017	328,0	14 335,0	14 007,0	1,023
2018	345,2	16 935,0	16 589,8	1,021

Джерело: розроблено автором на основі [14].

Тож, аналізуючи період з 2014 по 2018 рік бачимо, що ефективність роботи туроператорів до 2015 року росла і досягла показника 1,025, а потім почала спадати і станом на 2018 рік склала 1,021, що на 0,004 менше від показника 2015 року

Для оцінки ефективності міжнародного туризму в світовій практиці також використовують показник суми надходжень коштів до країни від міжнародного туризму. Тож, порівняємо надходження від міжнародного туризму України та сусідніх країн. (табл. 2.5) [40]

Таблиця 2.5

Порівняння надходжень від міжнародного туризму України та сусідніх країн в 2014-2018 роках

Країна	2014 рік	2015 рік		2016 рік		2017 рік		2018 рік		
	Надходження, млн. дол.	Надходження, млн. дол.	Темп приросту, %	Надходження, млн. дол.	Темп приросту, %	Надходження, млн. дол.	Темп приросту, %	Надходження, млн. дол.	Темп приросту, %	Частка в світових надходженнях від туризму, %
Україна	1612	1082	-32,9	1078	-0,4	1261	17,0	1445	14,6	0,3%
Молдовія	228	204	-10,5	245	20,1	319	30,2	378	18,5	0,1%
Румунія	1831	1711	-6,6	1729	1,1	2527	46,2	2896	14,6	0,5%
Угорщина	5872	5326	-9,3	5653	6,1	6170	9,1	6930	12,3	1,2%
Словаччина	2578	2363	-8,3	2748	16,3	2923	6,4	3200	8,7	0,6%
Польща	11848	10474	-11,6	10977	4,8	12772	16,4	14042	9,9	2,5%
Білорусія	868	729	-16,0	710	-2,6	790	11,3	870	10,1	0,2%
Росія	8830	8420	-4,6	7788	-7,5	8945	14,9	11802	31,9	2,1%

Джерело: розроблено автором на основі [40].

В Україні показник надходжень від міжнародного туризму станом на 2018 рік склав 1445 млн. дол. США, що на 184 млн. дол. США більше (на 14,6%), ніж за попередній рік. Це свідчить про поступове відновлення до показників 2011 року, коли даний показник був значно більшим. Крім того, для оцінки ефективності розвитку міжнародного туризму в Україні варто також порівняти темпи приросту надходжень від міжнародного туризму в Україні та в

країнах-сусідах, які мають схоже географічне розташування і в певній мірі частина з них має схожу історію розвитку. Але важливо розуміти, що значну роль на зміну даного показника в сусідніх країнах, як і в Україні відіграла роль як внутрішня політика держав, так і зовнішня

Якщо говорити про вплив міжнародного туризму на економіку України, то в 2018 році при ВВП країни в 130832 млн. дол. США частка міжнародного туризму в ньому склала 1,10%. При цьому в попередній рік за даними Міністерства фінансів України ВВП склав 112154 млн. дол. США і відповідно надходження від міжнародного туризму в загальному ВВП склали 1,12%. При цьому в 2011 році частка надходжень від міжнародного туризму у ВВП в Україні становила 7%. Відповідно, можна зробити висновок, що вплив міжнародного туризму за 2017-2018 роки на ВВП України змінився лише на 0,02%. Тобто ми спостерігаємо значний спад впливу міжнародного туризму в 2018 році на економіку України в порівнянні з 2011 роком та незначний ріст в порівнянні з 2017 роком.

Важливим показником розвитку будь-якої галузі чи сфери є показник залучення інвестицій в неї. Так, розглянемо динаміку залучення інвестицій в сферу туризму України в 2014-2018 роках (рис. 2.3) [40]



Рис. 2.3. Динаміка залучення інвестицій в сферу туризму України в 2014-2018 роках [39].

Як бачимо, темпи залучення інвестицій після різкого спаду в 2015 році впали до 194 млн. дол. США в порівнянні з 307 млн. дол. США в 2014 році.

Проте, починаючи з 2016 року спостерігається тенденція стабільного росту залучення інвестицій в розвиток туризму і в 2018 році даний показник майже відновився до рівня 2014 року і склав 295 млн. дол. США.

Висновки до розділу 2

Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму мають позитивний характер. Проаналізовані дані свідчать про те, що туристична галузь економіки активно розвивається: зростає кількість туристичних прибуттів у світі загалом і у всіх макрорегіонах зокрема, створюються нові робочі місця у сфері туризму, і їх кількість постійно зростає, збільшуються прибутки від туризму. Україна по більшості показників впродовж досліджуваного періоду лише відновлювалася до показників 2014 року.

Крім того, на розвиток туризму в Україні значний вплив несуть відсутність державних туристичних організацій, слабка політична стабільність на території країни, а також наявність недостатньої кількості кваліфікованих кадрів, які мають бути рушієм у розвитку міжнародного туризму в Україні.

Також одним з основних факторів, які не дають туризму в Україні ефективно розвиватися є те, що країна дуже слабка в міжнародному маркетингу туристичних послуг. Крім того, сфера туризму дуже слабо фінансується в порівнянні з іншими країнами в регіоні, які показують значно кращі результати від ведення міжнародної туристичної діяльності. Україна має досить високий потенціал, необхідно лише створити умови і перш за все цивілізовані «правила гри», які зробили б нашу державу більш привабливою для іноземних туристів. Та структура українського туризму, яка існує вже впродовж багатьох років потребує якщо не докорінної зміни, то хоча б відповідної адаптації до сучасного становища як в країні, так і у світі. Тому, маючи такі природні і культурні можливості, безумовно слід приділяти сфері міжнародного туризму значно більшу увагу, з точки зору формування і реалізації відповідної державної політики.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОСИЛЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Напрями посилення позицій туристичних продуктів та послуг України на світовому ринку туризму

Туристична індустрія має унікальну структуру. Вона характеризується наявністю цілого ряду окремих елементів, включаючи різні галузі обслуговування: невеликі ресторани, мотелі і готелі, будинки відпочинку, пральні, магазини, що продають вироби місцевих ремісників і предмети мистецтва і т. п.

Також, для розвитку в'їзного туризму в країні необхідно створити відповідну маркетингову стратегію його стимулювання, яка сприяла б збільшенню кількості іноземних відвідувачів, дала б змогу краще використовувати наявний туристично-рекреаційний потенціал регіонів України та допомогла б створенню позитивного іміджу України на світовому ринку [22]

Оскільки сфера міжнародного туризму пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг.

Фінансово-економічна криза, в якій перебуває Україна останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням військових дій на території Донецької та Луганської областей призвели до

зменшення в'їзного туристичного потоку, а відповідно і зменшення експорту, що негативно вплинуло на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Експорт фактично знизився в кілька разів. Україна втрачає популярність, як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як "гаряча точка".

Загострення кризових явищ у сфері туризму свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки [31].

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму — це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових та організаційних механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Сталий розвиток сфери міжнародного туризму в Україні можливий лише за виконання певних умов, яких є досить багато:

- сприяння розвитку міжнародного співробітництва у сфері туризму;

- просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі;
- збільшення фінансування розвитку сфери міжнародного туризму;
- удосконалення законодавства з питань регулювання відносин у сфері міжнародного туризму та курортів;
- створення на рівні держави інформаційної системи у сфері міжнародного туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі;
- концентрація державних ресурсів на пріоритетних завданнях розвитку сфери міжнародного;
- розвиток добросовісної конкуренції в сфері міжнародного туризму;
- розвиток туристичних територій;
- удосконалення бізнес клімату в сфері міжнародного туризму.

Для стабільного посилення позицій туристичних послуг України на світовому ринку у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери міжнародного туризму. Правовий механізм має бути орієнтований на дотримання учасниками сфери міжнародного туризму принципів законності та прозорості. Основними інструментами правового механізму повинні бути національні та міжнародні нормативно-правові акти міжнародних організацій, органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Організаційний механізм має спрямовуватися на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських організацій. Чітке визначення завдань всіма учасниками відносин в сфері міжнародного туризму дасть змогу розподілити відповідальність за прийняття рішень та їх виконання. Для успішного запуску та реалізації організаційного механізму необхідне існування та виконання усіх його складових:

- створення та реалізація цільових та регіональних програм розвитку сфери туризму та курортів;
- використання інструментів для формування сприятливих умов для залучення інвестицій у туристичну галузь;
- сприяння фінансовому оздоровленню підприємств туристичної галузі;
- створення та реалізація плану заходів з реалізації плану розвитку сфери міжнародного туризму, який дасть змогу із застосуванням установлених показників розвитку провести оцінку досягнення поставлених цілей шляхом проведення моніторингу та визначення ефективності впливу заходів, що здійснюються на державному, регіональному та місцевому рівні;
- збільшення кількості і виконання договорів, що укладаються, в тому числі на засадах державно-приватного партнерства.

Дотримання принципів сталого розвитку міжнародного туризму та утримання високого рівня конкурентоспроможності зможе забезпечити економічний механізм за допомогою впровадження сучасних інформаційних та маркетингових технологій та надання підтримки вітчизняному виробнику туристичної продукції.

Не менш важливим є фінансовий механізм, який в свою чергу забезпечує реалізацію принципів прозорості та передбачуваності дій органів державної влади з розподілу коштів державного бюджету, грантів міжнародних організацій, інвестицій, залучення кредитів банків та небанківських установ, лізингових компаній, коштів недержавних цільових фондів. Фінансове забезпечення реалізації запропонованих заходів має здійснюватися у межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, коштів міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних донорів, фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших джерел, не заборонених законом.

Вкрай несприятливі внутрішні умови розвитку при порівняно слабких міжнародних позиціях економіки України примушують активно шукати

нестандартні шляхи виходу з кризи, засоби формування по-справжньому міжнародною конкурентоспроможною національної економіки.

Безумовно, причини треба шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, в невідрегульованості механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на національному, так і регіональному рівнях. Але проблема являється значно ширшою. Питання стосується, напевно, не лише туристичної галузі України, а взагалі шляхів залучення країн з перехідною економікою (до яких належить і Україна) до могутнім інтеграційних процесів та конкурентоспроможності таких економік на світовому ринку.

Всі проблеми відразу вирішити неможливо, але з чогось потрібно починати. Брак інформації про Україну - одна з основних причин слабких позицій туристичних послуг України на світовому ринку міжнародного туризму. Якщо запитати мешканців не сусідніх, а віддалених країн що вони знають про Україну, то ймовірність почути щось крім того, що країна перебуває в стані війни чи замішана в кількох скандалах зі Сполученими штатами (історія з втручанням у вибори Трампа, ситуація з Байденом і т.д.) дуже і дуже низька. Поліпшити ситуацію може збільшення відвідувань фахівцями і представниками турагенств відомих світових туристичних виставок та презентація на них України. Для цього, наприклад, можна створити і запустити програму, яка фінансувати чи спів фінансуватиме відвідування міжнародних туристичних виставок українськими спеціалістами. До 2020 року в Україні діє програма розвитку туризму, а на період з 2020 по 2026 уже затверджена нова. Вона передбачає збільшення частки області міжнародного туризму в структурі ВВП. Якщо ознайомитися з нею, то можна зрозуміти, що багато важливих моментів в ній пропущено.

Сьогодні туризм – це не стільки місце, куди турист хоче поїхати, скільки те, чим він хоче там зайнятися і що він чув, читав чи бачив про це місце. Згідно до програм, які пропонує уряд – участь у міжнародних виставках є одним із важливих елементів розвитку міжнародного туризму в Україні. Так, це

цілковита правда, це дійсно є важливим, просто взяти участь і показати яка Україна є це добре, але було б набагато краще, якби делегації, що беруть участь в цих виставках мали ще й конкретні пропозиції для потенційних партнерів чи інвесторів. Адже, кожен бізнес в потенційному партнерстві шукає власну вигоду. На даний момент, таку знайти складно. Найпростіше було б це робити через співпрацю з державними туристичними організаціями. В Україні станом на 2019 рік діє велика кількість асоціацій приватних туристичних агентств, які об'єднуються для досягнення спільних цілей. Та як показує практика, в багатьох країнах, в яких туризм приносить набагато більше коштів державі, існують національні організації, які спрямовують свою діяльність на розвиток туризму. Та в Україні, на жаль, відсутні державні туристичні організації. Проте, існує досить велика кількість (більше 15) об'єднань національних туристичних операторів та компаній, пов'язаних з ними.

Так у відносно недалекому 2016 році за сприяння Департаменту туризму та курортів Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, а також частини українських туристичних асоціацій і представників провідних міжнародних та українських компаній, що мають прямий чи опосередкований вплив на галузь міжнародного туризму було створено Національну туристичну організацію. За три роки на жаль асоціація не змогла розвинутися достатньо, хоча б щоб представити нормально інформацію про свою діяльність на власному сайті. Крім неї також існує багато інших асоціацій. Але кінцевою метою більшості з них є партнерство для збільшення прибутків.

На нашу думку, Україна потребує в першу чергу створення державної туристичної організації, яка фінансувалася б з державного бюджету. Цим самим галузь туризму в Україні розвивалася б набагато сильніше не тільки в бік виїзного туризму, який виглядає привабливим для місцевих жителів, але є не досить позитивних для країни в плані надходжень. Адже, виїзний туризм стимулює вивід фінансових ресурсів з країни. В той же час, коли інші об'єднання туроператорів розвивають компанії, які до них входять, державна

туристична організація могла б спрямувати основну свою діяльність на розвиток в'їзного туризму. Це додатково могло б збільшити надходження країни від міжнародного туризму і її ВВП в тому числі.

Та єдиного створення мало. Потрібно також ще й проводити діяльність, яка задовольнятиме основні цілі. Так в Україні станом на сьогодні є вже створений Міністерством економічного розвитку та торгівлі України туристичний бренд та відповідний брендбук. Та, якщо переглянути графік участі українських делегацій в міжнародних заходах з туризму (виставки, ярмарки, конференції і т.д.), то на 2019 рік їх заплановано було лише 11. Це дуже мала кількість, навіть враховуючи, охоплення цих заходів. Цю кількість необхідно збільшити як мінімум в декілька разів до 40-50 відвіданих виставок на наступний рік, адже про Україну в світі зможуть дізнатися лише за умови, якщо про неї розповідатимуть. Відповідно новостворена організація могла б цим і зайнятися. Крім того, активними відвідувачами таких виставок також є і місцеві туроператори приймаючих країн.

Якщо Україна зможе привернути увагу туроператорів окремих країн (яких, з яких потік туристів до України станом на сьогодні – великий, так і тих, з яких майже ніхто нашу країну не відвідує) і збільшити кількість запропонованих ними турів до України, то це значно може збільшити результативність міжнародного туризму в країні. Та знову ж таки, їм потрібно запропонувати щось цікаве, що було б для них корисним. Тут уже з'являється не просто багато, а безліч варіантів, які могли б задовольнити чи хоча б привернути увагу іноземних туристичних операторів. Частина заходів має бути обов'язково підтримана на державному рівні, а іншу частину зможе організувати окрема (наприклад, запропонована) державна туристична організація за належного фінансування з держбюджету.

Одним з варіантів є стимулювання іноземних туроператорів зменшенням оподаткування їхнього бізнесу на території України за умови досягнення певних показників, таких, як наприклад досягнення рівня експорту туризму з

України більше 51% відносно загальної суми доходів від діяльності компанії. Тобто це можна назвати в деякій мірі «бонусною системою» від держави.

Іншим варіантом може бути в першу чергу після створення самої організації – створення її територіальні осередків та чи представництв на місцях. Що це дасть? В першу чергу це дасть змогу розробити реальні місцеві програми розвитку туризму, які будуть не лише на папері приносити результати, а це можна буде спостерігати по збільшенню надходжень від туризму. Крім того, значною проблемою для міжнародних туристів є пошук та участь у міжнародних турах з гідом, який добре володіє міжнародними мовами. В цьому випадку осередки на місцях могли б організувати абсолютно безкоштовні екскурсії та тури. Сьогодні схожі ініціативи втілюють в життя різні волонтерські організації, але цього не достатньо для задоволення попиту. Крім того, ці осередки могли б займатися збором інформації, її компіляцією, оформленням та передачею інформації про актуальні туристичні локації самій організації і потім ця інформація активно б використовувалася в постійно оновлюваних презентацій туризму в Україні. А також, що немало важливо – збір статистики на місцях, що є досить актуально на сьогодні для аналізу втілюваних реформ в галузі туризму. Крім того, можна сприяти організації збірних турів, які охоплюватимуть не лише нашу країну, а й сусідні, тим самим демонструючи потенціал країни туристам, які були націлені на сусідню країну. Як показує досвід іноземних країн – це досить перспективно. Але на всі запропоновані заходи необхідно залучати інвесторів. Тому для реалізації запропонованих рекомендацій необхідно вийти на показник залучення іноземних інвестицій в розвиток туризму в Україні в 483 млн. дол. США до 2023 року в порівнянні з 295 млн. дол. США в 2018 р., про які звітував Кабмін.

Також важливим фактом, який спирається на психологію є те, що потенційні міжнародні туристи не так довіряють сухим заявам урядів чи інших державних інституцій тієї чи іншої країни, в тому числі і України, як лідерам суспільної думки. Сьогодні спостерігається така тенденція, що одна справа, коли говорить президент закордонної країни після чергового візиту чи чергової

конференції про те, що Україна дуже гарна і перспективна країна, що в ній багато місць і можливостей для подорожей, і зовсім по іншому виглядає, коли справній лідер суспільної думки (особливо молодіжної) на власному прикладі демонструє безпечність подорожей Україною, привабливість її краєвидів, доступність і цікавість окремих туристичних локацій, можливість і легкість комунікацій під час подорожі. Як би це дивно не виглядало, але в вищенаведеному прикладі більше довірятимуть людині, яка демонструє все практично, а не лише озвученій інформації з фотографій, які бачила чи текстів в книгах та звітах, які читала. Тож, в даному випадку логічно буде спрямувати досить таки не малу частину фінансування на маркетинг України в світі і не лише на рівні урядів, а й на рівні звичайних жителів іноземних країн, які фактично являються потенційними міжнародними туристами та гостями .

3.2. Прогнозна оцінка наслідків запровадження запропонованих заходів розвитку міжнародного туризму в Україні.

Як можна побачити в Україні в сфері міжнародного туризму є значна кількість проблем, які не просто можна, а необхідно вирішувати. Адже в Українській економіці на туризм припадає лише трішки більше 1% від загального ВВП країни. В порівнянні з світовим рівнем (тобто з середнім по інших країнах), то в Україні цей показник в 10 разів менше за середньосвітовий.

Та незважаючи на це, з будь-якої ситуації можна вийти за правильного підходу. Методи досягнення значного розвитку туристичної галузі і можливі шляхи, які можуть бути найбільш ефективними було описано в попередньому розділі.

Для того аби зрозуміти чи ефективні було проведено заходи враховуючи надані пропозиції – в першу чергу необхідно спрогнозувати до яких результатів вони мають привести за умови виконання всіх пропозицій. Потім, після проведення всієї роботи, спрогнозований результат потрібно буде порівняти з

отриманим фактично і стане зрозуміло ефективними були запропоновані заходи, як і планувалося чи якийсь з факторів вплинув негативно на результат.

В той же час виникає логічне питання як саме прогнозовану ефективність і по яких критеріях. Важливо розуміти, що в короткостроковому періоді, тобто в періоді до 1 року, прогноз робити недоцільно, адже для реалізації запропонованих заходів необхідний певний проміжок часу для організації всіх процесів, а також виділення необхідного фінансування з бюджету для реалізації заходів підвищення ефективності, запропонованих в попередньому розділі. Тож всі прогнози розвитку сфери міжнародного туризму в Україні логічно робити в середньостроковому періоді.

В міжнародній практиці для визначення ефективності і відповідно її прогнозування використовуються показник розміру надходжень від міжнародного туризму. В 2018 році він склав 1445 млн. доларів США. До 2023 року за умови виконання всіх вище запропонованих рекомендацій, а також за умови прогнозованого росту вищезгаданих показників, а також впливу інфляційних процесів та державної політики в суміжних сферах надходження від міжнародного туризму в Україні на нашу думку мають скласти близько 6400 млн. доларів США, що в 4,43 рази більше за показник 2018 року. Такі дані вдалося отримати завдяки моделюванню в програмних засобах на основі даних розвитку за попередні роки та наданих пропозицій (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Прогнозована динаміка надходжень від міжнародного туризму в Україні в 2019-2023 рр., млн. дол. США [авторська розробка].

Тож, враховуючи, що важливим показником розвитку туризму є залучення інвестицій, можна розрахувати ефективність запропонованих заходів за допомогою розрахунку співвідношення надходжень від туризму до суми залучених інвестицій в сферу туризму, використовуючи формулу (3.1).

$$E_{н.} = \frac{H_{м.т.}}{I_{т.}} \quad (3.1)$$

де $E_{н.}$ – ефективність росту надходжень від туризму;

$H_{м.т.}$ – надходження від міжнародного туризму в досліджуваному році;

$I_{т.}$ – інвестиції в туризм в досліджуваному році.

Тому для визначення ефективності в 2018 році підставимо дані в формулу (3.1.) і відобразимо розрахунок в формулі (3.2).

$$E_{н.} = \frac{1445 \text{ млн. дол. США}}{295 \text{ млн. дол. США}} = 4,89 \quad (3.2)$$

Тепер, аналогічно, визначимо ефективність спрогнозованих результатів станом на 2023 рік за допомогою формули (3.1) і відобразимо розрахунок в формулі (3.3).

$$E_{н.} = \frac{6400 \text{ млн. дол. США}}{483 \text{ млн. дол. США}} = 13,25 \quad (3.3)$$

Як бачимо, завдяки запропонованим заходам є можливість збільшити ефективність росту надходжень від туризму більше, ніж у 2,7 рази з 4,89 до 13,25.

Сьогодні в Україні прийнято оцінювати ефективність заходів, а відповідно можна і прогнозувати ефективність за зміною облікових показників статистики туризму. До першого блоку таких статистичних даних можна віднести показники аналізу обсягу і напрямків туристичних потоків. В першу

чергу це кількість іноземних громадян, які відвідали Україну та кількість громадян України, які виїздили за кордон впродовж року. Станом на 2018 рік ці показники склали близько 14,2 млн. осіб та 28,6 млн. осіб відповідно. На нашу думку за допомогою проведення запропонованих вірних маркетингових заходів та створення й діяльності державної організації туризму (та фінансування її в необхідних розмірах) до 2023 року можна підняти показник кількості іноземних громадян, які відвідали Україну аж до 23 млн. осіб, а показник виїзду з урахуванням негативної динаміки росту населення та еміграцією значної частини українців за кордон, а також під впливом глобалізаційних процесів – до 30 млн. осіб.

Та до 2023 року Україна ще не зможе наблизитися до так званого «позитивного туристичного сальдо» та досягти відвідуваності іноземними туристами в кількості більшої, ніж виїзду українців за кордон.

Якщо взяти за основу показники UNWTO щодо кількості міжнародних туристів та надходження від міжнародного туризму, які вона публікує в своїх щорічних звітах, то можна вирахувати, що в 2018 році в середньому на 1 туриста припадало 101,76 доларів США надходжень. Відповідно, при правильній реалізації стратегії запропонованої державної організації з туризму, на період, коли активно вибудовуватиметься сприйняття інформації про країну в світі, розраховувати на значне підняття середньої кількості надходжень від 1 туриста сильно не варто. Свій вклад на ріст даного показника також відбудеться за рахунок збільшення кількості днів, які турист в середньому подорожує та інфляційних процесів у світі. Тобто, можна розраховувати лише на показник близький до 278,26 доларів США у 2023 році. Проте, в довгостроковій перспективі, за рахунок значного покращення сервісу, яке потягне за собою активний розвиток міжнародного туризму в країні, можна розраховувати на появу туристичних напрямків класів «Преміум» та «Люкс», а також покращення якості послуг, які, відповідно, підніматимуть в майбутньому й показник надходжень в середньому на 1 туриста. (рис. 3.2)



Рис. 3.2. Прогнозована динаміка надходжень до України від міжнародного туризму з розрахунку на одного іноземного туриста в 2019-2023 рр., млн. дол. США [авторська розробка].

Відповідно можемо розрахувати ефективність запропонованих заходів з погляду впливу збільшення суми залучених інвестицій на середню суму надходжень від окремого туриста(3.4).

$$E_{\text{н.т.}} = \frac{H_{\text{т.}}}{I_{\text{т.}}} \quad (3.4)$$

де $E_{\text{н.т.}}$ – ефективність надходжень від окремого туриста;

$H_{\text{т.}}$ – надходження від окремого туриста в країну в досліджуваному році;

$I_{\text{т.}}$ – інвестиції в туризм в досліджуваному році.

Тепер підставимо дані і відобразимо розрахунок в формулі (3.5) для розрахунку ефективності в 2018 році.

$$E_{\text{н.т.}} = \frac{101,76 \text{ дол. США}}{295 \text{ млн. дол. США}} = 0,000000345 \quad (3.5)$$

Аналогічно, визначимо ефективність спрогнозованих результатів станом на 2026 рік за допомогою формули (3.4) і відобразимо розрахунок в формулі (3.6).

$$E_{\text{н.т.}} = \frac{278,26 \text{ дол. США}}{483 \text{ млн. дол. США}} = 0,000000564 \quad (3.6)$$

Після проведених розрахунків в формулах (3.5) та (3.6) можна зробити висновок, що після впровадження запропонованих заходів ефективність зросте більш ніж в 1,6 раза в 2026 році в порівнянні з 2018 роком, що є позитивним результатом

Якщо враховувати співвідношення кількості туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України всього, в тому числі іноземних туристів, туристів - громадян України, які виїжджали за кордон та внутрішніх туристів, то станом на 2026 рік цей показник має складати не менше 40% від загальної кількості туристів. Відповідно, решта туристів – це люди, які подорожують самостійно, або ж туристи, послуги яким надають суб'єкти іноземних держав.

Далі розглянемо ще один блок - показники здійснення самої туристичної діяльності.

В Україні одним з основних таких показників є обсяг наданих туроператорами туристичних послуг. Протягом 2018 року послугами туристичних операторів, що відзвітували, скористалися 3 376,4 тис. туристів, у тому числі: 3 334,4 тис. громадян України (з них 571,8 тис. - діти віком до 17 років) та 42,0 тис. іноземних громадян. До 2026 року згідно до прогнозу за рахунок популяризації українського туризму в світі та співпраці державної організації туризму з міжнародними партнерами та іноземними туроператорами цей показник виросте до 8 200 тис осіб.

Комісійні турагентів в абсолютній сумі зростуть за рахунок збільшення кількості обслуговуваних туристів, але зменшаться в співвідношенні суми комісійних на одного туриста.

Також на суму комісійних туристичних агентств вплине збільшення їх кількості завдяки росту кількості потенційних клієнтів. За прогнозом завдяки швидкому росту числа клієнтів (більш ніж в 2 рази) в даній сфері також швидко почне рости кількість туристичних агентств (тобто суб'єктів туристичної діяльності). Так завдяки темпам розвитку туризму прогнозується ріст кількості приватних турагентств до 2022 року в 4 рази, але в 2023 року їх кількість незначно знизиться відносно 2022 року.

Так, враховуючи, що до зведеного бюджету 2018 року від підприємств туристичної галузі надійшло 152,7 млн. дол. США, то уже в 2023 році цей показник складатиме 493 млн. дол. США

Відповідно, за допомогою формули (3.7) прорахуємо ефективність запропонованих заходів з погляду впливу інвестицій в туризм на надходження до зведеного бюджету України від підприємств туристичної галузі в 2018 році та в 2023 році.

$$E_{б.н.} = \frac{H_{б.}}{I_{т.}} \quad (3.7)$$

де $E_{б.н.}$ – ефективність надходжень до бюджету країни від підприємств сфери туризму;

$H_{б.}$ – надходження від тур туроператорської діяльності в досліджуваному році;

$I_{т.}$ – інвестиції в туризм в досліджуваному році.

Тепер підставимо дані і відобразимо розрахунок в формулі (3.8) для розрахунку ефективності надходжень до бюджету країни від підприємств туристичної галузі в 2018 році.

$$E_{б.н.} = \frac{152,7 \text{ млн. дол. США}}{295 \text{ млн. дол. США}} = 0,52 \quad (3.8)$$

Аналогічно, визначимо ефективність надходжень до бюджету країни від підприємств туристичної галузі станом на 2026 рік за допомогою формули (3.7.) і відобразимо розрахунок в формулі (3.9).

$$E_{б.н.} = \frac{493 \text{ млн. дол. США}}{483 \text{ млн. дол. США}} = 1,0 \quad (3.9)$$

Тож, після реалізації запропонованих заходів, ефективність надходжень до зведеного бюджету від підприємств туристичної галузі зросте майже в два рази.

Також необхідно сказати, що оскільки туризм буде активно розвиватися, то це потягне за собою й ріст кількості зайнятих в сфері туризму. Можливо для реалізації маркетингових стратегій і не потрібні десятки тисяч нових робочих місць, а вистачить і просто десятків чи кількох сотень, що досить таки мало на для державного рівня, та для ефективної реалізації другого запропонованої пропозиції (створення і діяльність державної туристичної організації) – потрібні кадри, до того ж багато і досвідчені. Прогнозується, для виконання цієї цілі ріст кількості робочих місць в самих державних органах і організації на 8 тис. чол., що зможе забезпечити роботу в центрі, на місцях та за кордоном. Крім того, у зв'язку з появою нових компаній пов'язаних з туризмом з'явиться до 2026 року ще близько 80 тис нових робочих місць. Також потрібно враховувати, що нові робочі місця з'являться і в дотичних сферах діяльності, але вирахувати їх точну кількість, на жаль, на даний момент неможливо.

Також важливим є вплив міжнародного туризму на формування ВВП країни. І, хоча в світі він сьогодні в середньому становить більше 10%, але в Україні цей показник на 2018 рік значно нижчий. Так, якщо співставити вартість виробленого продукту галуззю туризму і ВВП за той же самий період, то побачимо, що доля туризму в формуванні ВВП становить лише ледь більше

1,1%. Відповідно за прогнозами, за рахунок розвитку кількісних і вартісних показників сфери туризму відповідно через виконання в тому числі запропонованих заходів збільшення ефективності, показник долі туризму в формуванні валового внутрішнього продукту не зможе до 2023 року наздогнати сучасні світові показники. Та, за умови стабільного росту ВВП та розвитком міжнародного туризму в Україні станом на 2020 рік ВВП України становитиме 146500 млн. дол. США та на 2023 рік - 157290 млн. дол. США. Відповідно, завдяки правильному підходу до розвитку міжнародного туризму в Україні з урахуванням прогнозованого паралельного росту ВВП країни, показник надходжень від туризму в структурі ВВП України зможе перевершити 3% показник, який був у 2015 році і складе рекордні для України 4,1% від загального продукovanого державою валового внутрішнього продукту в 2023.

Крім того, також можна опосередковано оцінювати прогнозовану ефективність за змінами кількості та станом туристичних локацій (природних об'єктів, пам'яток культури, історії, археології, музеїв, монументів, культових пам'яток, театрів, тощо), розвитком міжнародних зв'язків, рівнем кваліфікованих кадрів, розвитком супутніх галузей господарства. І всі ці показники та їх рівень однозначно мають зростати, та на жаль, неможливо якісно спрогнозувати їх кількісні характеристики, а можна лише ставити плани щодо покращення якісних характеристик і йти до їх повного виконання та подальшого перевиконання.

Висновки до розділу 3

Темпи розвитку туризму в Україні дійсно низькі. І на це впливає досить багато різних факторів. Та, можна виділити кілька пріоритетних напрямків підвищення ефективності розвитку міжнародного туризму в Україні.

Основним шляхом розв'язання системних проблем у сфері туризму є створення і ведення стратегічно орієнтованої державної політики, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових та організаційних механізмів успішного

ведення туризму, інвестиційних механізмів розвитку інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування іміджу України в світі.

На жаль, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами, незважаючи на власну ресурсну забезпеченість та значні потенційні туристичні можливості. Для раціонального і ефективного використання туристичних ресурсів України необхідно сформувати туристичний простір, привабливий для міжнародних туристів, шляхом створення та забезпечення ефективного функціонування державної туристичної організації, щоб розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт.

Після того, як продукт буде створено та «упаковано» в конкретні пропозиції, його необхідно просувати на міжнародних ринках, пропонуючи не лише на рівні держава-держава, а й держава-бізнес, а також, що не мало важливо – за допомогою впливових лідерів суспільної думки зі значним рівнем довіри їх прихильників і без обов'язкової прив'язки до існуючих політичних і частини державних інституцій пропонувати на рівні український туристичний продукт-прямий іноземний потенційний турист, який може відвідати Україну.

Завдяки виконанню наведених в розділі пропозицій варто чекати на значний ріст галузі в країні та її вплив на економіку і відповідно на наближення до світових показників. Крім того, завдяки реалізації запропонованих заходів очікується ріст ефективності в діапазоні від 1,5 до 2,9 рази, що, відповідно, викликане розвитком міжнародного туризму в Україні.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідження розвитку міжнародного туризму в Україні та світі, а також отримані при цьому результати дають підставу зробити наступні висновки.

1. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в світі і частково в Україні мають позитивний характер. Проаналізовані дані свідчать про те, що туристична галузь економіки активно розвивається: зростає кількість туристичних прибуттів у світі загалом і у всіх туристичних макрорегіонах зокрема, створюються нові робочі місця у сфері туризму, і їх кількість постійно зростає, збільшуються надходження від туризму.

2. Вітчизняна туристична галузь відіграє важливу роль у соціально-економічному житті країни, але покищо не розвинена на території України достатньою мірою в порівнянні зі середньосвітовими показниками. Проте, зростає статус та зацікавленість держави в подальшому розвитку галузі, посилюється вплив туризму практично на всі сфери життя і діяльності людини.

3. Стратегічною метою розвитку міжнародного туризму в Україні можна визначити створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурного довілля. Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, має бути синхронізованою із загальними темпами становлення ринкових механізмів і співвідносною з політикою структурних реформ в економіці. Вона повинна також враховувати накопичений досвід розвитку туризму у світі, що створює сприятливі умови доопрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази туризму.

4. Важливими чинниками, що впливатимуть у подальшому на розвиток ринку туризму, є демографічні зміни, матеріальний та соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість та багато інших чинників

5. У теперішній час найбільш гальмівним чинником у розвитку туризму на суспільному рівні є відсутність достатнього рівня уваги та підтримки з боку держави. Коли на туризм не зважають, його доходи не визначені, відсутнє ретельне планування та, як наслідок, відсутній і розвиток. Як тільки буде глибока зацікавленість на законодавчому рівні, поєднання зусиль для піднесення статусу індустрії туризму на більш високий рівень не тільки у вигляді декларацій, а й конкретних заходів щодо встановлення та підтримки економічних зв'язків, почне ефективно діяти маркетинг у сфері туризму як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому, відтоді можна розраховувати на видимі результати.

6. Незважаючи на позитивні тенденції розвитку туризму в Україні існує ряд проблем, які необхідно розв'язати шляхом впровадження інноваційних форм і методів управління та регулювання туристичною галуззю на державному та регіональному рівні.

7. Для багатьох малих міст і сільських населених пунктів України туризм є однією з найбільш перспективних галузей, яка сприятиме їх соціально-економічному зростанню. Незважаючи на активізацію міської влади багатьох міст, недостатність досвіду, традицій та знань уповільнює розвиток туристичної галузі, тому вимагається її державна підтримка. Насамперед необхідні: розробка методичних документів, які допоможуть місцевій владі розвивати туризм, проведення науково-практичних семінарів із залученням зарубіжних спеціалістів з цих питань, розробка комплексної програми розвитку туризму в малих містах України разом з представниками новоствореної державної організації туризму.

8. Одними із ключових питань, які необхідно вирішити в найближчий час є питання значного посилення маркетингових дій та заходів уряду на міжнародній арені для популяризації українського туристичного продукту, а також створення та належне фінансування і підтримка державної туристичної організації, яка займатиметься активним розвитком туризму на місця та в світі, але вже на рівні країна-країна та країна-бізнес.

9. Одним з видів діяльності в напрямі просування місцевого туристичного продукту є створення туристичних інформаційних центрів у формі державних підприємств, підпорядкованих органам місцевого самоврядування, які працюють на принципах самоокупності за рахунок отримання доходів від надання інформаційно-рекламних послуг подорожуючим та консультативних послуг виробникам туристичного продукту

10. Отримані в роботі результати дозволяють внести пропозиції щодо покращення умов для розвитку міжнародного туризму в Україні. Ми вважаємо, що в Україні недостатньо використовується її туристичний потенціал і пропонуємо включити до державної комплексної програми розвитку туристичної інфраструктури положення, які дозволять розвивати наукові дослідження, присвячені практичним проблемам керування міжнародним маркетингом туристичної індустрії України, а також створити державну туристичну організацію, яка займатиметься просуванням туристичного продукту на міждержавному рівні, а також розвиватиме туризм на місцевому рівні, відповідно до програми, розробленої централізовано з залученням кваліфікованих кадрів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: Монографія / О.М. Азарян, Н.Л. Жукова. – Донецьк: Вид-во ДонМУ, 2015. – 241 с.
2. Алексеєв Ю. В. Державне регулювання туризму в Україні // Трансформаційні процеси розвитку туризму та готельного господарства України: Матеріали Всеукр. наук.-практ. студент. конф. – К.: КУТЕП, 2018. – С. 79-80.
3. Ангелко І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні / І. Ангелко // Український соціум. – 2016. – № 2 (49). – С. 71–79.
4. Білоцерківець Н. Україна туристична //Українська культура. - 2012. - № 3-4. – С. 8-10, С .9–13.
5. Біркович В.І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України //Статистика України. – 2014. – № 3. – С. 83-86.
6. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні //Диференційне забезпечення керівництва. – 2012. – Вип. 12/7, 4782. – С. 1–35
7. Верланов Ю Фінансово-економічний механізм та інструменти політики розвитку туризму в Україні// Наукові праці ЧДУ імені Петра Могили. – 2016. – Випуск 39.
8. Гаврилюк А. Туристично-інформаційні центри як чинник державного регулювання туристичної галузі України /Гаврилюк А. //Вісник НАДУ. – 2014. – № 1. – С. 78-86.
9. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
10. Дубовікова О. Система фінансування курортно-рекреаційного комплексу//Економіка Криму. – 2017. – №28.
11. Зайцева В. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі / В. Зайцева, О. Корнієнко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 2 (8).– С. 55–65.

12. Закон України «Про туризм» №1282/4 від 18.11.2003.// Відомості Верховної Ради України. – 2003.-№29
13. Заячківська Г. Розвиток міжнародного туризму після світової економічної кризи 2008–2009 рр. / Г.Заячківська // Галицький економічний вісник. – 2011. – №1
14. Портал Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/>
15. Карачина Н. Розвиток міжнародного туризму в Україні у контексті світової інтеграції / Н. Карачина, О. Савіцька // Молодий вчений. – 2014. – № 5 (08). – С. 109–113.
16. Кіпченко В.К. Менеджмент туризму– К : Знання, 2010. – 502с
17. Кірейцева Г. Г. Гроші. Фінанси. Кредит: Навчально-методичний посібник - Житомир: ЖІТІ. 2001. – 312 с.
18. Коваленко Ю. А.- Дослідження сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні– К : Знання, 2018.
19. Костина К.В. Сучасні тенденції розвитку міжнародних туристичних ринків / К.В. Костина // Вісник Донецького державного університету економіки і торгівлі. – 2006. - №4 (32).- С.148- 157.
20. Мальська М. П, Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг – К : Знання, 2018. – 601с.
21. Мельник А.О., Сідлецька К.В. Зарубіжний досвід розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2008_4_2/94.pdf
22. Мельниченко С. Вплив інформаційних технологій на маркетинг туристичних підприємств /Мельниченко С. //Вісник КНТЕУ. – 2016. – № 5. – С. 68-74.
23. Міжнародні туристичні прибуття досягли пікового рівня. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/media/news>

24. Муковський І. Т. Міжнародний туризм як форма інтеграційних процесів України. - Науковий вісник Київського гуманітарного інституту. Серія: економічні науки. - 2018. - №1. - С.14
25. Муковський І.Т. Міжнародний туризм як форма інтеграційних процесів України. Науковий вісник Київського гуманітарного інституту. Серія: економічні науки. - 2018. - №1. - С.14-1
26. Новіков В.С. Інновації в туризмі. – М.: «Академія», 2014. – 208 с/
27. Паламарчук В. А., Белова О. В. Умови розвитку вітчизняної туристичної сфери в процесі подолання кризових явищ [Електронний ресурс] / В. А. Паламарчук, О. В. Белова. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/ejournals/PSPE/2010_1/Belova_110.htm
28. Панов А. Міжнародні туристичні потоки: темпи розвитку та зміни / А. Панов // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2017. – Вип. 148. – С. 25–33.
29. Парфіненко А. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 126. – Ч. 1. – С. 12–23.
30. Пахля А. Розвиток сфери туризму визнаний державою одним із пріоритетних напрямків діяльності [Електронний ресурс] / А.Пахля // Debaty. Org. – 11 жовтня, 2010. – Режим доступу: http://debaty.org/ua/article/tourism_deb
31. Перспективи розвитку туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://geci-new.geci.cn.ua/txt/konf/9_turizm.pdf
32. Романюк С. Туристична галузь України: руїна чи низький старт? / С. Романюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://novosti-turbiznesa.info>.
33. Сорока С. П. Регуляторна політика держави у сфері туризму і її реалізація на регіональному рівні [Електронний ресурс] / С. П. Сорока. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2010_1/10ssprrr.pdf
34. Сушко Н.В. Тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/>

35. Туристична весна в Україні / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/31/2006.html>
36. Черниш О.І., Дімова О.І. Інноваційні впровадження як основні чинники пріоритетного розвитку сфери туризму та рекреації в Україні /О.І. Черниш, О.І. Дімова //Економічний простір. – 2017. – № 22/2. – С. 208-213.
37. Черчик Л.М. Перспективні форми господарської діяльності з освоєння та експлуатації рекреаційних ресурсів [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/node/554>
38. Школа І.М. Розвиток міжнародного туризму в Україні / І.М. Школа, В.С. Григорків, В.Ф. Кифяк. – Чернівці: "Рута". – 2011. – 342 с.
39. Marketintelligence UNWTO. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://marketintelligence.unwto.org/publication/>
40. World Data Atlas. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knoema.com/atlas/topics/Tourism>
41. World Tourism organization. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>

Зведена таблиця PEST-аналізу

Політичні		Економічні	
Фактор	Значущість	Фактор	Значущість
Політична стабільність	0,20	Забезпеченість природними ресурсами	0,13
Великий тіньовий сектор	0,13	Рівень розвитку фінансової інфраструктури	0,13
Відсутність державних туристичних організацій	0,26	Наявність кадрів у сфері	0,28
		Глобалізація та регіональна економічна інтеграція	0,14
Соціально-культурні		Технологічні	
Фактор	Значущість	Фактор	Значущість
Рівень доходів населення, споживча активність	0,16	Рівень екологічної безпеки	0,13
Наявність міжнаціональних та релігійних конфліктів	0,16	Ступінь чутливості економіки до інновацій	0,16
Динаміка чисельності населення та стану здоров'я	0,06	Рівень розвитку інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури	0,17