

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут економіки, управління та адміністрування
Кафедра економіки та міжнародних економічних відносин

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ

Гарант освітньої програми

_____ Кожухова Т.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2022 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»
зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»
освітньої програми «Міжнародний бізнес»

на тему: «**ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ
УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО РОЗВИТКУ**»

Виконав:
здобувач вищої освіти

Огій Лілія Ярославівна

(підпис)

Керівник:

Бочарова Ю.Г.

(підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праці інших
авторів без відповідних посилань

Здобувач вищої освіти _____
(підпис)

Кривий Ріг
2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
 імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут економіки, управління та адміністрування

Кафедра економіки та міжнародних економічних відносин

Форма здобуття вищої освіти денна

Ступінь магістр

Галузь знань Міжнародні відносини

Освітня програма «Міжнародний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми

_____ Кожухова Т.В.
підпис

« _____ » _____ 2022 р.

**ЗАВДАННЯ
 НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Огій Лілія Ярославівна

прізвище, ім'я, по батькові

1. Тема роботи: «Експортний потенціал туристичної галузі України та шляхи його розвитку»

Керівник роботи завкафедри економіки та міжнародних економічних відносин, д.е.н., доцент Бочарова Ю.Г.

науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали

Затверджені наказом ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського від 31.08.2022 р. №235-с

2. Строк подання здобувачем ВО роботи “ _____ ” _____ 2022 р.

3. Вихідні дані до роботи: наукові статті, тези доповідей на наукові конференції, наукова література, офіційна статистика міжнародних організацій та країн

4. Зміст (перелік питань, які потрібно розробити):

Вступ

Основна частина

Висновки та рекомендації

Список використаних джерел

Додатки

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

(За потреби зазначаються П.І. по Б. консультантів за розділами роботи)

6. Дата видачі завдання: « _____ » _____ 20 ____ р.

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Підготовка теоретичної складової основної частини		
2	Підготовка аналітичної складової основної частини		
3	Підготовка висновків та рекомендацій		
4	Підготовка та оформлення вступу, списку використаних джерел та інших складових роботи		
5	Отримання відгуку від керівника		
6	Подання на кафедру завершеної роботи		
7	Проходження перевірки на академічний плагіат і нормоконтролю кваліфікаційної роботи		
8	Підготовка студента до захисту та захист кваліфікаційної роботи		

Здобувач ВО _____ Огій Л.Я.
(підпис)

Керівник роботи _____ Бочарова Ю.Г.
(підпис)

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

Сторінок 61, рисунків 16, таблиць 16, додатків 1,
графічного матеріалу 0, використаних джерел 81

Об'єкт дослідження: експортний потенціал галузі

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти розвитку експортного потенціалу туристичної галузі України

Мета дослідження: аналіз та обґрунтування науково-методичних засад та практичних рекомендацій щодо розвитку експортного потенціалу туристичної галузі України з метою підвищення її конкурентоспроможності в умовах глобальної конкуренції.

Методи дослідження: узагальнення, аналіз і синтез, системний і комплексний аналіз, методи економіко-математичного моделювання, математичної статистики, порівняння, графічний, метод групування.

Основні результати дослідження: визначено сутність поняття «експортний потенціал туристичної галузі» та ключові фактори, що його формують. Установлено, що за економічним змістом експортний потенціал туристичної галузі відображає максимально можливий обсяг експорту національного туристичного продукту, що формується під впливом макроекономічних, конкурентних та внутрішніх факторів галузі й реалізується у довгостроковій перспективі. Ключовими факторами формування експортного потенціалу туристичної галузі є демографічні, соціальні, економічні, безпекові, міжнародні, фактори, що пов'язані зі стадією життєвого циклу галузі, інтенсивністю конкуренції на міжнародному ринку та рівнем її конкурентоспроможності, державне регулювання, ресурсний потенціал, туристична інфраструктура;

визначено показники, що можуть використовуватись для інтегральної оцінки рівня експортного потенціалу туристичної галузі, зокрема, середній дохід з одного іноземного туриста, показник річної місткості засобів розміщення, скорегованого на коефіцієнт сезонності та питому вагу в'їзного туристичного потоку, індекс впливу макроекономічних

факторів, що залежить від чисельності населення світу, вікової структури, середньої тривалості життя, рівня безробіття, валового внутрішнього продукту на душу населення, співвідношення міжнародної торгівлі послугами та товарами, кількості військових конфліктів, кількості вакцинованих від Covid-19, показника концентрації вуглекислого газу CO₂, та індекс міжнародної конкурентоспроможності, а також показник рівня фактичної реалізації експортного потенціалу туристичної галузі;

здійснено оцінку експортного потенціалу туристичної галузі України та рівня його фактичної реалізації. Встановлено, що протягом 2017-2021 рр. динаміка експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі цілком відображала макроекономічні тенденції, демонструючи його зростання до 4769,80 млн. дол. у 2019 році, різке скорочення до 2458,15 млн. дол. у 2020 році та зростання до 6633,09 млн. дол. у 2021 році, але за рівнем його реалізації спостерігалось фактичне скорочення на 21,35%, що потребує напрацювання шляхів його нарощення, а з врахуванням впливу військової агресії РФ у 2022 році його відновлення у перспективному невизначеному періоді повного припинення військових дій на території нашої держави;

запропоновано напрямки розвитку експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, серед яких впровадження запропонованого механізму управління експортним потенціалом туристичної галузі України, реалізація заходів з вдосконалення його складових, зокрема, організаційно-кадрового, інформаційно-методичного та фінансового забезпечення, з врахуванням визначених секторальних пріоритетів розвитку туризму як головної передумови його ефективного відновлення у післявоєнному періоді.

потенціал, експортний, туристична галузь, розвиток, конкурентоспроможність, світовий ринок.

Ключові слова:

ЗМІСТ

Вступ	7
Основна частина	10
Висновки та рекомендації.	43
Список використаних джерел	55
Додатки	61

ВСТУП

Актуальність теми. Міжнародний туризм у XXI столітті є пріоритетною галуззю світової економіки, орієнтованою на туристичне обслуговування та підтримку внутрішніх, міжнародних, ділових туристів та рекреантів, оскільки забезпечує суттєву частку робочих місць, сприяє експорту, а отже й економічному розвитку окремих національних економік, зусилля більшості з яких орієнтовані на формування та нарощення експортного потенціалу їх туристичних галузей, наприклад, США, Китаю, Японії, Німеччини та Великобританії, питома вага експорту туризму яких у питомій вазі сукупного експорту у світовому ВВП у 2018 році складала 47% [66].

У 2020 році світова туристична галузь вперше з початку XXI століття зіткнулась з серйозною кризою, пов'язаною з швидким та масовим поширенням пандемії Covid-19 та екстремим введенням країнами світу короткострокових заходів боротьби з нею, зокрема, закриття кордонів між державами, штучного обмеження фізичного пересування громадян всередині країн. Рекреаційні регіони та підприємства, що спеціалізувалися на традиційних видах туризму, взагалі не отримували прибутку й існували завдяки дотаціям державного та місцевих бюджетів або різноманітним соціальним програмам підтримки підприємництва, а інші утримувалися від банкрутства виключно за рахунок власних резервів [15]. Слід зазначити, що ситуація з розвитком експортного потенціалу України є суттєво складнішою через анексію Криму та події на сході України у 2014 році через що було втрачено щонайменше 30% рекреаційно-туристичного потенціалу країни та частково імідж безпечної для туриста країни, та повномасштабну військову агресію РФ проти України 24 лютого 2022 року, що несе небезпеку не лише для туристів, але і для всього населення України, спричинила втрати значної частини туристичних об'єктів (історичних пам'яток, архітектури, релігійно-туристичних об'єктів), руйнування інфраструктури в районах проведення активних бойових дій, закриття повітряного простору для цивільної авіації, порушення логістики на території України, руйнування енергетичної інфраструктури країни [4], що потребує ґрунтовного аналізу поточного стану забезпечення експортного потенціалу країни, пошуку шляхів його відновлення після завершення війни в Україні, в тому числі, за рахунок запровадження інноваційних форм туризму.

Питанням дослідження пріоритетних напрямків розвитку міжнародного туризму в Україні, оцінці туристичного потенціалу та конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі, а також її державного регулювання в контексті досвіду провідних країн туристичного спрямування присвячено безліч сучасних наукових праць, зокрема, Н. А. Дехтяр [15], В. О. Цибульського, Н. В. Фарафонової [64], К. В. Осипенко [40], К. І. Чумакова [65], Н. А. Леоненко [29-30], Н. П. Рибальченко [51], І. М. Шамари [66]. Незважаючи на різноманіття наукових досліджень, питання щодо визначення сутності експортного потенціалу туристичної галузі та механізмів управління ним наразі не висвітлені належним чином у сучасній науковій літературі, що й обумовлює актуальність теми нашого дослідження.

Мета і завдання кваліфікаційної роботи. Метою магістерської кваліфікаційної роботи є обґрунтування науково-методичних засад та практичних рекомендацій щодо удосконалення управління експортним потенціалом туристичної галузі України з метою підвищення її конкурентоспроможності в умовах глобальної конкуренції.

Відповідно до мети, в роботі поставлено та вирішено наступні завдання:

- розкрити економічну сутність поняття «експортний потенціал туристичної галузі», визначено ключові фактори його формування;
- розглянути методичні підходи щодо оцінювання стану експортного потенціалу туристичної галузі та показника використання його рівня;
- охарактеризувати експортний потенціал вітчизняної туристичної галузі та здійснено його комплексну оцінку та оцінку рівня його використання;
- запропонувати заходи щодо вдосконалення управління експортним потенціалом вітчизняної туристичної галузі та обґрунтовано зміни її конкурентоспроможності за умов їх реалізації.

Об'єктом дослідження є експортний потенціал галузі.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти розвитку експортного потенціалу туристичної галузі України

Методи дослідження: узагальнення, аналіз і синтез, системний і комплексний аналіз, методи економіко-математичного моделювання, математичної статистики, порівняння, графічний, метод групування.

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі та нормативні акти, що регламентують функціонування міжнародної та вітчизняної туристичної галузей, теоретичні та методологічні розробки вітчизняних та зарубіжних учених, статистичні та аналітичні матеріали Державного служби статистики України, Державного агентства з розвитку туризму, Всесвітньої туристичної організації та Світової організації торгівлі.

Наукова новизна проведеного дослідження полягає у тому, що було запропоновано адаптоване визначення поняття «експортний потенціал туристичної галузі» та комплексну методику оцінки його рівня з врахуванням факторів формування, показника його використання, розроблено механізм управління експортним потенціалом вітчизняної туристичної галузі та систематизовано класифікацію факторів формування експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі.

Основні результати кваліфікаційної роботи, які формують наукову новизну полягають у тому, що:

- визначено сутність поняття «експортний потенціал туристичної галузі» та ключові фактори, що його формують. Установлено, що за економічним змістом експортний потенціал туристичної галузі відображає максимально можливий обсяг експорту національного туристичного продукту, що формується під впливом макроекономічних, конкурентних та внутрішніх факторів галузі й реалізується у довгостроковій перспективі. Ключовими факторами формування експортного потенціалу туристичної галузі є демографічні, соціальні, економічні, безпекові, міжнародні, фактори, що пов'язані зі стадією життєвого

циклу галузі, інтенсивністю конкуренції на міжнародному ринку та рівнем її конкурентоспроможності, державне регулювання, ресурсний потенціал, туристична інфраструктура;

–визначено показники, що можуть використовуватись для інтегральної оцінки рівня експортного потенціалу туристичної галузі, зокрема, середній дохід з одного іноземного туриста, показник річної місткості засобів розміщення, скорегованого на коефіцієнт сезонності та питому вагу в'їзного туристичного потоку, індекс впливу макроекономічних факторів, що залежить від чисельності населення світу, вікової структури, середньої тривалості життя, рівня безробіття, валового внутрішнього продукту на душу населення, співвідношення міжнародної торгівлі послугами та товарами, кількості військових конфліктів, кількості вакцинованих від Covid-19, показника концентрації вуглекислого газу CO₂, та індекс міжнародної конкурентоспроможності, а також показник рівня фактичної реалізації експортного потенціалу туристичної галузі;

–здійснено оцінку експортного потенціалу туристичної галузі України та рівня його фактичної реалізації. Встановлено, що протягом 2017-2021 рр. динаміка експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі цілком відображала макроекономічні тенденції, демонструючи його зростання до 4769,80 млн. дол. у 2019 році, різке скорочення до 2458,15 млн. дол. у 2020 році та зростання до 6633,09 млн. дол. у 2021 році, але за рівнем його реалізації спостерігалось фактичне скорочення на 21,35%, що потребує напрацювання шляхів його нарощення, а з врахуванням впливу військової агресії РФ у 2022 році його відновлення у перспективному невизначеному періоді повного припинення військових дій на території нашої держави;

–запропоновано напрямки розвитку експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, серед яких впровадження запропонованого механізму управління експортним потенціалом туристичної галузі України, реалізація заходів з вдосконалення його складових, зокрема, організаційно-кадрового, інформаційно-методичного та фінансового забезпечення, з врахуванням визначених секторальних пріоритетів розвитку туризму як головної передумови його ефективного відновлення у післявоєнному періоді.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

Туризм є багатоаспектним науковим поняттям, а тому наукова думка, міжнародне та вітчизняне правове поле сьогодні пропонують значну варіативність його визначень [7, 11-12, 24, 36, 48, 52, 58, 62], що в цілому пояснюють його зміст як переміщення осіб за межі їх постійного місця проживання з туристичною метою в межах одного року. Найбільш поширеним у науковій літературі є групування визначень поняття «туризм» за соціокультурним, споживчим та економічним підходом [68], проте М. Колосінська пропонує поглибити останній з них, розглядаючи в його межах туризм як галузь, відносини та діяльність. М. Колосінська наголошує, що становлення галузевого підходу до визначення поняття «туризм» пов'язано з підвищеним науковим інтересом до його проблематики у 60-80-х рр. ХХ ст. через зростання доходів населення та як наслідок масовість туристичних потоків і його зміст полягає у визначенні туризму як самостійної галузі національної економіки, що продукує специфічний туристичний продукт – товар або послугу, що задовольняє потреби туристів [24].

У Господарському кодексі України та міжнародній практиці класифікації галузей економіки з метою уніфікації та статистичного аналізу галузей економіки розглядають як сукупність всіх виробничих одиниць, що здійснюють переважно однакові або подібні види виробничої діяльності [12, ст. 260]. Разом з тим, основоположний нормативно-правовий документ у сфері регулювання вітчизняної галузі туризму – Закон України «Про туризм» не містить конкретного визначення поняття «туристична галузь», що ускладнює розуміння його економічного змісту й потребує вивчення наукових та нормативних джерел.

В міжнародній практиці та сучасній науковій літературі досить часто зустрічається поняття «індустрія туризму», що розглядається, наприклад, в одному з перших визначень Організації Об'єднаних Націй (далі – ООН) як сукупність виробничих і невиробничих видів діяльності, що спрямовані на створення товарів і послуг для осіб, що подорожують.

В. Г. Герасименко пропонує розуміти поняття «індустрія туризму» як комплекс виробництв, що забезпечують задоволення потреб під час переміщення людей з туристичною метою. В. А. Квартальновий – як комплекс виробництв, що включають підприємства розміщення, сферу обслуговування туристів і транспорт й забезпечують задоволення потреб подорожуючих. В.Ф. Кифяк - як сукупності виробництв різних галузей економіки, закладів культури, науки, що забезпечують створення матеріально-технічної бази туризму, підготовку кадрів і процес виробництва, реалізації та вживання туристичного продукту, на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства [7, с. 16-18].

Вищенаведені визначення поняття «індустрія туризму» не суперечать галузевому підходу й розглядають його як сукупність виробництв або видів діяльності, що задовольняють потреби туриста у специфічному туристичному продукті. Разом з тим, відмінності між ними пов'язані з різними точками зору

авторів щодо складу виробництв або видів діяльності, що мають бути включені до туристичної індустрії, що породжує методичну проблему дослідження.

Для цілей уніфікації розуміння складу туристичної індустрії Всесвітня туристична організація (далі – ЮНВТО – UNWTO) розробила стандартну класифікацію видів діяльності в туризмі, що застосовується у вітчизняному законодавстві й ґрунтується на характерних туристичних послугах та товарах, що складають основу виробничої діяльності підприємств окремих галузей економіки й призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротиться без їх реалізації туристам [50, ст. 1].

В методиці розрахунку обсягів туристичної діяльності, що ґрунтується на рекомендаціях зі статистики туризму ЮНВТО та Стандартної міжнародної класифікації видів туристичної діяльності (далі – СІКТА), до характерних туристичних послуг та товарів віднесено:

- послуги розміщення, зокрема, послуги розміщення, що надаються безоплатно, готелів та аналогічних засобів розміщення;

- громадське харчування та продаж напоїв;

- послуги пасажирського транспорту, зокрема, послуги залізничного транспорту, автомобільного та іншого сухопутного транспорту, водного транспорту, повітряного транспорту, допоміжної пасажирської транспортної служби, оренда пасажирських транспортних засобів, технічне обслуговування та ремонт пасажирських транспортних засобів;

- послуги турагентів, туроператорів, туристських гідів;

- послуги у сфері культури, зокрема, сценічне мистецтво, послуги музеїв та інші культурні послуги;

- рекреація та інші види дозвілля, зокрема, спорт та інші види спортивного дозвілля, санаторно-курортні послуги;

- інші туристські послуги, зокрема, фінансові та страхові послуги, інші види оренди, інші послуги туристам [48, п. 2.7].

Отже, проведений аналіз нормативно-правової бази у сфері туризму та сучасної наукової літератури дозволяє нам сформулювати визначення туристичної галузі як сукупності галузей економіки або видів економічної діяльності, що орієнтовані на створення характерних туристичних послуг та товарів з метою якісного задоволення потреб осіб, що подорожують з туристичною метою терміном до одного року.

Основними загально визнаними у наукових колах видами туризму вважаються внутрішній туризм, що пов'язаний з тимчасовим переміщенням резидентів країни в її межах, та міжнародний туризм – тимчасовим переміщенням резидентів країни за її межі з туристичною метою. Виходячи з того, що експортний потенціал вітчизняної туристичної галузі є складовою міжнародних економічних відносин країни, доцільним є визначення поняття «міжнародний туризм» у міжнародному та вітчизняному правовому полі.

У міжнародному нормативно-правовому полі найбільш повне визначення міжнародного туризму надано ООН. Так, ООН пропонує розуміти міжнародний туризм як системи подорожей з туристичними цілями за межі країни

постійного проживання, що їх здійснюють на основі міждержавних угод із урахуванням міжнародних звичаїв [11, с. 9]. За методологією UNWTO міжнародний туризм поділяють на в'їзний за країною призначенням туриста (іноземний) та виїзний за країною походження туриста (зарубіжний) [42, с. 114]. Подібне визначення міститься й у вітчизняному законодавстві, в якому міжнародний туризм визначено як в'їзний та виїзний туризм [50, ст. 4], сукупність іноземного (в'їзного) та зарубіжного (виїзного) туризму [48, п. 2.1]. Виходячи із зазначеного, міжнародний туризм можемо розглядати як міжнародну туристичну галузь, що складається з туристичних галузей окремих національних економік.

Міжнародний туризм з позицій системного підходу вважається доцільним представити як сукупність трьох підсистем (див. рисунок 1), а саме:

–інституційно-організаційної підсистеми, що передбачає нормативно-правовий, податковий, валютно-фінансовий, інформаційний вплив інституцій в межах державної політики на суб'єктів ринку туристичних послуг;

–функціонально-господарської підсистеми, що передбачає формування міжгалузевих зв'язків між галузями матеріального та нематеріального виробництва, задіяних у сферах транспортного, гостинного, дозвільного обслуговування, з метою створення якісного туристичного продукту;

–територіально-господарської підсистеми, що є ресурсною базою формування туристичного ринку й ґрунтується на використанні туристичного, соціально-демографічного та господарського потенціалу територій [7, с. 6].



Рисунок 1 – Структура туристичної галузі за системним підходом
Джерело: складено автором на основі [11, с. 7]

Міжнародний туризм як сукупність туристичних галузей окремих національних економік вважається доцільним класифікувати за багатьма досить

схожими ознаками, що пропонують науковці, проте практичний застосунок, на наш погляд, мають окремі з них, представлені у таблиці 1.

Таблиця 1 – Класифікація видів міжнародного туризму

Класифікаційна ознака	Види міжнародного туризму
За метою здійснення	Діловий туризм, лікувально-оздоровчий, хобі-туризм, пригодницький туризм, спортивний туризм, навчальні тури, релігійний туризм, розважальні тури, темний туризм, зелений туризм, сільський туризм тощо
За характером організації	Організований, неорганізований, груповий, індивідуальний
За віком туристів	Дитячий, молодіжний, туризм осіб середнього та похилого віку
За способом розміщення	Готельного типу, не готельного типу
За інтенсивністю туристичних потоків	Постійний, сезонний, літній, зимовий
За тривалістю подорожі	Короткостроковий, середньостроковий, довгостроковий

Джерело: складено автором на основі [22, с. 24-25; 36, с. 257]

Міжнародний туризм як галузь світової економіки за пріоритетністю досить обґрунтовано вважають першою з чотирьох основних галузей матеріального виробництва (туризм, сільське господарство, транспорт і переробна промисловість), оскільки він є основним фактором економічного та культурного зростання національної економіки, захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини країн [10, с. 63].

Посилення міжнародної конкуренції, необхідність захисту національних інтересів та специфічні тенденції розвитку міжнародного туризму стали передумовами формування дворівневого механізму регулювання міжнародної туристичної галузі, що складається з міжнародного та національного рівнів.

Міжнародний рівень регулювання туризму реалізується через систему більш, ніж 200 міжнародних організацій на основі добровільного членства, що на базі уніфікованих принципів, норм, стандартів та реалізації комплексу розроблених заходів забезпечують сталість міжнародної туристичної галузі, організацію та координацію туристичної діяльності, ефективне керівництво окремими галузями туристичної індустрії з метою узгодження їх функціонування, стандартизацію, сертифікацію та ліцензування туристичних підприємств тощо [9, с. 60]. Слід зазначити, що сукупність уніфікованих принципів, норм, стандартів, що регулюють міжнародну галузь туризму складають інститут міжнародного туристичного права, до основоположних документів якого вважається доцільним віднести Всесвітню декларацію з прав людини, Конвенцію з прав дитини, Манільську декларацію з міжнародного туризму, Документи Акапулько, Хартію туризму та її складову Кодекс туриста, Конвенцію з захисту світової культурної і природної спадщини, Гаазьку декларацію з туризму, Резолюцію міжнародної конференції зі статистики подорожей і туризму, Всесвітній кодекс етики в туризмі тощо [11, с. 40-42].

Враховуючи багатоаспектність питань, що вирішуються міжнародними туристичними організаціями, у практиці міжнародного регулювання їх традиційно класифікують за функціональною ознакою на міжнародні туристичні організації загального характеру, міжнародні туристичні організації галузевого характеру, регіональні туристичні організації загального характеру, регіональні туристичні організації галузевого характеру, спеціалізовані та особливі (рисунок А.1 Додатку А) [9, с. 61].

Пріоритетну роль у міжнародному регулюванні туризму відіграє створена у 1969 році під патронатом ООН Всесвітня туристична організація ЮНВТО, що в 2003 році отримала статус спеціалізованої установи, й сьогодні налічує понад 488 членів, зокрема дійсних членів в особі держав, їх урядів, асоційованих – територій, що не мають зовнішньополітичної самостійності; приєднаних – міжнародних та національних організацій, туристичних асоціацій, компаній, пов'язаних з туризмом (авіаційні й інші транспортні компанії, туроператори, турагенти, готельні і ресторани асоціації, видавничі компанії, навчальні і дослідницькі інститути, місцеві та регіональні туристичні ради) [11, с. 37-38].

До ключових органів управління ЮНВТО належать Генеральна Асамблея, Виконавча Рада, Регіональні комісії, Комітети та Секретаріат. При чому найбільш пріоритетні функції з практичного забезпечення міжнародного туризму виконують наступні комітети ЮНВТО:

–Міжнародний комітет з етики туризму до кола інтересів якого належать пропаганда, поширення Глобального етичного кодексу туризму, моніторинг його застосування різними країнами, а також узгодження розбіжностей в процесі його застосування або тлумачення;

–Комітет зі сталого розвитку туризму – ощадливої туристичної діяльності, за якої зберігаються культурна складова, екологічні процеси, біологічне різноманіття та системи життєдіяльності поряд з високим сумарним позитивним ефектом з погляду екології, економіки та соціального розвитку, відповідає за моніторинг та дотримання країнами реалізації «Порядку денного на ХХІ століття для індустрії подорожей та туризму»;

–Комітет зі статистики та допоміжного рахунку в туризмі, головна функція якого полягає у розробці рекомендацій щодо збору та аналізу статистичних даних з міжнародного та національного туризму, а також обґрунтування економічного впливу туристичної діяльності на світовий розвиток через перевірені фактичні дані та показники;

–Комітет з дослідження ринку та конкуренції виконує функцію постійного інформування країн світу про стан міжнародного туризму, зокрема, в частині визначення тенденцій розвитку туристичного ринку, короткострокового та довгострокового прогнозування, аналізу світових ринків виїзного туризму, дослідження окремих ринкових сегментів, та забезпечення урядів країн-членів ЮНВТО статистичними даними для прогнозування діяльності на туристичному ринку [11, с. 45-49].

Досліджуючи національний рівень регулювання міжнародного туризму, варто приймати до уваги рівень участі окремої країни у галузі туризму. Еволюційний розвиток міжнародного туризму та практика окремих

національних економік дають можливість науково класифікувати країни за рівнем участі в туризмі за наступними ознаками:

–за ефектом від функціонування галузі туризму країни поділяють на країни, у яких зміна обсягів споживання туристичного продукту може спричинити кризові явища у національній економіці; країни, у яких негативні наслідки неконтрольованого функціонування туристичної галузі є переважаючими порівняно з іншими галузями; країни, у яких зміна обсягів споживання туристичного продукту не має суттєвого впливу на економіку;

–за внеском туристичної галузі в національну економіку країни поділяють на країни, де туризм є найголовнішим чинником формування державного бюджету; країни, де туристична галузь має суттєвий вплив; країни, де туристична галузь має незначний вплив на національну економіку; країни, де вплив туристичної галузі не відчувається або є вкрай слабким;

–за ступенем регулювання галузі країни поділяють на країни з централізованим управлінням туристичною галуззю на основі розробленої стратегії або регіональним управлінням за умов невеликого обсягу туристичного ринку; країни, в яких галузь туризму розвивається стихійно й за великих обсягів формує умови для інших суб'єктів господарювання, а за незначних – не виділяється серед інших галузей національної економіки, не має інституційних чи фінансових пільг [11, с. 56].

В основі регулювання міжнародного туризму на національному рівні лежать конкретні функції державних інституцій, що вважається доцільним представити у вигляді наступного переліку найбільш пріоритетних:

- формування сприятливого іміджу країни або регіону;
- нормативно-правове забезпечення, загальне планування, координування та контролювання розвитку національної туристичної галузі та окремих різновидів туризму;
- забезпечення сталості туристичної галузі за рахунок охорони навколишнього середовища, культурної спадщини;
- підтримка зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств;
- формування умов для якісного кадрового забезпечення галузі [1, 8, 15].

Практика національного регулювання міжнародного туризму окремою країною може бути ідентифікована за однією з трьох типових моделей державного регулювання туристичної галузі, що все ж матиме специфічні риси.

Країни, що визначають туристичну галузь пріоритетною галуззю національної економіки, а також пропонують на міжнародному ринку досить однотипний туристичний продукт, цілком обґрунтовано застосовують так звану кейнсіанську модель державного регулювання туризму, зміст якої полягає у централізованому управлінні ним через створення спеціалізованого державного органу й значному фінансуванні галузі з метою підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту за рахунок залучення прямих іноземних інвестицій, захисту інтересів малого та середнього бізнесу, забезпечення безпеки іноземних відвідувачів, інвестування в туристичну інфраструктуру й як наслідок активізації в'їзного туризму. Дана модель

державного регулювання туризму є характерною для Великобританії, Туреччини, Єгипту, Китаю, Греції, Хорватії, Мексики тощо [1, 8, 15].

Для європейських країн, зокрема, Швейцарії, Німеччини, Данії, Фінляндії, Австрії, Франції, Монако, Португалії, Сербії, Македонії, Словаччини, Словенії, Латвії, Литви, враховуючи вплив регіоналізації на економіку країн, характерною є так звана партнерська модель державного регулювання туризму. Її особливість полягає в тому, що питання туризму включено до компетенції спеціалізованого галузевого підрозділу міністерства економічного профілю, діяльність якого спрямована на адміністративний та маркетинговий напрями роботи, а також на тісну співпрацю з місцевими органами влади та приватним бізнесом з метою акумулювання приватних інвестицій для реалізації державних програм у туристичній галузі [1, 8, 15].

Автономна модель державного регулювання туризму характерна для високорозвинутих країн світу, наприклад, США, й передбачає відсутність будь яких державних органів у цій сфері національної економіки, посилаючись на саморегулюючий механізм вільноконкурентного ринку та його здатність забезпечити конкурентоспроможність туристичного продукту країни на міжнародному ринку. Слід зазначити, що застосування даної моделі потребує досить високого рівня розвитку туристичної інфраструктури, системи забезпечення безпеки туристів, надання банківських, страхових послуг та медичного обслуговування [1, 8, 15].

Важливою методологічною складовою державного регулювання міжнародного туризму є його методи, що в науковій літературі традиційно класифікуються за об'єктами впливу, формами реалізації та засобами впливу. Так, за об'єктами впливу методи державного регулювання міжнародного туризму спрямовані на регулювання туристичного попиту, туристичної пропозиції або загального характеру, а за формами – на методи прямого впливу на туристичну галузь та методи непрямого впливу, що регулюють поведінку суб'єктів туристичної галузі за рахунок створення певних економічних умов для спрямування її в потрібному державі напрямку [11, с. 72].

Класифікаційна ознака за засобами впливу передбачає групування конкретних методів державного регулювання міжнародного туризму за видами:

–нормативно-правові методи спрямовані на формування ефективного законодавчого поля функціонування міжнародного туризму, до яких варто віднести ратифіковані державою міжнародні правові документи та законодавчі акти органів державної влади у сфері туристичної індустрії;

–адміністративні методи орієнтовані на стратегічне планування, підтримку міжнародного туризму, дослідження світового туристичного ринку, гарантування захисту та безпеки туристів, контроль якості послуг, кадрове забезпечення тощо й реалізуються через такі інструменти як ліцензії, стандарти, сертифікати, візи, квоти, ліміти тощо;

–організаційно-економічні методи реалізуються через такі інструменти як макроекономічні плани, цільові комплексні програми, податкове регулювання, бюджетне фінансування програм розвитку туризму, створення сприятливих умов для залучення інвестицій у туризм;

–соціально-психологічні методи ґрунтуються на застосуванні залучення, спонукання, роз'яснення, примусу й реалізуються через маркетингову та рекламну кампанії, інформаційно-довідкову діяльність із метою формування іміджу країни на світовому туристичному ринку [11, с. 72].

Результати дослідження економічного змісту поняття «міжнародний туризм» дозволяють перейти до більш глибокого дослідження поняття «експортний потенціал туристичної галузі», визначившись з розумінням його складових понять «туристичний експорт» та «потенціал».

У науковій літературі туристичний експорт традиційно розглядають як вивезення з країни туристських вражень, що супроводжується одночасним ввезенням туристом грошей у цю країну [1, 8], тому туристичний експорт з точки зору міжнародних економічних відносин можна цілком обґрунтовано розглядати як фактичний обсяг пропозиції національного туристичного продукту на міжнародному ринку. Разом з тим, поняття «потенціал» етимологічно походить від латинського «potential», що фактично означає наявність можливостей, що можуть бути реалізовані практично.

Дослідженню проблематики визначення поняття «експортний потенціал» присвячено безліч наукових праць, що й породжує їх варіативність. Найбільш змістовними з практичної точки зору, є визначення, представлені у таблиці 2.

Таблиця 2 – Підходи до визначення поняття «експортний потенціал»

Автор	Визначення
Т. О. Бабан	Експортний потенціал – здатність національного господарства, промисловості, галузей економіки або суб'єктів господарської діяльності продукувати необхідну кількість продукції на експорт, що може конкурувати на світовому ринку.
Т. В. Пепа	Експортний потенціал – частина виробничого потенціалу країни, результати якого реалізовані у сфері зовнішньоекономічної діяльності.
С. В. Голіней	Експортний потенціал – можливості країни з експорту продукції, що має конкурентні переваги на міжнародному ринку.
С. В. Фомішин	Експортний потенціал – сукупність природних, виробничих, науково-технічних, трудових, фінансових ресурсів країни, що використовуються або можуть бути використані в зовнішньоекономічній діяльності.
В. М. Бегма	Експортний потенціал – складова економічного потенціалу, що має здатність відтворення конкурентних переваг на міжнародному ринку.
О. М. Кириченко	Експортний потенціал – соціально-економічна категорія ринкової економіки, що відображає можливості галузі підтримувати або нарощувати експортні можливості в довгостроковій перспективі.
Н. М. Тюріна	Експортний потенціал – спроможність галузей економіки виробляти конкурентоспроможні на міжнародному ринку продукцію або послуги шляхом використання наявних та потенційних конкурентних переваг.

Джерело: складено автором на основі [25, 28, 35]

Представлені у таблиці 2 визначення поняття «експортний потенціал» дозволяють об'єднати їх у кілька підходів, зокрема, компаративний, ресурсний, системно-структурний, функціональний та результативний [35], а також

визначити конкретні ознаки, що характеризують досліджуване поняття з позицій адаптації його використання до галузевого рівня, а саме:

–експортний потенціал галузі формується під впливом експортних потенціалів окремих суб'єктів господарювання, що належать до неї;

–експортний потенціал галузі є результуючою кількісною характеристикою, оскільки визначає обсяг експорту галузевої продукції;

–експортний потенціал має тісний кореляційний зв'язок з конкурентоспроможністю продукції, що екпортується на міжнародний ринок;

–експортний потенціал галузі є стратегічною метою національної економіки, а тому реалізується у довгостроковій перспективі.

Сформульовані ознаки експортного потенціалу галузі дозволяють представити його формування під впливом трирівневої системи факторів, зокрема, макроекономічних, конкурентних, внутрішніх факторів галузі, що доцільно графічно інтерпретувати у вигляді рисунку 2.

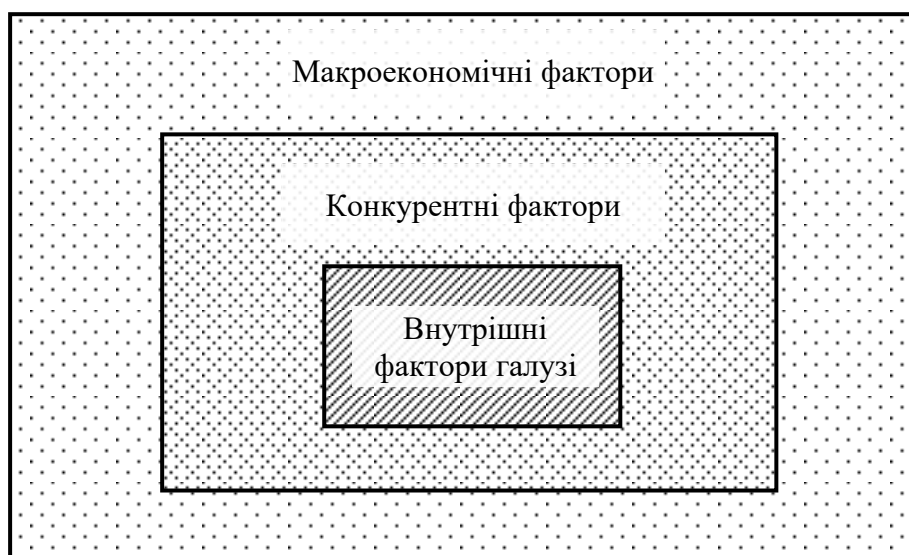


Рисунок 2 – Фактори формування експортного потенціалу галузі

Джерело: складено автором на основі [25, 28, 35]

Внутрішні фактори галузі визначають потенційні можливості виробництва продукції, конкурентні фактори визначають можливості виробленої продукції бути затребуваною серед існуючих та потенційних споживачів, а макроекономічні фактори визначають потенційні обсяги попиту на галузеву продукцію на міжнародному ринку. Розглянемо їх економічний зміст більш ґрунтовно в умовах вітчизняної туристичної галузі.

У теорії міжнародного туризму науковці традиційно виокремлюють динамічні чинники впливу на туристичну галузь, що фактично відображають вплив на формування потенційного попиту на туристичний продукт, а отже відповідають змісту макроекономічних факторів формування експортного потенціалу туристичної галузі, до яких доцільно віднести:

–демографічні фактори, що характеризуються загальними тенденціями зміни чисельності населення, його вікової структури, тривалості життя, змінами умов проживання, зокрема, рівня урбанізації;

–соціальні фактори, що характеризуються загальними тенденціями зміни добробуту населення в основному розвинених країн донорів туристів на міжнародний ринок, змінами у режимах праці та відпочинку, чисельності людей пенсійного віку;

–економічні фактори, що відображають зміни у споживчій поведінці в частині пропорції споживання товарів та послуг, а також специфічних запитів туристів під впливом світових трендів;

–безпекові фактори, що пов'язані з безпековою ситуацією у світі або окремих туристичних регіонів, включаючи рівень тероризму, наявність військових дій локального характеру, спалахів інфекційних хвороб, чинників екологічної безпеки тощо;

–міжнародні фактори, що пов'язані з пом'якшенням міжнародного клімату, процесами глобалізації, розв'язанням спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу тощо [43, с. 204; 36, с. 258].

Конкурентні фактори, що впливають на формування експортного потенціалу туристичної галузі, тісно корелюють з теорією конкуренції, ґрунтовно охарактеризованою у науковій праці М. Портера, й пов'язані зі стадією життєвого циклу галузі, інтенсивністю конкуренції на міжнародному ринку та рівнем її конкурентоспроможності [33].

Галузь за теорією М. Портера проходить певні стадії життєвого циклу, до яких належать стадії зародження, зростання, зрілості і спаду, що характеризуються певною інтенсивністю конкуренції та певними інструментами конкурентної боротьби. Ідентифікувати стадію життєвого циклу галузі можливо за критерієм обсягу реалізації товарів або послуг. Разом з тим, інтенсивність галузевої конкуренції розглядається як ступінь протидії гравців ринку в боротьбі за споживача [33].

Поняття міжнародної конкурентоспроможності галузі є більш багатоаспектним й представлене значною варіативністю підходів. Так, А. В. Остапенко розглядає її як галузеву ефективність за традиційними показниками та показниками, що характеризують ступінь стійкості та динамічності галузі за умов різних сценаріїв розвитку світової та національної економік; І. А. Спиридонов як наявність у неї конкурентних переваг, що дозволяють виробляти продукцію високої якості, постачати продукцію на ринок в оптимальні терміни; М. Портер як наявність у національних галузях конкурентних переваг, зокрема, раціональної галузевої структури, висококонкурентних підприємств-лідерів, ефективної дослідно-конструкторської та виробничо-технологічної бази, розвинутої галузевої інфраструктури та ефективної системи розподілу продукції, гнучкої системи науково-технічного, виробничого і матеріально-технічного міжнародного та національного співробітництва, порівняно з найбільш успішними учасниками світового ринку; М. М. Шевченко як спроможність національної галузі

забезпечувати високий рівень задоволення власною продукцією потреб споживачів порівняно з конкурентами, утримувати та зміцнювати стійкі позиції на певних сегментах світового ринку та забезпечувати прибутковість на основі раціонального використання ресурсів в умовах глобалізації [26]. Запропоновані визначення є досить схожими за економічним змістом, не суперечать один одному, проте визначення М. М. Шевченко є більш повним, оскільки враховує всі фактори впливу на конкурентоспроможність галузі й акцентує увагу на її забезпеченні у довгостроковому періоді. Отже, ключовими постулатами теорії міжнародної конкурентоспроможності галузі пропонуємо визначити наступні:

- ключовим фактором забезпечення конкурентоспроможності галузі є формування та підтримання конкурентних переваг;

- конкурентоспроможність галузі є відносною кількісною величиною порівняння з конкуруючими галузями міжнародного ринку;

- конкурентоспроможність галузі формується під впливом конкурентоспроможності національних суб'єктів господарювання та макроекономічних факторів міжнародної економіки;

- конкурентоспроможність галузі є динамічним явищем і підлягає державному регулюванню.

У теорії міжнародного туризму поряд з динамічними чинниками впливу на туристичну галузь виокремлюють статичні, що фактично пов'язані з існуючими складовими її економічного потенціалу й визначають її сильні та слабкі сторони, можуть розглядатись як внутрішні фактори галузі [36, с. 258; 43, с. 204]. У науковій літературі немає єдиного підходу до визначення поняття «економічний потенціал туристичної галузі» та його складових. Так, О. Комліченко та Н. Ротань під економічним потенціалом туристичної галузі розуміють ресурсний потенціал – сукупність унікальних культурних, природних, рекреаційних ресурсів, розвиненої туристичної інфраструктури, а К. І. Чумаков пропонує розглядати туристичний потенціал з позицій економічного виміру як здатність створювати туристичний продукт за рахунок більш ефективного порівняно з поточним рівнем використання складових ресурсного потенціалу туристичної галузі [65, с. 29]. Можемо частково погодитись з позицією зазначених авторів, але пропонуємо до нього включити ще й державне регулювання, що чинить суттєвий стимулюючий або обмежуючий вплив на реалізацію туристичного потенціалу галузі. Тому до складових економічного потенціалу туристичної галузі для вирішення завдань роботи пропонуємо включити державне регулювання туристичної галузі, ресурсний потенціал, туристичну інфраструктуру.

Отже, отримані результати дослідження економічного змісту поняття «експортний потенціал» дозволяють сформулювати його авторське визначення адаптоване до завдань дослідження як: «Експортний потенціал туристичної галузі – це динамічна економічна категорія, що відображає максимально можливий обсяг експорту національного туристичного продукту, що формується під впливом макроекономічних, конкурентних та внутрішніх факторів галузі й реалізується у довгостроковій перспективі». Переважаючий вплив сприятливих внутрішніх, конкурентних та макроекономічних факторів на

туристичну галузь забезпечує зростання її конкурентоспроможності на міжнародному ринку, а отже й експортного потенціалу.

Практична значимість дослідження проблематики визначення експортного потенціалу туристичної галузі полягає у можливості його кількісної оцінки у поточному періоді з метою визначення шляхів його нарощення та як результату зростання доходів національної економіки від туристичної діяльності на міжнародному ринку в перспективі, що потребує застосування відповідних методичних підходів.

В сучасній науковій літературі, на жаль, відсутні моделі оцінки експортного потенціалу туристичної галузі, проте є певні напрацювання у частині окремих методів та моделей його оцінки у інших галузях економіки, що заслуговують розгляду. В цілому, методи оцінки експортного потенціалу більшість науковців пропонують поділяти на загальнонаукові, зокрема, методи емпіричного дослідження (моніторинг, порівняння, експеримент), методи теоретичного дослідження (формалізація, аксіоматичний метод), загальні методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, моделювання, аналогія, історичний і логічний методи, метод графів тощо), та спеціальні, що використовуються лише в процесі оцінки експортного потенціалу [28].

Щодо специфічних методик оцінки експортного потенціалу, то тут варто виокремити методику з побудови інтерактивної карти експортного потенціалу та торговельної карти у вигляді бульбашкової діаграми, методику оцінки експортного потенціалу галузі за кількісно обмеженими ресурсами О. М. Кириченко, систему показників для оцінки експортного потенціалу Г. В. Дугінець та Г. В. Кучерявенко, що потребують конкретизації.

Методики з побудови інтерактивної карти експортного потенціалу та торговельної карти у вигляді бульбашкової діаграми, розроблені International Trade Centre (далі – ІТС), що належать до групи матричних методів. Методика з побудови інтерактивної карти експортного потенціалу на основі факторів попиту на цільовому ринку, показників експорту, тарифних умов, двосторонніх зв'язків між країною-експортером та цільовим ринком передбачає розрахунок показників *export potential indicator* (далі – EPI), що характеризує поточний рівень експортного потенціалу галузі, та *product diversification indicator* (далі – PDI), що характеризує сприятливі можливості на міжнародному ринку нових товарів у диверсифікованому продуктовому портфелі галузі, а також їх графічне представлення у матричному вигляді. Торговельна карта у вигляді бульбашкової діаграми відрізняється лише набором запропонованих показників, до яких включено частку країни-партнера в національному експорті, річний темп зростання імпорту галузевої продукції країною-партнером на міжнародному ринку, частку країни у світовому імпорті галузевої продукції, що характеризує розмір бульбашки [35].

О. М. Кириченко пропонує методику оцінки експортного потенціалу галузі на міжнародному ринку, що ґрунтується на врахуванні критерію обмеженості ресурсів під час його кількісної оцінки. Так, науковець пропонує визначити експортний потенціал харчової промисловості на основі аналітичної моделі, виходячи з показника наявності земель сільськогосподарського

призначення та його коригування на прогностні коефіцієнти змін окремих показників та інших показників, що визначаються за фактичними статистичними даними або розраховуються. Практична значимість такого підходу полягає у можливості оцінити як поточний рівень експортного потенціалу, так і його прогностне значення [28].

Значущість наукового доробку Г. В. Дугінець та Г. В. Кучерявенко полягає у пропонуванні системи спеціальних показників, що можуть бути використані для оцінки експортного потенціалу, зокрема, валовий обсяг експорту та темпи його зміни, експортна квота, питома вага експорту галузевої продукції країни в міжнародній торгівлі, коефіцієнт покриття експорту імпортом, коефіцієнт «windfall profit», кількість країн-імпортерів, коефіцієнт диверсифікації територіально-географічної структури експорту, коефіцієнт «default risk», показники експорту галузі за країнами тощо [28].

Отже, як бачимо єдиного методичного підходу до кількісного визначення експортного потенціалу галузі не існує, тому пропонуємо для реалізації практичних завдань оцінки експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі використати авторську комплексну методику його інтегральної оцінки з врахуванням макроекономічних, конкурентних та внутрішніх факторів впливу, що може бути використана в прогностичних цілях. Графічне зображення комплексної методики представлено на рисунку 3.

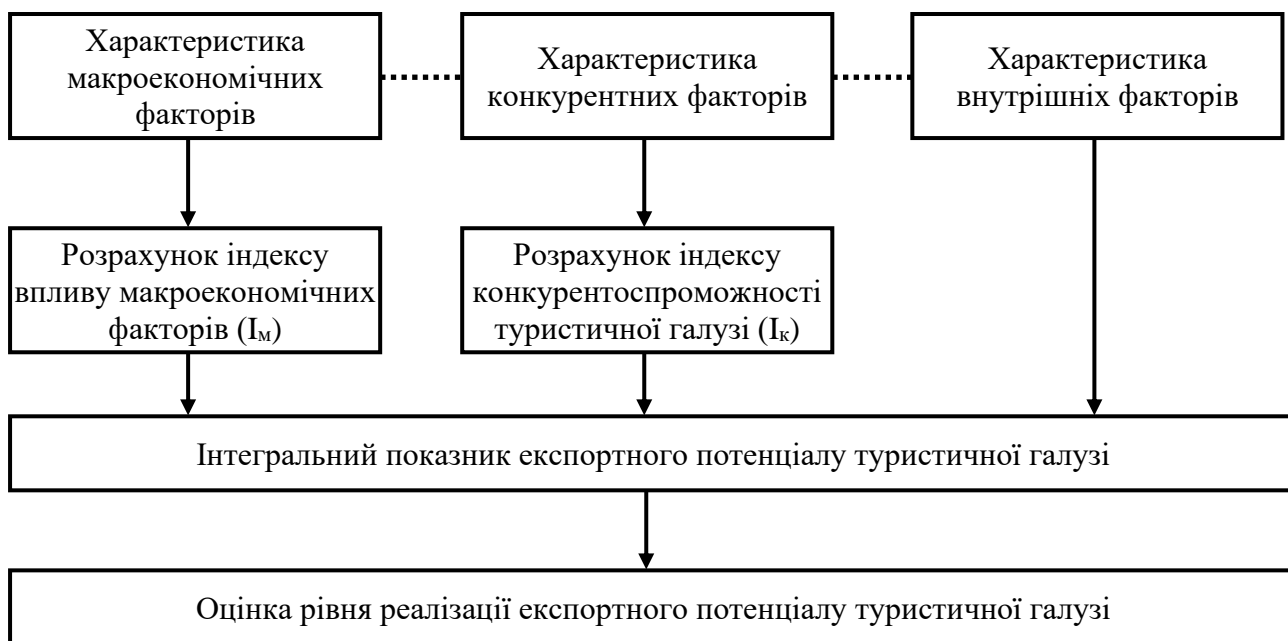


Рисунок 3 – Модель інтегральної оцінки експортного потенціалу туристичної галузі з врахуванням факторів впливу та рівня його реалізації

Джерело: складено автором на основі [25, 28, 35]

Характеристика макроекономічних факторів формування експортного потенціалу туристичної галузі лежить у площині статистики міжнародних економічних та соціальних відносин, тому інформаційною базою в даному випадку виступатимуть статистичні дані Світового банку, ООН, Всесвітньої

організації торгівлі (далі – WTO), спеціалізованих структур та організацій міжнародного та національного рівня, що задіяні у зборі та аналізі статистичних даних в окремих сферах.

У якості показників, що характеризуватимуть макроекономічні фактори впливу пропонуємо використати чисельність населення світу, вікову структуру, середню тривалість життя, рівень безробіття, валовий внутрішній продукт на душу населення, співвідношення міжнародної торгівлі послугами та товарами, кількість військових конфліктів, кількість вакцинованих від COVID-19, показник концентрації вуглекислого газу CO₂. Для аналізу зазначених показників використовуватимуться статистичні методи аналізу та графічний для наочної інтерпретації отриманих результатів.

Для аналізу конкурентних факторів впливу на формування експортного потенціалу туристичної галузі пропонуємо на основі статистичних даних WTO охарактеризувати динаміку показників експорту туристичних послуг, в тому числі у розрізі окремих країн, з метою визначення стадії життєвого циклу міжнародної туристичної галузі, а також оцінити інтенсивність конкуренції, визначивши показник її концентрації за індексом концентрації CR₈, що методологічно є більш простим у застосуванні й розраховується як:

$$CR_8 = \sum_{i=1}^{n=8} S_i, \quad (1)$$

де CR₈ – індекс концентрації галузі;

S_i – частка і-ї країни в світовому експорті туристичних послуг, %;

n = 8 – перші вісім країн в рейтингу світових експортерів туристичного продукту [21].

Якщо CR₈ > 85, то галузь є високо концентрованою й характеризується монопольним становищем на ринку кількох гравців; якщо 70 < CR₈ < 85, то галузь є помірно концентрованою; якщо CR₈ < 75, то галузь є низько концентрованою. В цілому, чим нижче монополізм галузі, тим більшим є вплив конкурентних факторів на її розвиток та формування попиту [21].

Крім того, на завершальному етапі оцінки конкурентних факторів на формування експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі пропонуємо оцінити її міжнародну конкурентоспроможність. Методологічною проблемою оцінки міжнародної конкурентоспроможності туристичної галузі є значна варіативність підходів у міжнародній та вітчизняній практиці, в основі яких лежать відмінності у застосуванні поняття «конкурентоспроможність» притаманного зарубіжним підходам та «потенціал», «привабливість» притаманних вітчизняним джерелам, що потребують уточнення та вибору найбільш оптимальної для завдань магістерської роботи.

У вітчизняній науковій думці запропоновано визначати рівень конкурентоспроможності туристичної галузі за показниками, що характеризують туристичний потенціал. Так, І. О. Ковшова пропонує методику оцінювання туристичного потенціалу, що базується на аналізі 8 сфер, зокрема,

туристично-рекреаційний потенціал країни, культури та історичної спадщини, туристичної індустрії, культури туристичного обслуговування, політичного стану у країні, стану розвитку науки, освіти і техніки, економічного розвитку у державі й досягнення у спорті, які утворюють так званий «восьмикутник», О. О. Самко пропонує інтегральний коефіцієнт, що містить п'ять груп індикаторів, що характеризують інвестиційну, інфраструктурну, інтелектуальну, інформаційну складові та історико-культурну спадщину, О. В. Музиченко-Козловська пропонує здійснювати оцінку існуючої туристичної привабливості за допомогою експертно-статистичного методу на основі визначеного переліку показників, зокрема, площа природних рекреаційних ресурсів, кількість антропогенних туристичних ресурсів, кількість засобів розміщення туристів, інвестиції в основний капітал готелів та ресторанів, середній рівень цін на послуги у туристичних підприємствах, доходи на душу населення, кількість економічно активного населення, кількість підприємств-суб'єктів підприємництва, щільність автомобільних доріг із твердим покриттям, коефіцієнт злочинності, щільність шкідливих викидів в атмосферу, поточні витрати підприємств на охорону природних ресурсів, витрати підприємств на ремонт основних засобів природоохоронного призначення [23, 26, 40].

Натомість міжнародний досвід пропонує для оцінки міжнародної конкурентоспроможності туристичних галузей використовувати індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму (далі – ІКПТ), що публікується Всесвітнім економічним форумом один раз на 1-2 роки в «Звіт із конкурентоспроможності подорожей і туризму», починаючи з 2007 року, розраховується як інтегральна оцінка чотирьох під індексів, зокрема, сприятливості середовища, державної політики та регулювання подорожей та туризму, інфраструктури, природних і культурних ресурсів, 14 груп індикаторів та 90 показників, й дозволяє рейтингувати країни світу [23, 26, 40].

Отже, порівнюючи міжнародний та вітчизняний досвід оцінки міжнародної конкурентоспроможності туристичної галузі вважаємо більш доцільним для вирішення завдань магістерської кваліфікаційної роботи скористатися індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму для оцінки міжнародної конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі, оскільки він забезпечує ознаку відносності показника конкурентоспроможності.

Для розрахунку індексів впливу макроекономічних та конкурентних факторів за моделлю пропонується використати принцип Бернуллі-Лапласа щодо рівнозначності впливу окремих показників на формування експортного потенціалу галузі до попередньо стандартизованих показників оцінки, що мають різні одиниці виміру. Стандартизацію показників пропонуємо здійснювати за еталонним значенням у досліджуваному періоді за умов врахування вектору впливу, класифікуючи їх на стимулятори та дестимулятори. Формалізований вигляд розрахунку стандартизованого показника має вигляд:

$$d_i^+ = \frac{d_i}{d_{max}} \text{ або } d_i^- = \frac{d_{min}}{d_i}, \quad (2)$$

де d_i^+ (d_i^-) – стандартизований показник стимулятор (дестимулятор);
 d_i – фактичне значення показника у i -му періоді;
 d_{max} (d_{min}) – еталонне максимальне (мінімальне) значення показника у досліджуваному періоді.

Розрахунок інтегральних індексів впливу макроекономічних та конкурентних факторів на формування експортного потенціалу за моделлю пропонуємо здійснювати за наступним формалізованим виразом:

$$I_i = \sum_{i=1}^n \frac{d_i^+ (d_i^-)}{n}, \quad (3)$$

де I_i – інтегральний індекс впливу факторів i -ї групи на формування експортного потенціалу туристичної галузі, од.;

d_i^+ (d_i^-) – стандартизований показник стимулятор (дестимулятор), од.;

n – кількість показників у групі факторів.

Аналіз внутрішніх факторів вітчизняної туристичної галузі пропонуємо зосередити на оцінці діючого вітчизняного нормативно-правового поля щодо державного регулювання туризму, ресурсного потенціалу та туристичної інфраструктури [16], а також показників, що характеризують результати та ефективність її функціонування на основі статистичних даних Державної служби статистики України. У якості аналітичних показників пропонуються експорт туристичних послуг за видами туризму, в'їзний туристичний потік, співвідношення експорту та імпорту туристичних послуг тощо.

Для визначення інтегрального показника експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі пропонуємо у якості обмеженого ресурсу використати показник річної місткості засобів розміщення, скорегований на коефіцієнт сезонності, й використати модель:

$$I = [M \times (1 - t) \times I_M \times I_K] \times S, \quad (4)$$

де I – інтегральний показник експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, дол. США;

M – річна місткість засобів розміщення, скорегована на коефіцієнт сезонності, осіб;

t – питома вага внутрішніх туристів у туристичному обігу, од.;

I_M – індекс впливу макроекономічних факторів, од.;

I_K – індекс конкурентоспроможності туристичної галузі, од.;

S – середній дохід з одного іноземного туриста, дол. / особу.

На завершальному етапі аналізу експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі доцільним вважаємо діагностування рівня його реалізації, що пропонуємо здійснити за наступним формалізованим виразом:

$$E = \frac{Exp}{I}, \quad (5)$$

де E – рівень реалізації експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, од.;

I – інтегральний показник експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, дол. США;

$E_{хр}$ – фактичний експорт вітчизняної туристичної галузі, дол. США.

Таким чином, запропонована комплексна методика інтегральної оцінки експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі дозволить не лише визначити його поточний стан, а й тенденції реалізації в динаміці та прогнозувати зміни з врахуванням потенційних змін індикаторів моделі в результаті змін у макроекономічному середовищі або реалізації заходів державного регулювання туристичної галузі, спрямованих на підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Оцінку експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі за комплексною методикою розпочнемо з аналізу макроекономічних показників його формування. Ключовими макроекономічними показниками формування попиту на туристичний продукт є група демографічних показників, динаміка яких у 2017-2021 рр. представлена у таблиці 3 та на рисунку 4-5.

Таблиця 3 – Динаміка окремих демографічних показників світу як факторів формування експортного потенціалу туризму в 2017-2021 рр.

Показник	2017	2018	2019	2020	2021	Абс. відхилення	Відн. відхилення, %
Чисельність населення, млн. чол.	7509	7592	7673	7753	7831	322	4,3
Середня тривалість життя, років	26,3	27,4	28,5	29,6	30,9	4,6	17,5
Вікова структура населення, %:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0	0,0
- до 15 років	30,1	28,1	27,0	26,2	25,5	-4,6	-15,3
- 15-24 років	17,7	18,1	17,5	16,3	15,5	-2,2	-12,4
- 25-64 років	45,3	46,5	48,0	49,4	49,7	4,4	9,7
- старше 65 років	6,9	7,3	7,6	8,2	9,3	2,4	34,8

Джерело: [80]

Результати аналізу динаміки демографічних показників чисельності населення світу та середньої тривалості життя у 2017-2021 рр. (див. таблицю 3 та рисунок 4) свідчать про їх зростання на 322 млн. чол. або 4,3% та 4,6 років або 17,5%, що забезпечує їх позитивний вплив на зростання потенційної клієнтської туристичної бази за інших рівних умов, що можуть спричинити їх різку зміну, зокрема, ризику глобального поширення інфекційних захворювань.

Динаміка вікової структури населення світу (див. таблицю 3 та рисунок 5) у 2017-2021 рр. демонструє чітку тенденцію до старіння, оскільки питома вага населення віком до 15 років скоротилась на 4,6% або 15,3% у відносному виразі, у віці 15-24 років на 2,2% та 12,4% відповідно. Разом з тим, питома вага економічно активного населення у віці 25-64 років зросла на 4,4% або 9,7% у

відносному виразі, а питома вага населення пенсійного віку за більшістю економік світу старше 65 років на 2,4% та 34,8% відповідно.

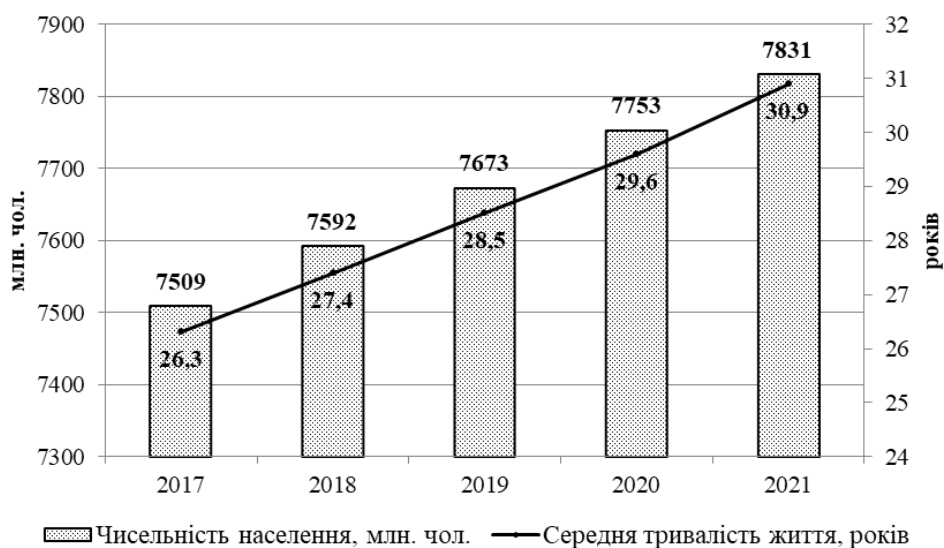


Рисунок 4 – Динаміка демографічних показників чисельності населення світу та середньої тривалості життя у 2017-2021 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [80]

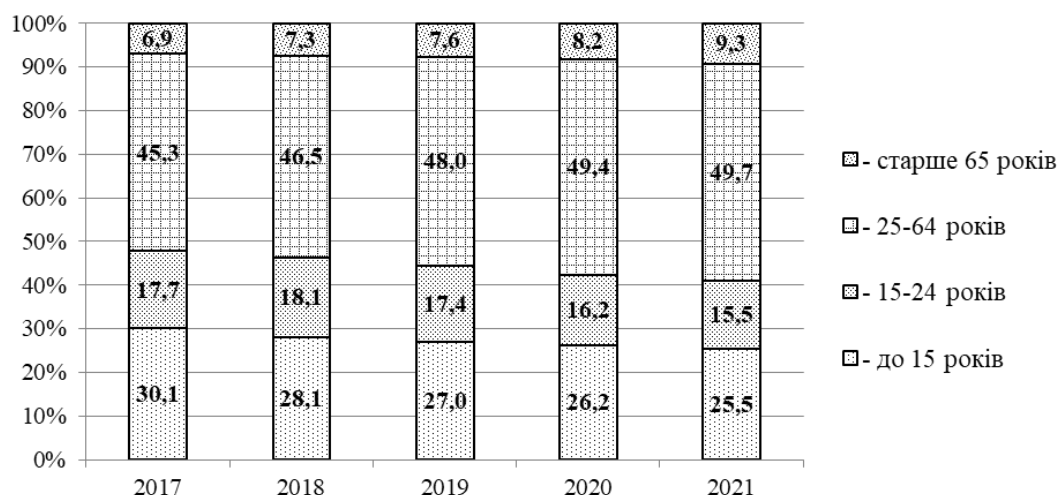


Рисунок 5 – Динаміка демографічних показників чисельності населення світу та середньої тривалості життя у 2017-2021 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [80]

Подібні тенденції у змінах вікової структури населення світу справляють позитивний вплив на розвиток міжнародного туризму, адже забезпечує потенційний склад туристів з осіб, які мають доходи для того, щоб подорожувати, або вільний час, який можуть використати в туристичних цілях.

Для аналізу економічних показників макроекономічних факторів формування експортного потенціалу туристичної галузі доцільною є оцінка динаміки показників рівня безробіття, валового внутрішнього продукту на душу населення, співвідношення міжнародної торгівлі послугами та товарами, що загалом характеризують можливості туристів реалізувати потреби в

отриманні туристичного продукту. Динаміка зазначених показників у 2017-2021 рр. представлена у таблиці 4 та на рисунку 6.

Таблиця 4 – Динаміка економічних показників макроекономічних факторів формування експортного потенціалу туризму в 2017-2021 рр.

Показник	2017	2018	2019	2020	2021	Абс. відхилення	Відн. відхилення, %
Рівень безробіття, %	5,9	5,5	5,4	7,2	6,5	0,53	8,92
ВВП на душу населення, дол. США/чол.	10829,9	11372,3	11417,2	10925,7	11535,4	705,50	6,51
Співвідношення міжнародної торгівлі послугами та товарами, %	31,0	31,0	33,0	29,0	27,0	-0,04	-12,90

Джерело: [73-74, 78, 81]

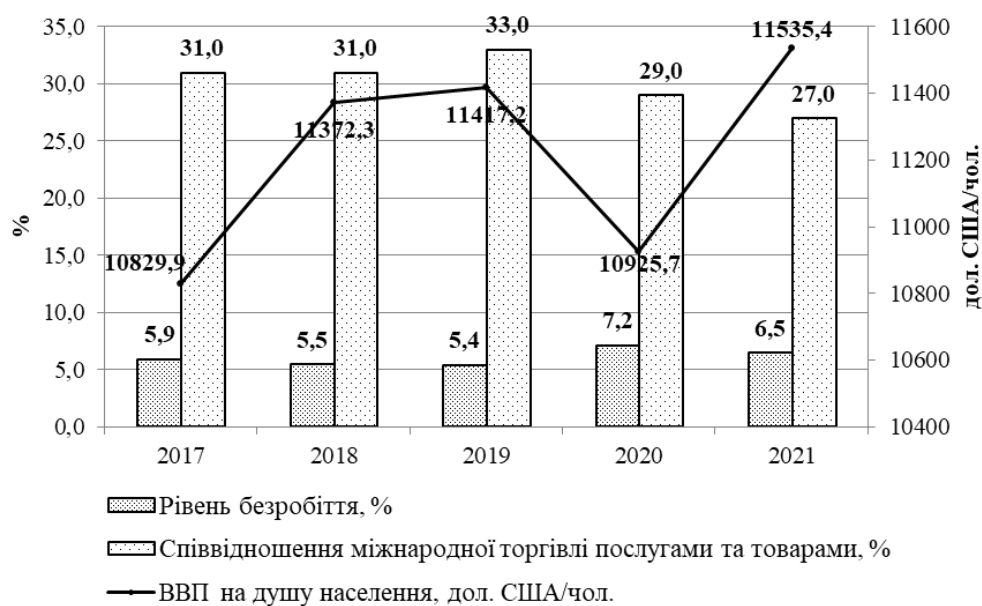


Рисунок 6 – Динаміка економічних показників макроекономічних факторів формування експортного потенціалу туризму в 2017-2021 рр.

Джерело: складено автором на основі [73-74, 78, 81]

Результати проведених розрахунків економічних показників макроекономічних факторів формування експортного потенціалу туризму в 2017-2021 рр. у таблиці 4 та на рисунку 6 свідчать про їх сприятливий вплив на сферу туризму у 2017-2019 рр., про що свідчить скорочення рівня безробіття на 0,52% або на 8,75% у відносному виразі, зростання співвідношення міжнародної торгівлі послугами та товарами на 2,00% або 6,45% та ВВП на душу населення на 587,30 дол. США/чол. або 5,42% відповідно. Починаючи з 2020 року під впливом глобального поширення пандемії COVID-19 та як

наслідок рецесії світової економіки, вплив економічних факторів на туристичну галузь став вкрай руйнівним, що відобразилось на загальній зміні показників протягом досліджуваного періоду. Так, рівень безробіття протягом 2017-2021 рр. зріс на 0,53% або 8,42% у відносному виразі, не повернувшись до пандемічного періоду 2019 року з показником 5,4%, співвідношення міжнародної торгівлі послугами та товарами скоротилось на -0,04% або на 12,90% й ознак відновлення попиту у 2021 році не демонструвало, ВВП на душу населення зросло на 705,50 дол. США/чол. або 6,51% й фактично перевершив показник допандемічного рівня у 2019 році 11417,2 дол. США/чол. за рахунок реалізації відкладеного у 2020 році попиту та більш швидкого відновлення галузей матеріального виробництва товарів.

Одними з ключових макроекономічних факторів стимулювання попиту на туристичні послуги є фактори безпеки, що стосуються тенденцій поширення військових конфліктів, інфекційних хвороб у світі та рівня медичного обслуговування, а також рівня забезпечення сталості навколишнього середовища. Проаналізуємо їх більш ґрунтовно.

У своєму дослідженні «Індекс війни» спеціалісти недержавного аналітичного центру «Українські студії стратегічних досліджень» пропонують класифікувати військові конфлікти на війни, прикордонні зіткнення, локальні конфлікти, воєнні перевороти, теракти, внутрішньополітичні кризи, дипломатичні протистояння. Разом з тим, автори дослідження зазначають, що з втратою пріоритетної ролі США на економічній мапі світу, у міжнародному просторі розпочався новий етап стратегічного перерозподілу зон впливу, що відбувається, на жаль, військовим шляхом у поєднанні з невійськовими інструментами тиску та примусу, що призводить до зростання кількості військових конфліктів (рисунок 7). Крім того, специфіка сучасних військових конфліктів полягає у їх регіоналізації, посиленні впливу мережеских воєнізованих формувань та виникненні інструменту квазідержав як «мертвих зон», що утворюються поза межами впливу національних держав, регіональних лідерів та в результаті стратегічного протистояння наддержав [18, с. 4-5].



Рисунок 7 – Динаміка кількості світових військових конфліктів як безпекового фактору формування експортного потенціалу туризму в 2017-2021 рр.

Джерело: складено автором на основі [18, 60, 71]

Аналізуючи динаміку кількості світових військових конфліктів на рисунку 7 бачимо їх різке зростання в досліджуваному періоді у 2021 році, що характеризувався наростанням провокацій з боку Росії щодо країн східного флангу НАТО, зокрема, України у локальному, замороженому військовому конфлікті на Донбасі, що переріс у відкриту військову агресію проти України 24 лютого 2022 року, зростанням напруги навколо Тайваню, наслідком чого стало формування блоку AUKUS (Австралія, Велика Британія, США), поразки США в Афганістані, використання мігрантів як інструменту гібридної війни щодо членів ЄС, наростанням інтенсивності на території менш розвинутих держав збройних конфліктів різного рівня, активним втручанням в силову конкуренцію регіональних лідерів – Ірану, Туреччини, реанімацією десятиліттями заморожених конфліктів, наприклад, у Нагірному Карабаху [18]. Подібна тенденція суперечить безпеці туристів й не може стимулювати розвиток міжнародної туристичної галузі у регіонах, де посилюються війни.

Щодо впливу на безпеку туристичних подорожей з боку поширення інфекційних хвороб, то слід зазначити, що за даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (далі – ВООЗ) найбільш смертоносними, в тому числі, для подорожуючих, залишаються гострі респіраторні інфекції нижніх дихальних шляхів – четверта за поширеністю причина смертей у світі, до яких також включено коронавірусну інфекцію SARS, яка спалахнула у Південному Китаї у 2002-2003 рр., SARS-CoV-2 (COVID-19), що вже отримала статус пандемії, гепатит В, гострі кишкові захворювання (ротавірусна інфекція, шигельоз, сальмонельоз), малярія, менінгіт, енцефаліт, тиф, кір, сифіліс, холера, кашлюк [79]. Слід зазначити, що сьогодні єдиним стримуючим фактором нівелювання ризиків смертності від COVID-19, а значить й зростання безпечності подорожуючих є вакцинація, показником якої пропонуємо обрати динаміку кількості вакцинованих у 2020-2021 рр. у кварталному розрізі (рисунок 8).

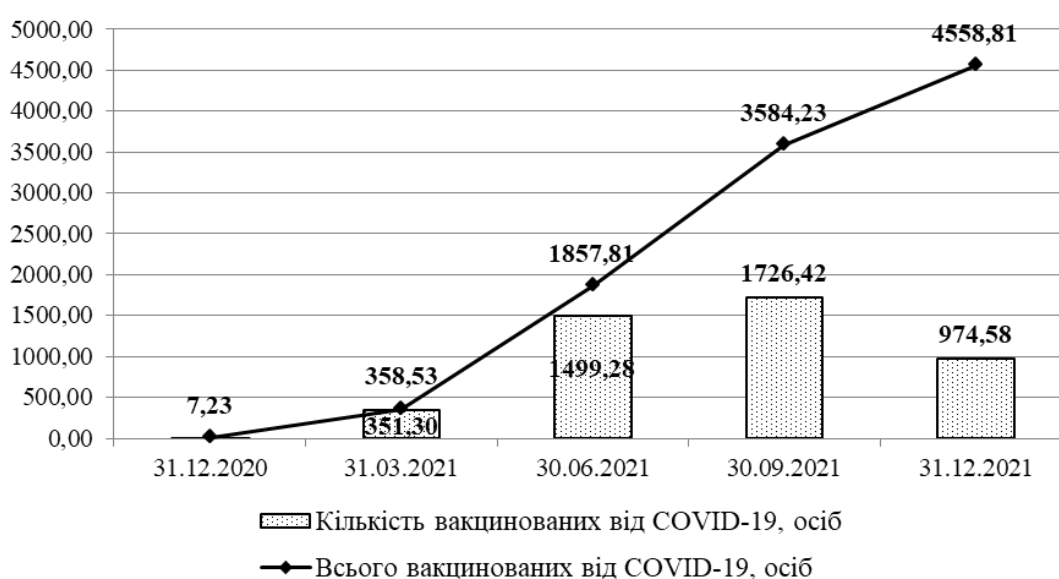


Рисунок 8 – Динаміка кількості вакцинованих від COVID-19 за період 31.12.2020-31.12.2021 рр.

Джерело: складено автором на основі [79]

Висхідна динаміка зростання кількості вакцинованих від Covid-19 за період 31.12.2020-31.12.2021 рр. (див. рисунок 8) до рівня 4558,81 млн. осіб є стимулюючим безпековим фактором поживлення туристичних потоків.

Ще одним важливим безпековим фактором туризму є рівень забруднення навколишнього середовища, який пропонуємо оцінити за динамікою концентрації вуглекислого газу CO₂ в атмосферному повітрі (рисунок 9), адже саме він провокує найбільший ефект глобального потепління, зміни кліматичних умов та зміни стану здоров'я населення світу.

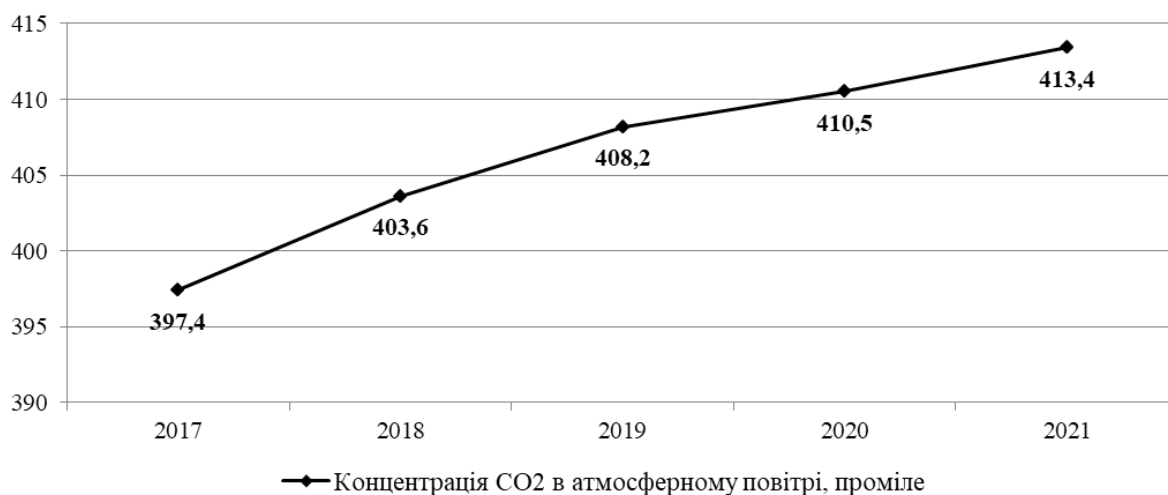


Рисунок 9 – Динаміка рівня концентрації вуглекислого газу CO₂ в атмосферному повітрі в 2017-2021 рр.

Джерело: складено автором на основі [72]

Отже, зростання рівня концентрації вуглекислого газу CO₂ в атмосферному повітрі протягом 2017-2021 рр. до показника 413,4 проміле у 2021 році свідчить про посилення дестимулюючого впливу даного показника на формування експортного потенціалу міжнародної туристичної галузі.

Проаналізувавши макроекономічні фактори формування експортного потенціалу міжнародної туристичної галузі за окремими показниками, визначимо індекс впливу макроекономічних факторів (I_М), представивши результати розрахунків у вигляді таблиці 5.

З результатів проведених розрахунків таблиці 5 видно, що вплив макроекономічних факторів формування експортного потенціалу міжнародної туристичної галузі протягом 2017-2020 рр. був дестимулюючим, про що свідчить зменшення індексу впливу макроекономічних факторів на 0,10 од. або 12,0% з 0,83 од. у 2017 році до 0,73 од. у 2020 році, тоді як у 2021 році ситуація змінилась зі зростанням індексу до 0,85 од. Разом з тим, слід зазначити, що на дестимулюючий вплив макроекономічних факторів формування експортного потенціалу міжнародної туристичної галузі суттєвий вплив у досліджуваному періоді справили економічні фактори, індекс за якими продемонстрував скорочення протягом 2017-2021 рр. на 0,05 од. або 5,17% та безпекові фактори динаміка індексу за якими була нестабільною й залишалась протягом досліджуваного періоду на рівні не вище 0,76.

Таблиця 5 – Розрахунок індексу впливу макроекономічних факторів (I_M) за період 2017-2021 рр.

Показник	Еталонне значення	Фактичні показники					Стандартизовані показники				
		Роки					Роки				
		2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Чисельність населення, млн. чол.	7831,0	7509	7592	7673	7753	7831	0,96	0,97	0,98	0,99	1,00
Середня тривалість життя, років	30,9	26,3	27,4	28,5	29,6	30,9	0,85	0,89	0,92	0,96	1,00
<i>Вплив демографічних факторів</i>							<i>0,91</i>	<i>0,93</i>	<i>0,95</i>	<i>0,97</i>	<i>1,00</i>
Рівень безробіття, %	5,4	5,9	5,5	5,4	7,2	6,5	0,92	0,98	1,00	0,75	0,83
ВВП на душу населення, дол. США/чол.	11535,4	10829,9	11372,3	11417,2	10925,7	11535,4	0,94	0,99	0,99	0,95	1,00
Співвідношення міжнародної торгівлі послугами та товарами, %	33,0	31,0	31,0	33,0	29,0	27,0	0,94	0,94	1,00	0,88	0,82
<i>Вплив економічних факторів</i>							<i>0,93</i>	<i>0,97</i>	<i>1,00</i>	<i>0,86</i>	<i>0,88</i>
Кількість військових конфліктів у світі	6,0	6	8	10	19	28	1,00	0,75	0,60	0,32	0,21
Кількість вакцинованих від COVID-19, осіб	4551,6	0	0	0	7,23	4551,58	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
Концентрація CO ₂ в атмосферному повітрі, проміле	397,4	397,4	403,6	408,2	410,5	413,4	1,00	0,98	0,97	0,97	0,96
<i>Вплив безпекових факторів</i>							<i>0,71</i>	<i>0,64</i>	<i>0,60</i>	<i>0,52</i>	<i>0,77</i>
Індекс впливу макроекономічних факторів (I_M)							0,83	0,81	0,81	0,73	0,85

Джерело: складено автором

Вихідні дані для аналізу конкурентних факторів впливу на формування експортного потенціалу міжнародної туристичної галузі у 2017-2021 рр. представлені у таблиці 6, а окремі з них на рисунку 10.

Таблиця 6 – Динаміка показників експорту туристичних послуг на міжнародному ринку в 2017-2020 рр.

Показник	2017	2018	2019	2020	Абс. відхилення	Відн. відхилення, %
Експорт туристичних послуг, млрд. дол. США	1310	1437	1442	549	-761	-58,09
Частка експорту туристичних послуг у загальному експорті послуг, %	24,8	24,9	23,8	11,2	-13,6	-54,84
Експорт туристичних послуг Топ-8 країнами світу:	446,8	479,8	489,3	197,4	-249,4	-55,82
США	203,7	214,5	193,3	72,8	-130,9	-64,26
Таїланд	57,5	63,1	60,5	14,2	-43,3	-75,30
Австралія	41,7	45,3	45,4	25,5	-16,2	-38,85
Китай	38,8	39,5	34,5	17,1	-21,7	-55,93
Японія	33,9	41,1	45,2	-	-33,9	-100,00
Індія	27,4	28,6	30,7	13	-14,4	-52,55
Туреччина	22,5	25,2	29,8	-	-22,5	-100,00
Мексика	21,3	22,5	-	-	-21,3	-100,00
Великобританія	-	-	49,9	18,9	18,9	100,00
Об'єднані арабські емірати	-	-	-	24,6	24,6	100,00
Канада	-	-	-	11,3	11,3	100,00

Джерело: [81]



Рисунок 10 – Динаміка світового експорту послуг та його питомої ваги у світовій торгівлі послугами в 2017-2020 рр.

Джерело: складено автором на основі [81]

З показника динаміки світового експорту туристичних послуг в 2017-2020 рр. (див. таблиця 6 та рисунок 10) видно, що він мав незначний темп приросту протягом 2017-2019 рр. на 132 млрд. дол. США або 10,1%, що відповідно до галузевої теорії конкуренції відповідає стадії зрілості та насичення ринку, а в 2020 році продемонстрував різке падіння на 893 млрд. дол. США або 61,92% порівняно з 2019 роком, що свідчить про перехід у стадію занепаду, скорочення попиту й відповідно споживання туристичного продукту, що пов'язано з руйнівним впливом пандемії COVID-19 та шоковою реакцією економіки світу.

Для оцінки ступеню монополізованості міжнародної туристичної галузі, що характеризує інтенсивність галузевої конкуренції, у 2017-2020 рр. розраховуємо показник концентрації CR_8 (таблиця 7).

Таблиця 7 – Динаміка показника концентрації CR_8 міжнародної туристичної галузі в 2017-2020 рр.

Показник	Роки				Абс. відхилення	Відн. відхилення, %
	2017	2018	2019	2020		
Показник концентрації CR_8 , %:	34,11	33,39	33,93	35,96	1,85	5,42
США	15,55	14,93	13,40	13,26	-2,29	-14,72
Таїланд	4,39	4,39	4,20	2,59	-1,80	-41,07
Австралія	3,18	3,15	3,15	4,64	1,46	45,92
Китай	2,96	2,75	2,39	3,11	0,15	5,16
Японія	2,59	2,86	3,13	-	-100,00	-3864,31
Індія	2,09	1,99	2,13	2,37	0,28	13,21
Туреччина	1,72	1,75	2,07	-	-1,72	-100,00
Мексика	1,63	1,57	-	-	-1,63	-100,00
Великобританія	-	-	3,46	3,44	3,44	100,00
Об'єднані арабські емірати	-	-	-	4,48	4,48	100,00
Канада	-	-	-	2,06	2,06	100,00

Джерело: [81]

Таким чином, показник концентрації CR_8 міжнародної туристичної галузі протягом 2017-2020 рр. демонструє зростання на 1,85% або 5,42% у відносному виразі. Проте протягом всього періоду дослідження досліджуваний показник знаходився нижче нормативного значення 75%, що свідчить про те, що міжнародна туристична галузь є низько концентрованою зі значною інтенсивністю конкуренції та суттєвим впливом конкурентних факторів на формування попиту на туристичний продукт.

Для оцінки міжнародної конкурентоспроможності вітчизняної галузі у досліджуваному періоді 2017-2021 рр. скористаємось індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму, приймаючи до уваги, що до вибірки країн з якими доцільно порівняти рейтинг вітчизняної галузі варто включити країни Центральної та Східної Європи, що є більш схожими за туристичним потенціалом. Результати аналізу динаміки індексу

конкурентоспроможності подорожей і туризму вітчизняної туристичної галузі та досліджуваних країн представлено у таблиці 8.

Таблиця 8 – Динаміка індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму вітчизняної галузі та окремих країн ЄС в 2017-2021 рр.

Показник	Роки					Абс. відхилення	Відн. відхилення, %
	2017	2018	2019	2020	2021		
Німеччина	5,28	5,28	5,40	5,40	5,10	-0,18	-3,41
Хорватія	4,42	4,42	4,50	4,50	4,20	-0,22	-4,98
Естонія	4,23	4,23	4,20	4,20	4,40	0,17	4,02
Чехія	4,22	4,22	4,30	4,30	4,50	0,28	6,64
Словенія	4,18	4,18	4,30	4,30	4,30	0,12	2,87
Болгарія	4,14	4,14	4,20	4,20	4,30	0,16	3,86
Польща	4,11	4,11	4,20	4,20	4,40	0,29	7,06
Угорщина	4,06	4,06	4,20	4,20	4,30	0,24	5,91
Латвія	3,97	3,97	4,00	4,00	4,20	0,23	5,79
Литва	3,91	3,91	4,00	4,00	4,30	0,39	9,97
Словаччина	3,90	3,90	4,00	4,00	4,10	0,20	5,13
Румунія	3,78	3,78	4,00	4,00	4,10	0,32	8,47
Чорногорія	3,68	3,68	3,90	3,90	3,90	0,22	5,98
<i>Україна</i>	<i>3,50</i>	<i>3,50</i>	<i>3,70</i>	<i>3,70</i>	<i>3,50</i>	<i>0,20</i>	<i>5,71</i>
Північна Македонія	3,49	3,49	3,40	3,40	3,50	0,01	0,29
Сербія	3,38	3,38	3,60	3,60	3,80	0,42	12,43
Албанія	3,35	3,35	3,60	3,60	3,80	0,45	13,43
Боснія та Герцеговина	3,12	3,12	3,30	3,30	3,40	0,28	8,97

Джерело: [75-77]

Динаміка індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму вітчизняної галузі та 17 країн ЄС, що географічно належать до Центральної та Східної Європи, в 2017-2021 рр. свідчить про його зростання за всіма країнами, окрім Німеччини скорочення на 0,18 од. або 3,41% та Хорватії на 0,22 од. або 4,98%. Найбільш конкурентоспроможні національні туристичні галузі мають Німеччина, Хорватія, Естонія, Чехія, Словенія, Болгарія, Польща, Угорщина, Латвія, Литва. За індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму вітчизняна туристична галузь займає 14 місце серед досліджуваних країн у 2017 році та 16 місце у 2021 році, що свідчить про втрату нею частини конкурентних переваг та їх повільне нарощення за низьким темпом приросту досліджуваного показника на 0,20 од. або 5,71% порівняно з країнами внизу рейтингу, зокрема, Сербією, Албанією, Боснією та Герцеговиною.

Проаналізувавши конкурентні фактори формування експортного потенціалу міжнародної туристичної галузі за окремими показниками, визначимо індекс конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі (I_k) в

2017-2021 рр., прийнявши за еталонне значення показник Німеччини та представивши результати розрахунків у вигляді таблиці 9.

Таблиця 9 – Динаміка індексу конкурентоспроможності української туристичної галузі (I_k) в 2017-2021 рр.

Показник	Роки				
	2017	2018	2019	2020	2021
Україна	3,50	3,50	3,70	3,70	3,50
Німеччина (еталон)	5,28	5,28	5,40	5,40	5,10
Індекс конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі (I_k)	0,66	0,66	0,69	0,69	0,66

Джерело: [75-77]

Результати розрахунків індексу конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі (I_k) в 2017-2021 рр. попри зміну місця в рейтингу України свідчать про стабільність середнього рівня її конкурентоспроможності, що не змінювався з 2019 року, але протягом 2017-2019 рр. продемонстрував зростання на 0,03 од. Порівнюючи результати розрахованого впливу макроекономічних та конкурентних факторів формування експортного потенціалу туристичної галузі (див. таблиці 5 та 8), доцільно констатувати, що більш обмежуючий вплив на нього мають конкурентні фактори формування, що потребує врахування.

Державне регулювання вітчизняної туристичної галузі ґрунтується в пергу чергу на її нормативно-правовому забезпеченні. В Україні сьогодні питанням регулювання туризму присвячено понад 200 нормативно-правових актів, основними серед яких є Закони України «Про туризм», «Про курорти», «Про музеї та музейну справу», «Про охорону культурної спадщини», «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України», «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства», «Про державний кордон України», «Про захист прав споживачів», «Про страхування», «Про рекламу», «Про стандартизацію» та розпорядження Кабінету Міністрів України (далі – КМУ) «Про схвалення стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [30].

Основоположним нормативно-правовим актом у сфері туризму є Закон України «Про туризм», в якому визначено правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та виконання якого має забезпечити реалізацію закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей [50]. Сьогодні в Україні відсутнє спеціалізоване Міністерство з туризму, а функції з реалізації державної політики у сфері туризму покладено на Міністерство інфраструктури України, що дозволяє віднести вітчизняну модель державного регулювання до партнерського типу, що притаманна більшості країн ЄС. Документом практичного спрямування вважається Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, основні орієнтири якого спрямовані на підтримку

туристичної галузі, забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, гармонізація національного законодавства з європейським, об'єднання зусиль органів державної влади, місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства з метою популяризації України у світі і формування іміджу України як країни, привабливої для туризму [49].

Ресурсний потенціал вітчизняного туризму складають природні та історико-культурні ресурси України [47], аналіз яких як внутрішніх факторів формування експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі доцільно проводити з позицій сталості туризму, тобто оцінки динаміки показників, що характеризують тенденції збереження навколишнього середовища та історико-культурних пам'яток країни в 2017-2020 рр.

Аналіз динаміки окремих показників, що характеризують тенденції збереження навколишнього середовища як прояву сталості природних туристичних ресурсів в 2017-2020 рр., представлено у таблиці 10.

Таблиця 10 – Динаміка окремих показників сталості навколишнього середовища України в 2017-2020 рр.

Показник	Роки				Абс. відхилення	Відн. відхилення, %
	2017	2018	2019	2020		
Об'єкти природно-заповідного фонду України, од.	8296	8396	8512	8633	337	4,06
Площа об'єктів природно-заповідного фонду України, тис. га	3985	3991,6	4085,8	4485	500	12,55
Площа лісів та інших лісовкритих територій, тис. га	10674,9	10685,6	10686,8	10686,8	11,9	0,11
Капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища в туризмі, млн. грн.	228,1	226,1	236,8	396,8	168,7	73,96
Поточні витрати на охорону навколишнього природного середовища в туризмі, млн. грн.	1052,8	723,9	874,1	1082,3	29,5	2,80
Питома вага сукупних витрат на охорону навколишнього природного середовища в туризмі у видатках державного бюджету, %	0,12	0,08	0,08	0,10	-0,02	-19,68

Джерело: [54]

Проведені розрахунки динаміки окремих показників сталості навколишнього середовища України у таблиці 10 свідчать про позитивні зміни, оскільки протягом 2017-2020 рр. кількість об'єктів природно-заповідного фонду України зросла на 337 од. або 4,06%, їх площа на 500 тис. га або 12,55%, площа лісів та інших лісовкритих територій на 11,9 тис. га або 0,11% відповідно. Динаміка витрат на природоохоронні заходи у галузі туризму свідчать, що протягом всього періоду дослідження більшу питому вагу

займають поточні витрати, що зросли на 29,5 млн. грн. або 2,80%, що свідчить про значну кількість невирішених проблем технічного забезпечення, що частково вирішуються за рахунок капітальних інвестицій, розмір яких суттєво зріс на 168,7 млн. грн. або 73,96%. Разом з тим, за досить низьким показником питомої ваги сукупних витрат на охорону навколишнього природного середовища в туризмі у видатках державного бюджету, який протягом періоду дослідження зменшився на 0,02% або на 19,68% у відносному виразі, вважаємо його стримуючим фактором формування експортного потенціалу галузі.

Збереження історико-культурних пам'яток в Україні, починаючи з 2000 року, реалізується в межах Закону України «Про охорону культурної спадщини» Міністерством культури та інформаційної політики України шляхом ведення Державного реєстру нерухомих пам'яток України. Сьогодні на державному обліку перебувають близько 130 тис. нерухомих пам'яток культурної спадщини, що розташовані на території України, з яких станом на 01.01.2020 в Державний реєстр нерухомих пам'яток України занесені лише 10197 пам'яток – 992 національного значення та 9205 місцевого значення, або 7,84% їх загальної кількості. Крім того, шість історико-культурних і один природний об'єкти, що мають універсальне значення для всього людства, внесені до Списку об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО до 2014 року, що є досить тривожною ознакою. У 2008 році Україна приєдналась до Конвенції ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини, а в 2017 році було створено державну інформаційну систему Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України, до якого станом на 01.09.2020 року включено 26 елементів нематеріальної культурної спадщини України, зокрема, Петриківський розпис, козацькі пісні Дніпропетровщини, традиція гуцульської писанки, бортництво тощо [14, 27].

Туристичну інфраструктуру України складають суб'єкти туристичної діяльності, зокрема, туроператори та турагенти, колективні засоби розміщення, транспорт та заклади харчування, аналіз динаміки показників розвитку яких є доцільним для діагностики рівня забезпеченості вітчизняної туристичної галузі матеріально-технічною базою надання туристичних послуг. Результати аналізу окремих показників туристичної інфраструктури представлено у таблиці 11.

Динаміка показників туристичної інфраструктури України в 2017-2020 рр. (див. таблицю 11) свідчить про послаблення матеріально-технічної бази туризму, про що свідчить зменшення місткості колективних засобів розміщення на 46,9 тис. од. або 13,06% на тлі зростання КЗР на 408 од. або 9,91% через тенденцію поширення бюджетної форми розміщення з мінімальним набором туристичних послуг типу «хостел», скорочення пасажирообігу за всіма видами транспорту на 50373,8 млн. пас. км або на 50,67% з найменшим рівнем падіння автомобільного, авіаційного та залізничного транспорту, що складають основу іноземного туризму, зменшення кількості закладів громадського харчування на 25475 од. або 50,95%, зростання рівня зносу туристичної інфраструктури на 13,0% або 28,51% у відносному виразі. Разом з тим, простежується зростання показника кількості туроператорів та турагентів на 2124 од. або 121,86%, що

свідчить про зростання доступності організованого придбання туристичного продукту у всіх регіонах України, окрім тимчасово окупованих.

Таблиця 11 – Динаміка окремих показників туристичної інфраструктури України в 2017-2020 рр.

Показник	Роки				Абс. відхилення	Відн. відхилення, %
	2017	2018	2019	2020		
Кількість туроператорів та турагентів, од.	1743	1833	4441	3867	2124	121,86
Кількість колективних засобів розміщування (далі – КЗР), од.	4115	4719	5335	4523	408	9,91
Кількість місць у КЗР, тис. од.	359	300	370,6	312,1	-46,9	-13,06
Пасажирообіг, млн. пас. км, у тому числі:	99408,6	104446	107175	49034,8	-50373,8	-50,67
- залізничний	28075	28685,2	28413,5	10696,2	-17378,8	-61,90
- морський	10,8	2,1	1,3	0,7	-10,1	-93,52
- річковий	19,5	25,5	24,5	3,3	-16,2	-83,08
- автомобільний	35509,1	34560,3	33879,9	19092,2	-16416,9	-46,23
- авіаційний	20346	25889,3	30241,8	10106,9	-10239,1	-50,32
- інші види	15448,2	15283,6	14614	9135,5	-6312,7	-40,86
Кількість закладів громадського харчування, од.	50000	36763	35035	24525	-25475	-50,95
Рівень зносу основних фондів підприємств туристичної галузі, %	45,6	53,4	58,6	62,4	13,0	28,51

Джерело: [2-3, 54, 56]

Розглянувши окремі внутрішні фактори формування експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, проаналізуємо результати її функціонування за окремими показниками (таблиця 12, рисунок 11-12).

Таблиця 12 – Динаміка показників результативності функціонування вітчизняної туристичної галузі України в 2017-2021 рр.

Показник	Роки					Абс. відхилення	Відн. відхилення, %
	2017	2018	2019	2020	2021		
1	2	3	4	5	6	7	8
Кількість в'їзних туристів за метою поїздки, осіб:	39605	75945	86840	11964	13759	-25846	-65,26
- служба, ділова, навчання	4760	8066	5324	481	553	-4207	-88,38
- дозвілля, відпочинок	30394	61011	61027	8596	10683	-19711	-64,85

Продовження таблиці 12

1	2	3	4	5	6	7	8
- лікування	3618	4755	2812	271	194	-3424	-94,64
- спортивний туризм	225	235	194	256	142	-83	-36,89
- спеціалізований туризм	258	283	16874	2304	2140	1882	729,46
- інше	350	1595	609	56	47	-303	-86,57
Експорт туристичних послуг, млн. дол. США	1261,00	1445,00	1620,00	379,00	950	-311	-24,66
Частка експорту туристичних послуг у ВВП, %	1,12	1,10	1,05	0,24	0,47	-0,65	-58,04
Співвідношення експорту та імпорту туристичних послуг, од.	0,18	0,18	0,19	0,08	0,15	-0,03	-16,67

Джерело: [10, 46, 56]

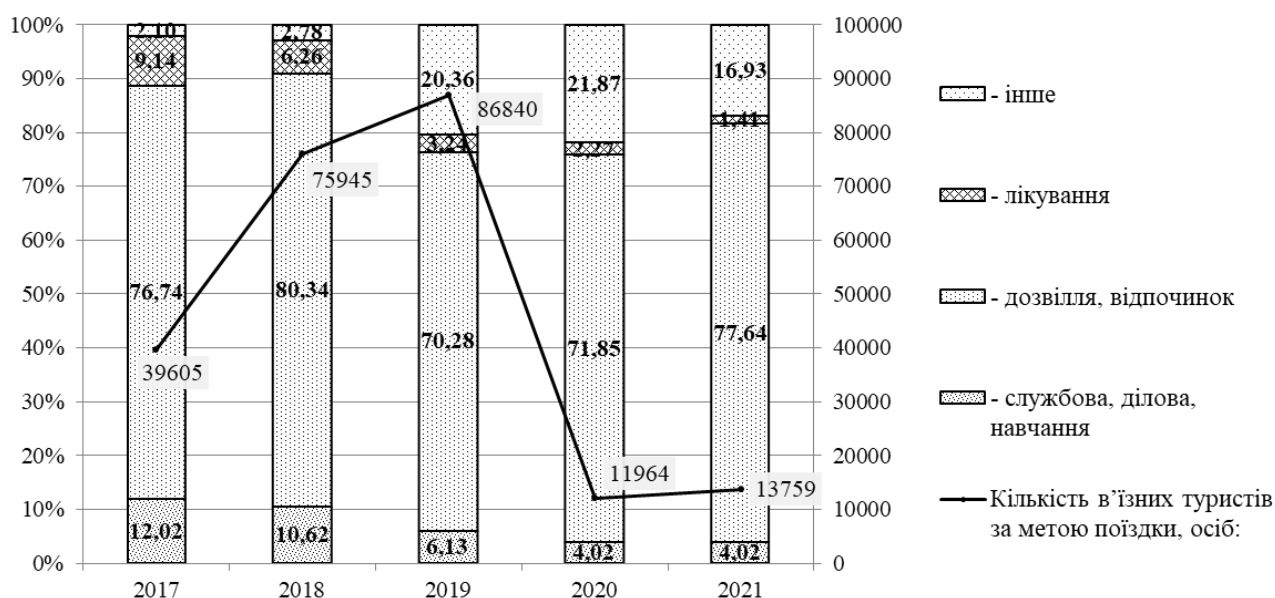


Рисунок 11 – Динаміка структури в'їзного туристичного потоку за метою поїздки в Україну в 2017-2021 рр.

Джерело: складено автором на основі [56]

Динаміка в'їзного туристичного потоку (див. таблицю 12 та рисунок 11) була позитивною до 2019 року, досягнувши показника 86840 осіб, з 2020 року характеризується різким спадом до рівня 11964 осіб з незначним відновленням у 2021 році до рівня 13759 осіб в зв'язку з початком пандемії Covid-19 та введенням країнами світу масових карантинних обмежень, першими кроками держав щодо послаблення впливу пандемії на здоров'я населення, зокрема вакцинацію. Разом з тим, динаміка структури мети туристичних поїздок іноземців протягом 2017-2021 рр. свідчить про те, що вітчизняна туристична галузь представляє туристичний інтерес з позицій дозвілля та відпочинку, спеціалізованого туризму, але, на жаль втрачає свої позиції як дистанції ділового та лікувального туризму, попри значні бальнеологічні ресурси.

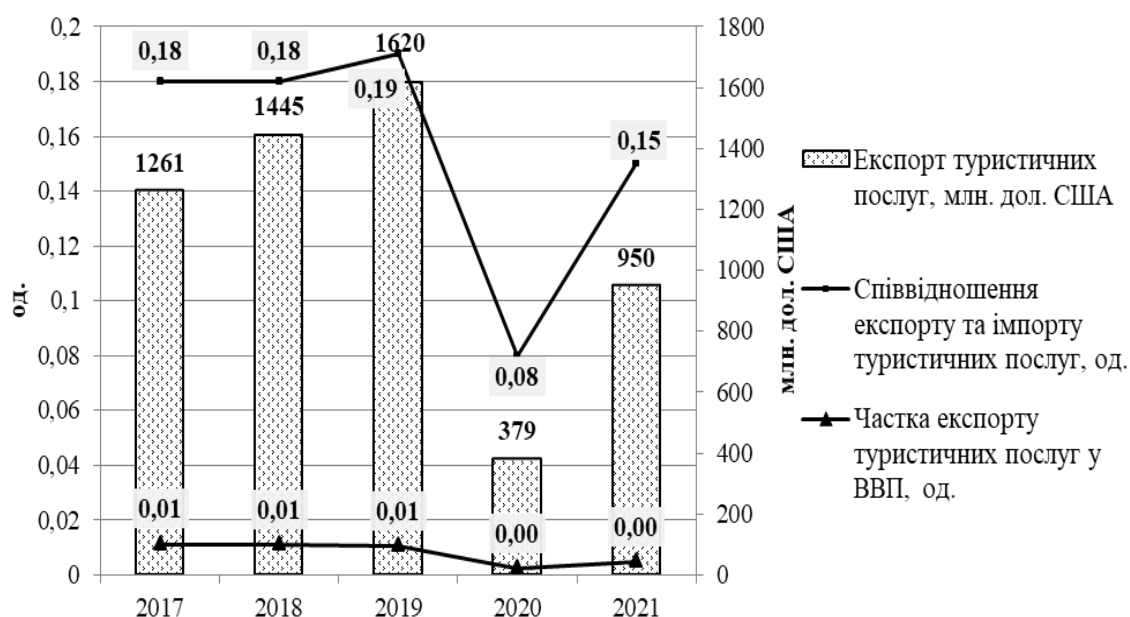


Рисунок 12 – Динаміка показників результативності функціонування вітчизняної туристичної галузі в Україні в 2017-2021 рр.

Джерело: складено автором на основі [56]

Аналіз динаміки економічних показників туристичної галузі (див. таблицю 12 та рисунок 12) засвідчує стабільне зростання експорту до 2019 року до рівня 1620 млн. дол. США з різким його скороченням до 379 млн. дол. США у 2020 році під впливом зазначених вище макроекономічних факторів впливу та відновленням у 2021 році до рівня 950 млн. дол. США переважно за рахунок припливу платоспроможного туристичного потоку з Саудівської Аравії. Разом з тим, співвідношення експорту та імпорту туристичних послуг, що знаходилось протягом досліджуваного періоду 2017-2021 рр. в межах 0,08-0,19 од., та частка експорту туристичних послуг у ВВП в межах 0,24-1,12% відповідно свідчать про відсутність пріоритетної ролі туристичної галузі у національній економіці країни, а також про її імпортоорієнтовність або більш значний обсяг виїзного туристичного потоку порівняно з в'їзним.

Дослідивши макроекономічні, конкурентні та внутрішні фактори формування експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, проаналізуємо динаміку інтегрального показника її експортного потенціалу та рівня його реалізації, представивши алгоритм та результати розрахунку у вигляді таблиці 13 та рисунку 13.

Динаміка експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі (див. таблицю 13 та рисунок 13) цілком відображає макроекономічні тенденції міжнародної туристичної галузі, демонструючи його зростання до 4769,80 млн. дол. США у 2019 році, різке скорочення до 2458,15 млн. дол. США у 2020 році та зростання до 6633,09 млн. дол. США у 2021 році через значне зростання середнього доходу з одного іноземного туриста до 690,48 дол. / особу за рахунок іноземних туристів з Саудівської Аравії.

Таблиця 13 – Розрахунок інтегрального показника експортного потенціалу туристичної галузі України та рівня його реалізації в 2017-2021 рр.

Показник	2017	2018	2019	2020	2021
Місткість засобів розміщення з врахуванням сезонності туристичних потоків, осіб	26433573	23657407	31989291	30205133	37415171
Питома вага внутрішніх туристів у туристичному обігу, од.	0,92	0,86	0,86	0,95	0,96
Індекс впливу макроекономічних факторів, од.	0,83	0,81	0,81	0,73	0,85
Індекс конкурентоспроможності туристичної галузі, од.	0,66	0,66	0,69	0,69	0,69
Середній дохід з одного іноземного туриста, дол. / особу	3051,37	1937,41	1905,61	3231,36	7556,84
Інтегральний показник експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, млн. дол. США	3534,78	3430,40	4769,80	2458,15	6633,09
Експорт туристичних послуг, млн. дол. США	1261,00	1445,00	1620,00	379,00	950,00
Рівень реалізації експортного потенціалу туристичної галузі, %	35,67	42,12	33,96	15,42	14,32

Джерело: [46, 56]



Рисунок 13 – Динаміка інтегрального показника експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі та рівня його реалізації в 2017-2021 рр.

Джерело: складено автором на основі [46, 56]

За показником рівня реалізації експортного потенціалу вітчизняного туризму, прослідковується його фактичне скорочення протягом 2017-2021 рр. на 21,35%, що потребує напрацювання шляхів його нарощення.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Дослідження ключових теоретичних аспектів міжнародного туризму дозволило визначити, що експортний потенціал туристичної галузі – це динамічна економічна категорія, що відображає максимально можливий обсяг експорту національного туристичного продукту, що формується під впливом макроекономічних, конкурентних та внутрішніх факторів галузі й реалізується у довгостроковій перспективі. До макроекономічних факторів формування експортного потенціалу належать демографічні, соціальні, економічні, безпекові, міжнародні фактори, до конкурентних – фактори, що пов'язані зі стадією життєвого циклу галузі, інтенсивністю конкуренції на міжнародному ринку та рівнем її конкурентоспроможності, до внутрішніх – державне регулювання, ресурсний потенціал, туристична інфраструктура. Переважаючий вплив сприятливих внутрішніх, конкурентних та макроекономічних факторів на туристичну галузь країни забезпечує зростання її конкурентоспроможності на міжнародному ринку, а отже й експортного потенціалу.

З позицій методології оцінки рівня експортного потенціалу єдиного підходу наразі не існує, тому в межах дослідження запропоновано комплексний підхід його оцінки з врахуванням макроекономічних, конкурентних та внутрішніх факторів впливу. В основі інтегральної оцінки експортного потенціалу лежить розрахунок окремих показників макроекономічної складової, зокрема, чисельність населення світу, вікова структура, середня тривалість життя, рівень безробіття, валовий внутрішній продукт на душу населення, співвідношення міжнародної торгівлі послугами та товарами, кількість військових конфліктів, кількість вакцинованих від Covid-19, показник концентрації вуглекислого газу CO₂, конкурентної складової – динаміка показників експорту туристичних послуг, інтенсивність конкуренції, рівень міжнародної конкурентоспроможності, внутрішньої складової – експорт туристичних послуг за видами туризму, в'їзний туристичний потік, співвідношення експорту та імпорту туристичних послуг, місткість засобів розміщення тощо. Разом з тим, інтегральний показник експортного потенціалу туристичної галузі пропонується визначити як добуток середнього доходу з одного іноземного туриста та показника річної місткості засобів розміщення, скорегованого на коефіцієнт сезонності та питому вагу в'їзного туристичного потоку, індекс впливу макроекономічних факторів, індекс її міжнародної конкурентоспроможності. Доповнює оцінку експортного потенціалу за запропонованою методикою показник використання експортного потенціалу, як відношення фактичного рівня доходу від експорту туристичних послуг до рівня експортного потенціалу туристичної галузі країни, стабільне зростання якого свідчить про позитивні тенденції її розвитку, в тому числі й зростання рівня міжнародної конкурентоспроможності. Запропонована методика оцінки експортного потенціалу туристичної галузі дозволяє не лише визначити його поточний стан, а й тенденції реалізації в динаміці та прогнозувати зміни з врахуванням потенційних змін індикаторів моделі під впливом змін макроекономічних, конкурентних та внутрішніх факторів його формування.

Результати дослідження експортного потенціалу туристичної галузі України протягом 2017-2021 рр. за наявними статистичними даними засвідчують, що вплив макроекономічних факторів в досліджуваній період був переважно дестимулюючим, зокрема, за рахунок економічних та безпекових факторів. Конкурентна ситуація на міжнародному туристичному ринку відповідала стадії зрілості та насичення ринку у 2017-2019 рр., коли темп приросту світового експорту туристичних послуг був незначним на рівні 10,10%, й занепаду у 2020 році, коли відбулось різке скорочення темпів на 61,92% через скорочення попиту й відповідно споживання туристичного продукту під руйнівним впливом пандемії Covid-19 та шокової реакції економіки світу. Крім того, протягом всього періоду дослідження показник концентрації міжнародної туристичної галузі CR_8 знаходився нижче нормативного значення 75%, що свідчить про те, що вона є низько концентрованою зі значною інтенсивністю конкуренції та суттєвим впливом конкурентних факторів на формування попиту на туристичний продукт. Найбільш конкурентоспроможні національні туристичні галузі європейського регіону, до якого належить й Україна, мають Німеччина, Хорватія, Естонія, Чехія, Словенія, Болгарія, Польща. За індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму вітчизняна туристична галузь займала 14 місце серед досліджуваних країн у 2017 році та 16 місце у 2021 році, що свідчить про втрату нею частини конкурентних переваг та їх повільне нарощення за низьким темпом приросту досліджуваного показника на 0,20 од. або 5,71% порівняно з Сербією, Албанією, Боснією та Герцеговиною. Результати розрахунків індексу конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі (I_k) в 2017-2021 рр. попри зміну місця в рейтингу України свідчать про стабільність середнього рівня її конкурентоспроможності, що не змінювався з 2019 року, але протягом 2017-2019 рр. продемонстрував зростання на 0,03 од. Порівнюючи результати розрахованого впливу макроекономічних та конкурентних факторів формування експортного потенціалу туристичної галузі, слід зазначити, що найбільш обмежуючий вплив на нього мають конкурентні фактори.

Державне регулювання вітчизняної туристичної галузі ґрунтується на застосуванні у практиці понад 200 нормативно-правових актів, партнерської моделі її державного регулювання, що притаманна більшості країн ЄС, та стратегії її розвитку, зокрема, орієнтації зусиль на виконанні Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Ресурсний потенціал вітчизняного туризму складають природні та історико-культурні ресурси України, а туристичну інфраструктуру – суб'єкти туристичної діяльності, зокрема, туроператори та турагенти, колективні засоби розміщення, транспорт та заклади харчування. Динаміка показників туристичної інфраструктури України в 2017-2020 рр. свідчить про послаблення матеріально-технічної бази туризму за рахунок зменшення місткості колективних засобів розміщення на 46,9 тис. од. або 13,06%, скорочення пасажирообігу за всіма видами транспорту на 50373,8 млн. пас. км або на 50,67%, зменшення кількості закладів громадського харчування на 25475 од. або 50,95%, зростання рівня зносу туристичної інфраструктури на 13,0% або 28,51% у відносному виразі.

Динаміка в'їзного туристичного потоку була позитивною до 2019 року, досягнувши показника 86840 осіб, з 2020 року характеризується різким спадом до рівня 11964 осіб з незначним відновленням у 2021 році до рівня 13759 осіб в зв'язку з початком пандемії Covid-19 та введенням країнами світу масових карантинних обмежень, першими кроками держав щодо послаблення впливу пандемії на здоров'я населення, зокрема вакцинацію. Разом з тим, динаміка структури мети туристичних поїздок іноземців протягом 2017-2021 рр. свідчить про те, що вітчизняна туристична галузь представляє туристичний інтерес з позицій дозвілля та відпочинку, спеціалізованого туризму, але, на жаль втрачає свої позиції як дистанції ділового та лікувального туризму, попри значні бальнеологічні ресурси. Аналіз динаміки економічних показників туристичної галузі засвідчує стабільне зростання експорту до 2019 року до рівня 1620 млн. дол. США з різким його скороченням до 379 млн. дол. США у 2020 році під впливом зазначених вище макроекономічних факторів впливу та відновленням у 2021 році до рівня 950 млн. дол. США переважно за рахунок припливу платоспроможного туристичного потоку з Саудівської Аравії. Разом з тим, співвідношення експорту та імпорту туристичних послуг, що знаходилось протягом досліджуваного періоду 2017-2021 рр. в межах 0,08-0,19 од., та частка експорту туристичних послуг у ВВП в межах 0,24-1,12% відповідно свідчать про відсутність пріоритетної ролі туристичної галузі у національній економіці країни, а також про її імпортоорієнтовність або більш значний обсяг виїзного туристичного потоку порівняно з в'їзним.

Динаміка експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, визначеного за запропонованою комплексною методикою оцінки, цілком відображає макроекономічні тенденції, демонструючи його зростання до 4769,80 млн. дол. у 2019 році, різке скорочення до 2458,15 млн. дол. у 2020 році та зростання до 6633,09 млн. дол. у 2021 році через значне зростання середнього доходу з одного іноземного туриста до 690,48 дол. / особу за рахунок іноземних туристів з Саудівської Аравії. Але ж за показником рівня реалізації експортного потенціалу вітчизняного туризму, прослідковується його фактичне скорочення протягом 2017-2021 рр. на 21,35%, що потребує напрацювання шляхів його нарощення, а з врахуванням впливу військової агресії РФ у 2022 році його відновлення у перспективному невизначеному періоді повного припинення військових дій на території нашої держави.

Попередньо проведене дослідження стратегічних орієнтирів вітчизняної туристичної галузі, результатів досягнення її стратегічних цільових показників, її імпортоорієнтовність, значний рівень зносу туристичної інфраструктури попри значний туристично-рекреаційний потенціал на фоні зміни дев'яти органів центральної влади, на які було покладено функції з її управління та розвитку, протягом 1993-2019 рр. свідчать про відсутність дієвого механізму управління експортним потенціалом туристичної галузі України, що потребує розробки та вдосконалення окремих складових його забезпечення з врахуванням поточного стану, будучи головною передумовою його ефективного відновлення у післявоєнному періоді й разом з тим основоположним напрямком магістерської кваліфікаційної роботи.

З позицій процесного підходу управління є цілеспрямованим впливом суб'єкта управління на об'єкт управління, що зазвичай реалізується через організаційно-економічний механізм. Застосовуючи теоретичні аспекти процесного підходу, механізм управління експортним потенціалом туристичної галузі України доцільно розглядати як процес формування та реалізації стратегії її розвитку, ключовими складовими якого є нормативно-правове, інформаційно-методичне, організаційно-кадрове та фінансове забезпечення досягнення мети та завдань управління в межах його визначених об'єкту та суб'єкту. Враховуючи вищезазначене, а також наукову практику формування та розвитку експортного потенціалу окремих галузей економіки України [17, 39] пропонуємо авторську концептуальну модель управління експортним потенціалом вітчизняної туристичної галузі, представлену на рисунку 14.

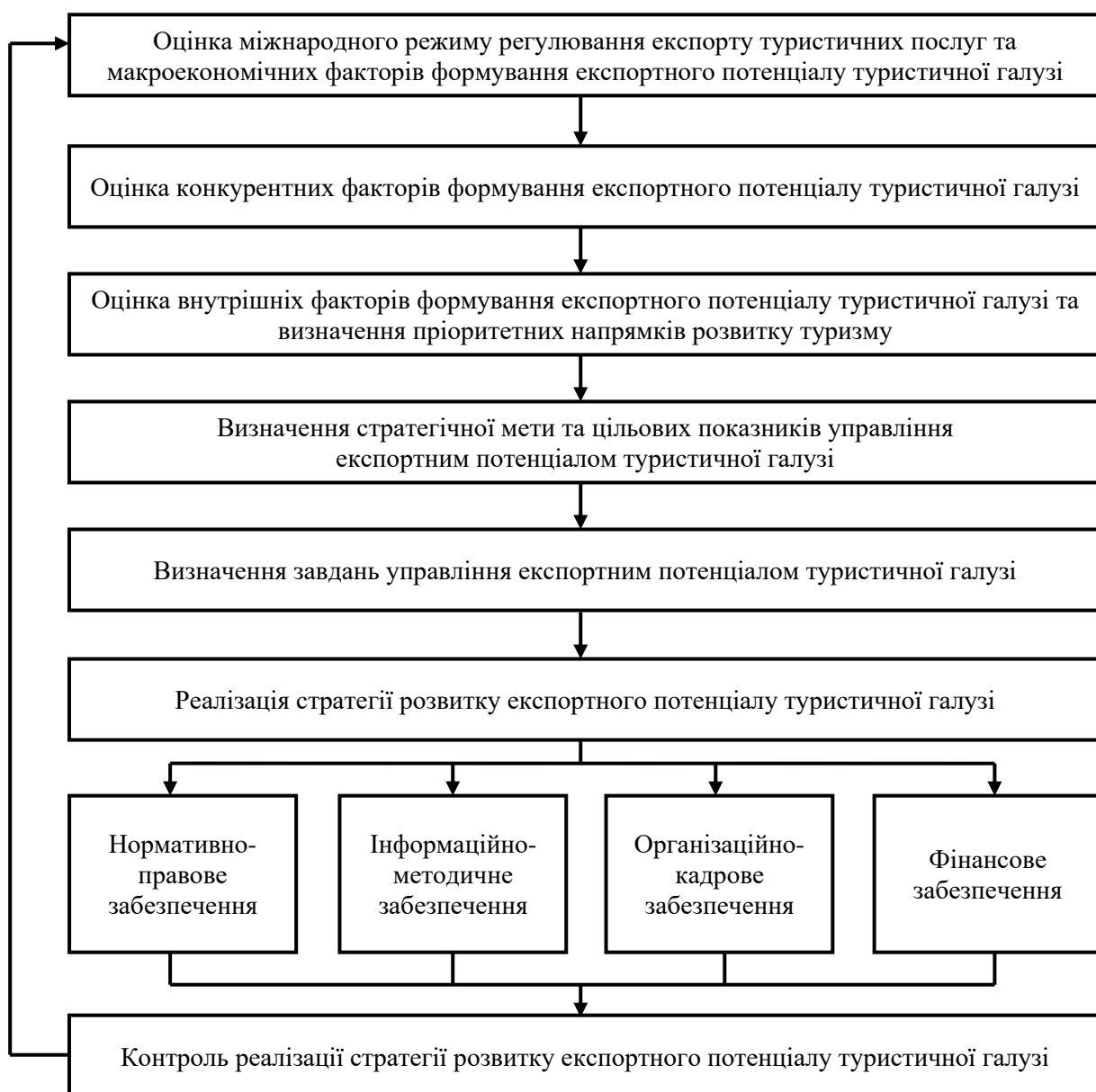


Рисунок 14 – Концептуальна авторська модель управління експортним потенціалом туристичної галузі України

Джерело: складено автором на основі [17, 39]

Отже, запропонована концептуальна модель управління експортним потенціалом туристичної галузі України дозволяє не лише формалізувати процес формування та реалізації стратегії його розвитку, а й вчасно корегувати її за умов суттєвої зміни макроекономічних, конкурентних або внутрішніх факторів формування експортного потенціалу.

Враховуючи проміжні результати реалізації стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року станом на 2021 рік, дослідження науковців щодо найбільш проблемних сфер України, до яких належать непрацюючі державні інститути, проблеми у фінансовому секторі, конкурентоспроможність ринку праці, розвинутість інфраструктури, а також наслідки військової агресії РФ проти України, очевидно є необхідність внесення змін до діючої стратегії розвитку відповідно до нових пріоритетних напрямків розвитку туризму з відтермінуванням її реалізації до моменту припинення військових дій на території України або скасування стану військового положення як головного критерію сталості туризму, орієнтованої в першу чергу на відновлення експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі протягом наступних восьми років. Тож важливим кроком реалізації вищезазначеного є першочергове визначення секторальних пріоритетів розвитку національної туристичної галузі, що має спиратись на природно-ресурсні, інфраструктурні та іміджеві фактори нашої держави.

Відповідно до Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року секторальними напрямками розвитку туризму були визначені щонайменше 14 їх різновидів, до найбільш затребуваних серед яких для іноземних туристів належали міський туризм, екологічний (зелений) туризм, культурно-пізнавальний, медичний, гастрономічний, науково-освітній [49]. Наразі, внаслідок військової агресії РФ проти України з врахуванням руйнування туристичної інфраструктури та періоду на її відновлення, необхідністю масового розмінування територій, вважаю, що в оновленій стратегії відновлення експортного потенціалу туристичної галузі пріоритетними мають бути визначені такі сектори в'їзного туризму як ділового та подієвого туризму, оскільки Україна перетвориться на центр перебудови багатьох міжнародних систем у світі, а також центр бізнес-інвестування відновлення економіки країни, пізнавального туризму, зокрема, темного, скорботного і натотуризму, оскільки актуальними будуть маршрути, пов'язані з війною і знаковими післявоєнними локаціями такими як Ірпінь, Буча, Гостомель, що назавжди залишаться нагадуванням наступним поколінням, як Аушвіц чи Бабин Яр [61], медичного туризму, оскільки вже зараз до країни залучено безліч спеціалістів міжнародного рівня під час лікування поранених, що якісно вплине на професійну підготовку вітчизняних медиків й може бути використаним у сфері туризму в подальшому у якості обміну досвідом та спеціалізованого навчання, екологічного туризму у Західних регіонах за умов відсутності або мінімізації ризиків руйнування атомної енергетики та превентивних ядерних ударів у перспективі [45].

При цьому метою реалізації оновленої стратегії відновлення експортного потенціалу туристичної галузі України на основі секторальних пріоритетів має

стати забезпечення умов сталості, безпечності та активізації в'їзного туризму відповідно до міжнародних стандартів якості, перетворення галузі на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів України і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Очевидно, що пріоритетним цільовим показником реалізації стратегії має бути кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, визначення проміжних кількісних оцінок якого має спиратись на фактичні показники допандемічного 2019 року та на песимістичний варіант можливого відновлення туризму у країні за безпековим фактором з 2024 року. Отже, спираючись на досвід прогнозування досліджуваного показника у Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року та можливі терміни відновлення туризму в Україні, проміжні цільові значення кількості іноземних туристів, які в'їжджають до України, пропоную визначити такими як у таблиці 14.

Таблиця 14 – Кількісна оцінка проміжних результатів досягнення цільового показника стратегії відновлення експортного потенціалу туристичної галузі України за песимістичним варіантом відновлення

Назва показника	За роками			
	2019 р.	2024 р.	2027 р.	2031 р.
Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	13,60	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 рази

Джерело: складено автором на основі [13, 49]

Досягнення поставленої мети має спиратись на реалізацію ряду завдань, головними серед яких вважаю:

- ✓ забезпечення координуючої ролі держави в реалізації національної туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу;

- ✓ оновлення інформаційно-методичного забезпечення розвитку туристичної галузі, створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму, інтегрованої до світової інформаційної туристичної мережі, популяризація нашої держави у світі та просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі;

- ✓ сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму, зокрема, розвитку туристичних територій, вдосконалення бізнес-клімату та розвиток добросовісної конкуренції;

- ✓ здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату у вітчизняній туристичній галузі [49].

Для успішної реалізації завдань оновленої стратегії відновлення експортного потенціалу туристичної галузі України необхідним є реалізація заходів вдосконалення організаційно-кадрового, інформаційно-методичного та фінансового забезпечення її реалізації як найбільш проблемних.

Дослідження наукових праць з питань інноваційних моделей державного регулювання [6, 19, 70] засвідчують, що більшість авторів класифікують їх за чотирма видами. З приводу найбільш оптимальної моделі державного регулювання туристичної галузі, то А. Карпенко пропонує централізовану модель державного управління вітчизняною туристичною галуззю на рівні Міністерства туризму та систему заходів з її державної підтримки та стимулювання [19]. Подібну точку зору висловлює й С. О. Юрченко, досліджуючи можливість адаптації досвіду державного регулювання Туреччини до вітчизняних умов [70]. Не можемо погодитись з позицією авторів, оскільки централізована модель державного регулювання туризму передбачає пріоритетне значення галузі та її переважаючий вклад у доходи держави, а також її суттєве фінансування державним коштом, що в умовах післявоєнного відновлення є нереалістичним. Тому у межах дослідження пропонується дотримуватись обраної партнерської моделі державного регулювання, що вдосконалена з позицій організаційного механізму реалізації з метою підвищення ефективності її використання.

Так, сьогодні державну політику в галузі туризму та курортів України реалізує Державне агентство розвитку туризму (далі – ДАРТ), що є центральним органом виконавчої влади з 2019 року, та орієнтоване на забезпечення сталого розвитку галузі шляхом об'єднання досвіду, знань і ресурсів усіх учасників туристичного ринку України та міжнародних партнерів [13]. Разом з тим, на сьогодні в Україні функціонує Туристична асоціація України (далі – ТАУ), що станом на 2021 об'єднує понад 350 туристичних провідних підприємств та консолідує зусилля працівників туристичної та суміжних галузей для сприяння розвитку туризму в Україні, збереження й захисту культурної спадщини України тощо, Федерація спортивного туризму, Українська асоціація активного та екологічного туризму, Українська асоціація медичного туризму тощо. Наприкінці 2016 року створено Національну туристичну організацію України (далі – НТО), до складу якої належать асоціації, громадські організації, міські департаменти туризму тощо, а метою є об'єднання туристичного сектору, підвищення рівня знань та якості національного туристичного продукту [37]. Враховуючи таке різноманіття інституцій з туризму в Україні, очікувати синергізму від їх функціонування, на мою думку, досить складно, не розділивши їх функції та не спрямувавши їх зусилля у конкретних пріоритетних напрямках розвитку.

Отже, у межах магістерської кваліфікаційної роботи пропонується створити чітку ієрархічну структуру проектного типу, на верхньому щаблі якої знаходитиметься ДАРТ у взаємодії з органами місцевого самоврядування, на які буде покладено функції формування бренду країни та регіонів, їх просування на міжнародному ринку, вдосконалення нормативно-правового та інформаційно-методичного забезпечення розвитку туризму, створення фінансово-бюджетних механізмів стимулювання, пошук та залучення міжнародного інвестування у туристичну галузь України, реалізація заходів секторальної підтримки проектів створення високотехнологічної туристичної інфраструктури, а на нижньому реорганізована за принципами секторальної

кластеризації НТО за пріоритетними напрямками туризму, що включатиме взаємозалежні у секторі кооперації підприємств, які взаємодоповнюють один одного і підсилюють конкурентні переваги окремих компаній і секторального кластера в цілому [58]. До функцій секторальних складових НТО має належати об'єднання зусиль щодо реалізації затвердженої стратегії розвитку туризму, а в межах нашого дослідження, його експортного потенціалу, контроль досягнення стратегічних цільових показників, внесення пропозицій ДАРТ щодо вдосконалень, а також пошук національних та регіональних інвесторів за напрямками, реалізація принципів державно-приватного партнерства. Таким чином, запропонований організаційний механізм управління експортним потенціалом туристичної галузі України дозволить мінімізувати дублювання функцій та забезпечить ефективну реалізацію стратегії його розвитку. Окрім того, в межах організаційно-кадрового забезпечення реалізації стратегії розвитку експортного потенціалу туризму в Україні актуальними залишаються питання щодо вдосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, що сприятиме якості обслуговування споживачів туристичних послуг за рахунок розробки відповідних базових компетенцій фахівців та підготовки освітніх програм з професійного навчання, гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти і стандартів професійної підготовки [49].

Ще однією нагальною проблемою ефективної реалізації стратегії розвитку експортного потенціалу туристичної галузі в Україні є її інформаційно-методичне забезпечення, особливо в частині переліку стандартизованих показників в'їзного туризму, що мають оцінюватись, періодичності та рівня автоматизації такої оцінки, складності доступу до первинної аналітичної інформації, відсутності єдиного інформаційного бюлетеня з прозорою та стандартизованою інформацією про розвиток в'їзного туризму в Україні для всіх користувачів, зокрема потенційних інвесторів, формування та постійної актуалізації цифрового реєстру історико-культурної спадщини та туристичної інфраструктури, організації його прозорості та доступності для всіх резидентів та нерезидентів України, спеціалістів ДАРТ та секторальних НТО, формування ефективного бренду країни.

Так, в частині стандартизації показників оцінки розвитку в'їзного туризму в Україні, в тому числі з метою коректної сегментації цільових споживачів, пропонуємо на основі заповнення обов'язкової анкети при перетині кордону з Україною, цифрової систематизації такої інформації Державною прикордонною службою України з метою її передачі до секторальних НТО та ДАРТ закріпити такі показники як чисельність в'їзних туристів, їх структура за статевіковими групами, країною проживання, метою подорожі, способами прибуття до України, а також через автоматизовану банківську систему та звіти суб'єктів господарювання туристичної індустрії щодо розмірів виручки, отриманих від іноземців, у звітному періоді на основі фіксації витрат іноземців на території країни визначати показник середніх витрат на одного туриста у розрізі країн та в цілому. При чому оцінка запропонованих показників має здійснюватися щоквартально в автоматизованому режимі, стати базою для визначення величини фактичного експорту туристичних послуг та рівня

реалізації експортного потенціалу за цільовими стратегічними показниками, а також піврічного інформаційного бюлетеня силами ДАРТ, що сприятиме посиленню прозорості, зростанню довіри та залученню потенційних інвесторів.

Нагальним завданням інформаційно-методичного забезпечення розвитку експортного потенціалу туризму в Україні на тлі військової агресії РФ проти України має стати формування та постійна актуалізація цифрового реєстру історико-культурної спадщини та туристичної інфраструктури після завершення бойових дій, оскільки на жаль, частина культурної спадщини України знищена або пошкоджена, зруйнована суттєва частина інфраструктури. Так, станом на 27 травня 2022 року за даними Міністерства культури та інформаційної політики України в Україні задокументовано 367 епізодів воєнних злочинів росіян проти української культурної спадщини, зокрема на Харківщині – 96 епізодів, на Донеччині – 75 злочинів, 70 епізодів зафіксовано в Київській області, 38 – в Чернігівській, 26 – в Сумській, 25 – в Луганській, 11 – в Запорізькій, 6 – в Житомирській, по 5 – в м. Києві та Херсонській області, 4 – в Миколаївській, 3 – в Дніпропетровській, 2 – в Одеській, 1 – в Львівській областях. З них важкого ступеню тяжкості зазнав 51 об'єкт української культурної спадщини, 117 об'єктів – середнього ступеню тяжкості [69].

Важливим питанням просування іміджу України на міжнародній туристичній арені має стати її ребрендинг в умовах післявоєнного відновлення, що має враховувати практику країн, що були в подібних умовах, використання інформаційних меседжів, що вже сформовані командою Офісу Президента України та окремо В. Зеленським, наявність та зміст поточного бренду. Так, з позицій практики відновлення в'їзного туризму після військового конфлікту заслуговує на увагу досвід Хорватії, що після війни провела масовану піар-кампанію країни та її раніше невідомих туристичних «родзинок» та завдяки інформаційній підтримці іноземних видань, блогерів та соціальних медіа залучила суттєву частку міжнародних інвесторів, досягнувши 15% доходів від туризму у ВВП країни, Ізраїлю, що зберігає свій туристичний статус під час постійної війни із Палестиною, структура формування ВВП якого побудована таким чином, що прибуток від однієї галузі економіки компенсує втрати від іншої тощо [38]. Отже, навіть після військового конфлікту відродити туризм можна, але у країни має бути правильно сформований бренд, що асоціюватиметься у потенційних споживачів національної галузі. Слід зазначити, що з 2018 року в Україні розпочато наймасштабнішу міжнародну маркетингову кампанію українського уряду під назвою «Ukraine now», орієнтовану на формування бренду України у світі, залучення в країну інвестицій та покращення туристичного потенціалу. В ході реалізації програми за підтримки британського уряду було проведено дослідження, як сприймають Україну за кордоном. За його результатами виявилось, що три найпопулярніші асоціації з Україною – це «корупція», «революція» та «бойові дії». Люди, які не бували в Україні жодного разу, бачать українців закритими, агресивними та нетолерантними через образ сформований в новинах, але змінюють думку, коли бувають у нас хоч раз, і відзначають гостинність українців, чудові краєвиди, культуру та архітектуру. Тож основою бренду країни в межах компанії було

обрано ключове слово «NOW», оскільки сучасні українці – вони про «зараз», вони не чекають, не бояться, діють та створюють саме зараз нові компанії, нові прогресивні бізнеси, нові кафе, ресторани, фестивалі, нові заводи, нові креативні академії та інноваційні технопарки, а саме слово асоціюється з важливим моментом змін та дуже приваблює таких же сучасних людей зі всього світу, туристів та інвесторів [13]. Наразі існуючий бренд країни доцільно трансформувати, провівши ребрендинг в основі якого має лежати гасло «Stand With Ukraine», яке для всього світу стало закликком про допомогу біженцям, трансформоване в заклик відвідати і допомогти для того, щоб країна відновлювалася, а також позиціонування країни як безпечної для туристів [61].

Фундаментальним з позицій реалізації більшості запропонованих заходів вдосконалення інструментів реалізації стратегії розвитку експортного потенціалу туристичної галузі України має стати вдосконалення фінансового забезпечення на оновлених принципах державно-приватного партнерства, зокрема, ефективного формування пріоритетів та критеріїв відбору проектів, роз'яснення механізму оцінювання проектів у рамках співвідношення «ціна та якість», ініціювання прозорості перевірки та контролю проектів, підсилення процесу управління контрактами та ресурсним забезпеченням проектів тощо [5]. Крім того, левову частку фінансування інвестиційного розвитку туризму в Україні в період післявоєнного відновлення мають складати репарації, виплачені країною-спонсором тероризму РФ, фінансова допомога міжнародних партнерів та міжнародних інституцій, які є до цього готовими. Ключовими орієнтирами для нас в даному питанні мають стати окремі європейські та міжнародні партнери, зокрема США, Польща, Латвія, Греція, Італія тощо [61], та міжнародні інституції такі як Світовий банк, Європейський банк реконструкції та розвитку (далі – ЄБРР), на тлі повноцінного вступу до ЄС Європейський фонд регіонального розвитку (далі – ЄФРР), в результатах роботи якого зацікавлені – Комітет Європейського парламенту з транспорту та туризму (TRAN), Рада з конкурентоспроможності Ради ЄС, консультативний комітет з туризму (ТАС) [41]. Крім цього, в межах фінансових можливостей зусилля державних органів в Україні мають бути орієнтовані на створення сприятливих умов ведення туристичного бізнесу та інвестування, зокрема, за рахунок зниження окремих податків, надання спеціальних кредитів, надання маркетингової й інвестиційної підтримки за пріоритетними інфраструктурними проектами [61], адаптації турецького досвіду в частині надання ділянок землі для туристичних проектів приватним компаніям у довгострокову оренду, розробки механізмів відстрочки виплат по кредиту для великих інвесторів, які інвестують у будівництво готелів, звільнення від податку на прибуток і корпоративного податку для туристичних організацій протягом перших п'яти років їх роботи, фінансового заохочення та стимулювання національних турагентів, туроператорів та перевізників шляхом встановлення квот наповненості літака чи кількості відправлених споживачів на відпочинок на території своєї країни для отримання фінансового гранту, преференції тощо, надання пільг та захисту і фінансового страхування бізнесу суб'єктам, сфера діяльності яких прямо залежна від сезонності туристичного бізнесу тощо [70].

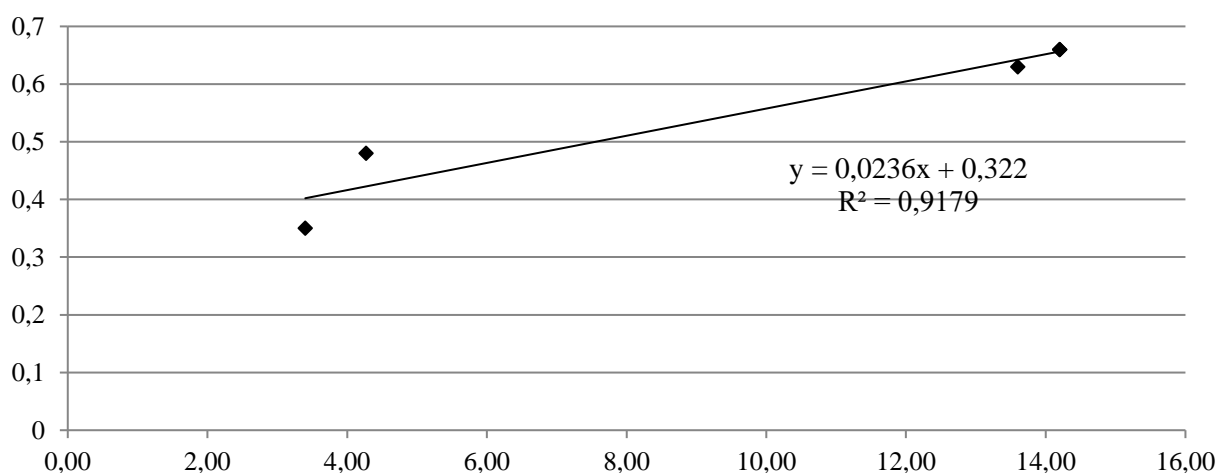
Оцінка перерахованих вище заходів відновлення експортного потенціалу дозволить ефективно реалізувати оновлену стратегію його розвитку, що кількісно можна представити за орієнтовною оцінкою зміни експортного потенціалу протягом проміжних періодів її реалізації, приймаючи за базові умови сталості всіх складових комплексної моделі станом на допандемічний 2019 рік, окрім індексу конкурентоспроможності туристичної галузі України, розрахованого методом екстраполяції (рисунок 15) в залежності від кількості іноземних туристів, які в'їжджають до України, за даними таблиці 15 з використанням аналітичних можливостей програмного продукту Excel.

Таблиця 15 – Вихідні дані для побудови моделі залежності індексу конкурентоспроможності туристичної галузі від в'їзного туристичного потоку

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	14,20	14,20	13,60	3,40	4,27
Індекс конкурентоспроможності, од. (y)*	0,66	0,66	0,63	0,35	0,48

Примітка. * за адаптованими (згладженими) показниками

Джерело: складено автором на основі [13]



◆ Індекс конкурентоспроможності туристичної галузі

— Лінійна (Індекс конкурентоспроможності туристичної галузі)

Рисунок 15 – Залежність інтегрального показника конкурентоспроможності від в'їзного туристичного потоку

Джерело: складено автором на основі [13]

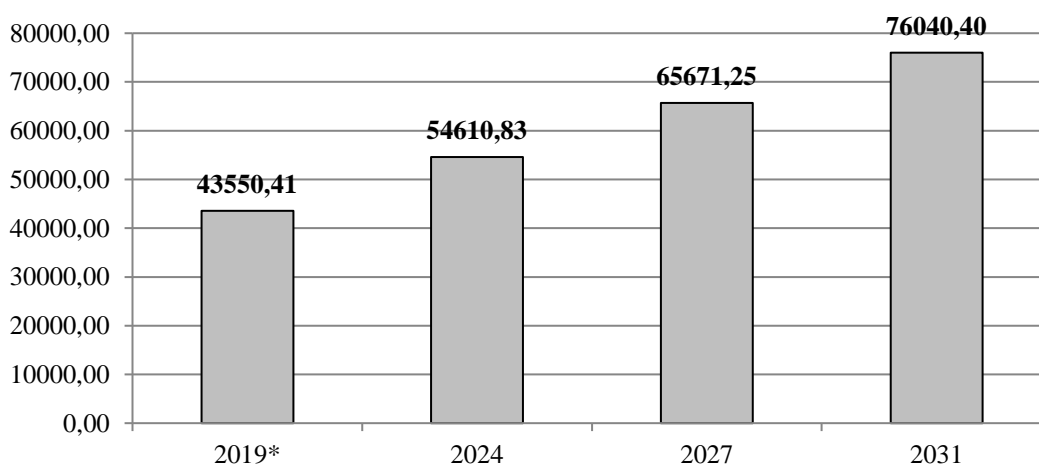
За результатами побудови екстраполяційної моделі залежності індексу конкурентоспроможності від в'їзного туристичного потоку та його розрахованими показниками в 2024, 2027 та 2031 роках за умов досягнення стратегічного цільового показника в'їзду іноземних туристів, врахування сталих показників запропонованої комплексної моделі оцінки експортного потенціалу станом на 2019 рік мною були розраховані прогнозні валютні надходження до державного бюджету за рахунок туристичної галузі у вищезазначені проміжні періоди реалізації стратегії (таблиця 16, рисунок 16).

Таблиця 16 – Розрахунок інтегрального показника експортного потенціалу туристичної галузі України в 2019*, 2024, 2027, 2031 рр.

Показник	2019 р.*	2024 р.	2027 р.	2031 р.
Місткість засобів розміщення з врахуванням сезонності туристичних потоків, осіб	31989291	31989291	31989291	31989291
Питома вага внутрішніх туристів у туристичному обігу, од.	0,86	0,86	0,86	0,86
Індекс впливу макроекономічних факторів, од.	0,81	0,81	0,81	0,81
Індекс конкурентоспроможності туристичної галузі, од.	0,63	0,79	0,95	1,10
Середній дохід з одного іноземного туриста, дол. / особу	1905,61	1905,61	1905,61	1905,61
Інтегральний показник експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, млн. дол. США	43550,41	54610,83	65671,25	76040,40
Всього за період реалізації стратегії, млн. дол. США	196322,48			

Примітка. * базовий період для порівняння

Джерело: [13, 46, 56]



■ Прогнозний експортний потенціал, млн. дол.

Рисунок 16 – Динаміка інтегрального показника експортного потенціалу туристичної галузі України в 2019*, 2024, 2027, 2031 рр.

Примітка. * базовий період для порівняння

Джерело: складено автором на основі [13, 46, 56]

Таким чином, використання запропонованого механізму управління експортним потенціалом туристичної галузі України та реалізація комплексу заходів з вдосконалення організаційно-кадрового, інформаційно-методичного та фінансового забезпечення реалізації стратегії його розвитку у післявоєнний період його відновлення дозволить за умов досягнення цільових стратегічних показників у проміжних періодах 2024, 2027 та 2031 рр. порівняно з базовим 2019 роком підвищити рівень конкурентоспроможності вітчизняної туристичної галузі до 1,10 або на 74,6% у відносному виразі, її експортний потенціал на 152772,07 млн. дол. та як наслідок забезпечити поповнення бюджету нашої держави протягом періоду реалізації оновленої стратегії 2024-2031 рр. валютними надходженнями у загальній сумі 196322,48 млн. дол.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алієва-Барановська В. М., Дахно І. І. Міжнародний туризм: навч. пос. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 344 с.
2. Аналіз ринку HoReCa в Україні: Аналітичне дослідження. Pro-Consulting. 2021. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-horeca-v-ukraine-2021-god> (дата звернення: 26.08.2022).
3. Аналіз ринку громадського харчування (HoReCa, кейтеринг, а також харчування на АЗС): Аналітичне дослідження. Pro-Consulting. 2018. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs> (дата звернення: 26.08.2022).
4. Барвінок Н. Вплив війни на розвиток міжнародного туризму в Україні. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного, еколого-енергетичного, нормативно-правового потенціалу України та її регіонів: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції ГО «ІЕЕЕД», (01 травня 2022 року), м. Луцьк: СПД Галяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. С. 7-9.*
5. Бірюкова Ю. Державно-приватне партнерство як інструмент розвитку туристичного готельного бізнесу в умовах післявоєнного відновлення. *Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації: матеріали VII науково-практичної конференції, м. Київ, 08 жовтня 2022 року. С. 22-23.*
6. Близнюк А. С. Світовий досвід функціонування державних механізмів регулювання розвитку рекреаційної сфери. *Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 18. С. 54-58.*
7. Богатирьова Д. С. Підходи до визначення поняття «індустрія туризму» в науковій літературі. *Перший крок у науку: зб. наук. праць студ. та магістрантів. Вип. 3. Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2010. С. 15-19.*
8. Божидарник Т. Міжнародний туризм : навч. пос. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 321 с.
9. Брич В. Я. Організація туризму: підручник. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 448 с.
10. Валовий внутрішній продукт (ВВП) в Україні. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/> (дата звернення: 24.08.2022).
11. Головня О. М., Ставська Ю. В. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Вінниця: ТОВ «Друк», 2020. 316 с.
12. Господарський кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144. Дата оновлення : 19.08.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#n1717> (дата звернення: 14.08.2022).
13. Державне агентство розвитку туризму: офіційний сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 10.11.2022).
14. Державний реєстр нерухомих пам'яток України. URL: <https://vue.gov.ua> (дата звернення: 26.08.2022).
15. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789.pdf> (дата звернення: 14.08.2022).

16. Дон О. Д., Хелашвілі К. Г. Тенденції розвитку міжнародної туристичної діяльності. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 2 (25). С. 35-41.

17. Задорожна І. В., Задорожний А. І. Теоретичні підходи до формування механізму управління експортним потенціалом лісгосподарського підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 35. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-25> (дата звернення: 10.11.2022).

18. Індекс війни: аналітичне дослідження. Недержавний аналітичний центр «Українські студії стратегічних досліджень». 2021. 72 с.

19. Карпенко А., Гурбик Ю. Сучасні моделі державного регулювання туризму. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2020. Вип. 25. С. 23-30.

20. Килин О. В., Вітер О. М. Місце державного регулювання у розвитку туристичної галузі України. *Збалансоване природокористування*. *Економіка*. 2020. № 1. С. 34-42.

21. Кирилюк А. О. Методика оцінювання рівня концентрації та монополізації економіки. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 3. С. 66-72.

22. Ключник А. В. Теоретичний аналіз поглядів на визначення міжнародного туризму. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 3. С. 20-27. URL: <http://global-national.in.ua/archive/3-2015/09.pdf> (дата звернення: 14.08.2022).

23. Ковальов Б. Л., Мельник Л. Г., Пономарьова Г. С. Методики оцінювання туристичної конкурентоспроможності: український і міжнародний досвід. *Механізм регулювання економіки*. 2016. № 4. С. 117-126.

24. Колосінська М. І. Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії «туризм». *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2011. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_22 (дата звернення: 14.08.2022).

25. Копитко Є. Підходи до тлумачення поняття «експортний потенціал». *Стратегічні пріоритети розвитку економіки, менеджменту, сфери обслуговування та права в умовах інтеграційних процесів*: збірник наукових праць за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції, Херсон, 17-18 листопада 2021. С. 70-73.

26. Коськовецька Н. М., Скоробогатова Н. Є. Конкурентоспроможність галузі в умовах інтеграційних процесів. 2016. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/323535791.pdf> (дата звернення: 16.08.2022).

27. Культурна спадщина України. Державний реєстр нерухомих пам'яток України. URL: <https://vue.gov.ua> (дата звернення: 26.08.2022).

28. Лаврів І. М. Методика дослідження експортного потенціалу аграрних підприємств. *Економіка і організація управління*. 2016. № 4 (24). С. 288-294.

29. Леоненко Н. А. Правовий механізм державного регулювання туристичної сфери України. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2019. № 1 (20). С. 69-75.

30. Леоненко Н. А. Фінансовий механізм державного регулювання туристичної сфери України. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського*.

Державне управління. 2019. № 2. С. 66-69.

31. Литвин О. В. Міжнародний туризм в сучасних умовах кризи і соціально-економічних потрясінь. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 40. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-17> (дата звернення: 16.08.2022).

32. Лосик М. Ю. Сучасні тренди розвитку туристичної індустрії. *Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: матеріали наукової конференції студентів*. Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2022. С. 179-180.

33. М. Портер. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Київ: Наш формат, 2020. 424 с.

34. Мацука В. М. Державне регулювання міжнародного туризму в Україні. *Проблеми системного підходу в економіці. Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2019. Вип. 4 (72). С. 15-22.

35. Мельник Ю. В., Самосудов А. С. Розвиток експортного потенціалу підприємств молочної галузі в умовах європейської інтеграції України. *Молодий вчений*. 2020. № 3 (79). С. 237-241.

36. Миронов Ю. Б., Свидрук І. І. Туризм як чинник економічного розвитку країни. *Науковий вісник НЛТУ України. Економічні проблеми макроекономічного та регіонального рівнів*. 2016. Вип. 26.6. С. 255-262.

37. Національна туристична організація України: офіційний сайт. URL: https://www.ntoukraine.org/membership_ua.html (дата звернення: 10.11.2022).

38. Носирєв О. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України / Олександр Носирєв, Тетяна Деділова, Інна Токар. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1 (26). С. 55-68.

39. Орел В. М., Макода С. Л. Організаційно-економічний механізм управління розвитком експортного потенціалу аграрних підприємств. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2018. № 2. С. 40-47.

40. Осипенко К. В. Розвиток міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу: десерт. к.е.н. спеціальність 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. Маріупольський державний університет. м. Маріуполь. 2015. 245 с.

41. Перегуда Ю. А., Кривоберець М. М. Державна підтримка підприємств туристичної галузі в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення. *Підприємництво та інновації*. 2022. Випуск 23. С. 16-20.

42. Пестушко В. Ю. Міжнародний туристичний бізнес і міжнародний туризм – співвідношення понять. Теорія, практика та інновації розвитку туристичної і готельно-ресторанної індустрії : збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конф., 29-30 трав. 2017 р. Умань : ВПЦ «Візаві», 2017. С. 113-116.

43. Петрушенко Ю. М., Журавка Ф. О., Мареха І. С., Новгородцева М. О. Чинники розвитку міжнародного туризму. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 3. С. 203-208.

44. Підгорний А. З., Милашко О. Г. Статистика туризму: навчальний посібник. Одеса : ОНЕУ. 2014. 204 с.

45. Плещан Х. Ретроспективний аналіз розвитку та реформування

національного туристичного ринку: зарубіжний досвід і можливості адаптації в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2020. № 3 (1). С. 34-45.

46. Подорожі: експорт-імпорт послуг. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/travel/> (дата звернення: 24.08.2022).

47. Поколюда М. М., Гордієнко Т. В., Полчанінова І. Л. Туристські ресурси України: підручник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 222 с.

48. Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності: Наказ Державної туристичної адміністрації України Державного комітету статистики України № 142/394 від 12.11.2003 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1128-03#Text> (дата звернення: 14.08.2022).

49. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 168-р від 16 березня 2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 26.08.2022).

50. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Дата оновлення : 16.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 14.08.2022).

51. Рибальченко Н. П. Аналіз стану функціонування механізмів державного регулювання туристичної сфери України. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2020. № 4 (27). С. 63-67.

52. Сироїд Н. П. Теоретичні підходи до визначення поняття «туризм»: його сутність та характерні ознаки. *Економіка, управління та адміністрування*. № 3 (93). С. 3-8. URL: [https://doi.org/10.26642/ema-2020-3\(93\)-3-8](https://doi.org/10.26642/ema-2020-3(93)-3-8) (дата звернення: 14.08.2022).

53. Скрипніченко В. Експортний потенціал, як характеристика економічної потужності України. *Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: матеріали наукової конференції студентів*. Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2022. С. 123-124.

54. Статистична інформація: Економічна статистика / Економічна діяльність / Транспорт. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tr.htm (дата звернення: 26.08.2022).

55. Статистична інформація: Навколишнє природне середовище. Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnav_ser_u.htm (дата звернення: 26.08.2022).

56. Статистична інформація: Туризм. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur_.htm (дата звернення: 24.08.2022).

57. Стойка В. С. Міжнародний досвід державного регулювання туризму: уроки для України. 2020. С. 2-24. URL: <file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD/Downloads/9405-Article%20Text-17227-1-10-20210303.pdf> (дата звернення: 22.08.2022).

58. Тимошенко Т. О. Кластерний підхід до розвитку туристичної галузі України як пріоритетний напрям державної політики підвищення конкурентоспроможності регіонів. *Вісник НАДУ при Президентіві України. Серія «Державне управління»*. 2017. № 2. С. 55-60.

59. Ткачук Л. Сутність туризму як багатоаспектного суспільного явища. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2017. Вип. 1 (66) – 2 (67). С. 109-113.

60. Топ-10 збройних конфліктів у 2020 році. Слово і діло. 14.02.2020. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/02/14/infografika/svit/top-10-zbrojnyx-konfliktiv-2020-roczii> (дата звернення: 22.08.2022).

61. Тхожевський О. В. Перспективи відновлення індустрії туризму в Україні. *Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: матеріали наукової конференції студентів*. Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2022. С. 198-199.

62. Тюріна Д. М. Міжнародний туризм в умовах пандемії: проблеми та шляхи подальшого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 30. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-32> (дата звернення: 16.08.2022).

63. Ус Т. В. Сутність та аналіз методичних підходів до оцінки експортного потенціалу підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 22. С. 119-127.

64. Цибульський В. О., Фарафонова Н. В. До проблеми державного регулювання розвитку туристичної індустрії України. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2017. № 2 (33). С. 28-31.

65. Чумаков К. І. Потенціал туристичної галузі України: формування і розвиток: десерт. к.е.н. спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Запорізька державна інженерна академія. м. Запоріжжя. 2015. 207 с.

66. Шамара І. М., Гапоненко Г. І., Кривулькіна Д. І. Проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку України в контексті загальносвітових тенденцій. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2020. Вип. 11. С. 128-139.

67. Шелеметьєва Т. В. Особливості та проблеми державного регулювання розвитку туризму в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 21. С. 221-225.

68. Шуплат О. М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. С. 1-7. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2015/57.pdf (дата звернення: 14.08.2022).

69. Щербакова Н. О. Стан туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 39. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-17> (дата звернення: 10.11.2022).

70. Юрченко С. О., Батрак П. В. Державне регулювання розвитку туристичної діяльності в Туреччині: досвід для України. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*.

2018. Вип. 8. С. 172-180.

71. Які збройні конфлікти виникали у світі після Другої світової війни та до чого вони призвели. Слово і діло. 13.12.2019. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2019/12/13/infografika/polityka/yaki-zbrojni-konflikty-vynykali-sviti-pislya-druhoji-svitovoyi-vijny-ta-choho-vony-pryzvely> (дата звернення: 22.08.2022).

72. «United in Science 2021»: доповідь ООН. URL: https://library.wmo.int/doc_num.php?explnum_id=10794 (дата звернення: 22.08.2022).

73. International Labor Organization: International Labor Organization. URL: <https://ilostat.ilo.org/data/> (дата звернення: 20.08.2022).

74. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD): Organisation for Economic Cooperation and Development. URL: <https://stats.wto.org/> (дата звернення: 20.08.2022).

75. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf (дата звернення: 22.08.2022).

76. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (дата звернення: 22.08.2022).

77. Travel & Tourism Development Index 2021. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf (дата звернення: 22.08.2022).

78. World Bank Open Data: The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/> (дата звернення: 20.08.2022).

79. World health statistics 2021: World health organization. URL: <https://www.who.int/data> (дата звернення: 22.08.2022).

80. World Population Prospects: United Nation. Department of Economic and Social Affairs. URL: <https://population.un.org/wpp/> (дата звернення: 20.08.2022).

81. World Trade Organization (WTO): World Trade Organization. URL: <https://stats.wto.org/> (дата звернення: 20.08.2022).

ДОДАТОК А

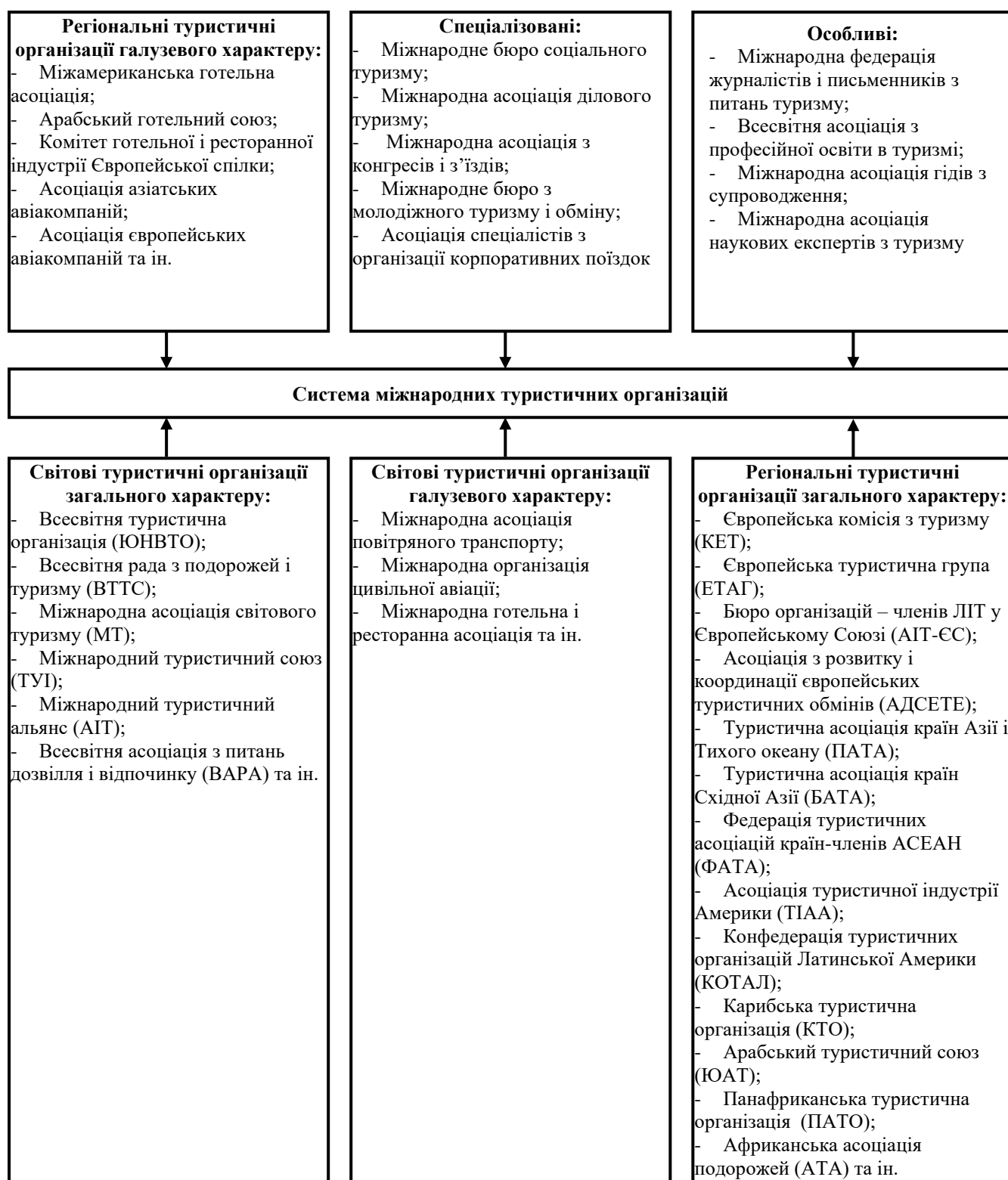


Рисунок А.1 – Класифікація міжнародних туристичних організацій
Джерело: [9, с. 61]