

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

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра економіки та туризму

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ

Гарант освітньої програми

к.е.н.

_____ Шамрін Р.В.

«_____» _____ 2023 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»
зі спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми «Туризм»

на тему: «Розвиток ринку туристичних послуг України в умовах
глобалізації»

Виконав здобувач вищої
освіти

2 курсу групи зТУР-22М
Лохман Михайло Олександрович

(підпис)

Керівник:

д.е.н., професор Горіна Г.О.

(підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань
Здобувач вищої освіти _____

Кривий Ріг
2023

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

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра економіки та туризму
Форма здобуття вищої освіти заочна
Ступінь «Магістр»
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

_____ Горіна Г.О.
«___» _____ 2023 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Лохману Михайлу Олександровичу

1. Тема роботи: «Розвиток ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації»
Керівник роботи д.е.н., професор Горіна Г.О.
Затверджені наказом ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського від «12» червня 2023 року № 158-с
2. Строк подання студентом роботи: «27» листопада 2023 року
3. Вихідні дані до роботи: монографічна і періодична наукова література, статистичні державної служби статистики України, данні мережі Інтернет.
4. Зміст (перелік питань, які потрібно розробити):
 - 1) висвітлення теоретико-методологічних засад дослідження розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації;
 - 2) аналіз розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації;
 - 3) надання пропозицій щодо напрямків та особливостей розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) графіки, таблиці, схеми, рисунки.
6. Дата видачі завдання «12» червня 2023 року.

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Добір та аналіз літературних джерел, визначення об'єкту, предмету та завдань дослідження.	24.09.2023 р.	
2	Підготовка основної частини роботи	29.10.2023 р.	
3	Підготовка висновків та рекомендацій роботи	19.11.2023 р.	
5	Аналіз та інтерпретація отриманих результатів, оформлення роботи	26.11.2023 р.	
6	Надання виконаної та оформленої кваліфікаційної роботи на кафедрі відповідно до вимог STU 02.02-30-2020	27.11.2023 р.	

Здобувач ВО

_____ (підпис)

Лохман М.О.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Горіна Г.О.

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

сторінок – 52 рисуноків – 12 таблиць – 14 додатків – 1
графічного матеріалу - 0 використаних джерел – 51

Об'єкт дослідження: ринок туристичних послуг України в умовах глобалізації.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації.

Мета дослідження: обґрунтування теоретичного та практичного механізму розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації.

Методи дослідження: аналогія, системний аналіз, формалізація; методи економіко-статистичного аналізу: кореляційно-регресійний аналіз, табличний (для представлення розрахунків і конкретних результатів дослідження), графічний, порівняння, групування; методи стратегічного аналізу: спостереження, опитування; методи експертної діагностики.

Основні результати дослідження: визначено основні закономірності розвитку ринку туристичних послуг та туристичної сфери в умовах глобалізації; здійснено детермінацію драйверів (передумов) та індикаторів (результатів) розвитку ринку туристичних послуг; оцінено значення глобальних та регіональних показників туризму в світі (Global and regional tourism performance); проведено горизонтальний аналіз динаміки кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму, колективних засобів розміщування, кількості перевезених пасажирів за видами транспорту; проведено розрахунок та оцінювання показників розвитку туристичної галузі України; здійснено аналіз регіонів України за різними секторами економіки, від яких залежать туристичні послуги; визначено рейтинг регіонів України за секторами економіки, що впливають на формування туристичних послуг; визначено вплив на стейкхолдерів розвитку туристичної галузі в Україні в умовах глобалізації; систематизовано особливості елементів туристичної сфери в умовах інноваційної орієнтації.

Ключові слова: туризм, туристичні послуги, ринок туристичних послуг, глобалізація, туристична сфера, туристична галузь, аналіз.

ЗМІСТ

Вступ	6
Основна частина	8
Висновки та рекомендації	37
Список використаних джерел	46
Додатки	50

ВСТУП

Функціонування туристичної галузі в сучасних умовах неминуче визначається умовами глобалізації, та її роль в сучасних процесах проявляється в тому, що туризм виступає одним з найбільш ефективних способів розширення взаємодії представників різних культур і країн, засобом для міжкультурного діалогу народів, своєрідним «полем» для вироблення принципів співпраці на міжнародному рівні.

Також, слід підкреслити, що туризм не тільки піддається впливу глобалізації, продуктом чого є міжнародний туризм, а й сам туризм є каталізатором її збільшення, сприяючи зміцненню економічних, ділових, міжкультурних зв'язків. Туризм є одним із маркерів, за допомогою яких можна відрефлексувати глобалізацію світу [1].

На розвиток потенціалу української туристичної галузі суттєво впливають євроінтеграційні та глобалізаційні процеси. Туристична галузь сьогодні сприяє формуванню та розвитку світової економіки. Тенденції розвитку туризму характеризується високою конкурентною боротьбою між країнами та внутрішніми туристичними дестинаціями, якістю обслуговування туристів, інформатизацією [2].

Актуальність досліджуваної в роботі проблеми розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації, її теоретичне і практичне значення обумовили вибір теми дослідження, її мету та зміст.

Розвиток сучасного ринку туристичних послуг України та вплив на нього глобалізаційних процесів є одним з найбільш популярних питань серед вчених, які займаються проблемами туристичної сфери. Серед них: Шелеметьєва Т.В., Юхновська Ю.О., Дулин І.С., Макар О.П., Мельник О.В., Зайцева В.М., Корнієнко О.М., Кліменко О.В., Захарченко С.І., Білозубенко В.С., Корнеєв М.В., Горб К.М., Бойко М.Г., Гончар О.І., Романова А.А., Сисоєва С.І., Воронін І.М., Вороніна А.Б. та багато інших. Однак, проведені дослідження показали, що в науковій літературі питання розробки комплексного підходу до інтеграції ринку туристичних послуг України до світового туристичного простору не знайшло достатнього відображення.

Об'єкт дослідження: ринок туристичних послуг України в умовах глобалізації.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації.

Мета дослідження: обґрунтування теоретичного та практичного механізму розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації.

Завдання дослідження:

– визначити теоретико-методичні засади дослідження розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації;

- здійснити аналіз розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації;
- запропонувати пропозиції щодо напрямків та особливостей розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації.

Теоретичною і методологічною основою кваліфікаційної роботи стали законодавчі документи, роботи вітчизняних і зарубіжних вчених. У роботі використані загальнонаукові *методи*: аналогія, системний аналіз, формалізація; методи економіко-статистичного аналізу: кореляційно-регресійний аналіз, табличний (для представлення розрахунків і конкретних результатів дослідження), графічний, порівняння, групування; методи стратегічного аналізу: спостереження, опитування; методи експертної діагностики. Інформаційною фазою є матеріали міжнародних туристичних організацій, державної та регіональної статистики, спостереження автора в період проходження переддипломної практики.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що на основі розробленої процедури авторського дослідження, проведено комплексне дослідження розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації.

Апробація результатів дослідження. Результати кваліфікаційної роботи пройшли апробацію на 6 міжнародних конференціях з публікацією тез доповідей.

Результати дослідження були опубліковані у фаховому виданні: Лохман Н.В., Берідзе Т.М., Лохман М.О., Чокої Д.А. Активатори маркетингових комунікацій продажу туристичних послуг. *Вісник ДонНУЕТ*. 2023. №1 (78). С.30-37

Кваліфікаційна робота складається з вступу, основної частини, висновків та рекомендацій, списку використаних джерел з 51 найменування. Загальний обсяг роботи складає 52 сторінки.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

Сьогодні туризм визначають як феномен 21 століття, що став невід'ємною складовою життя більшості людей світу і одним з провідних напрямів соціально-економічної діяльності [3].

Туризм – це складна соціально-економічна система невиробничої сфери, яка на відміну від інших, включає в себе діяльність самостійних територіально відособлених фінансово-кредитних, медичних, рекреаційних, лікувально-оздоровчих, митних, освітніх, транспортних, торговельних, культурно-розважальних, інформаційних, рекламних, об'єктів розміщування і харчування туристичних одиниць, які сприяють тимчасовому індивідуальному, груповому, самодіяльному і плановому в'їзду, виїзду, проживанню та пересуванню всередині і за межами певної держави, міста, регіону людей з метою відновлення працездатності, отримання відпочинку, пізнавальних, спортивних, культурно-розважальних, освітніх, професійно-ділових та спеціалізованих послуг, що здійснюються на підставі міжнародних угод з урахуванням міжнародних звичаїв [2].

Під впливом процесів глобалізації та інтеграції туризм набуває найбільш динамічного розвитку та стає одним із впливових факторів, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, покращення добробуту населення. Під глобалізацією розуміється процес всесвітнього економічного, політичного і культурного взаємного зближення і утворення взаємозв'язків. Процеси глобалізації на туристичному ринку характеризуються зміною технологій, інтернаціоналізацією ділової активності, модернізацією транспортної інфраструктури, створенням механізму регулювання [4].

Підходи до розуміння сутності глобалізації в туризмі є неоднозначними з боку науковців (таблиця 1).

Таблиця 1 – Визначення поняття «глобалізація в туризмі»

Автори	Визначення поняття «глобалізація в туризмі»	Ключові слова
1	2	3
Кліменко О.В., Захарченко С.І. [5]	процес різкого посилення туристичних потоків, а також потоків послуг, капіталу, інформації і технологій, національних урядів, що зазвичай не потрапляють під регулювання	потік, регулювання
Білозубенко В. С., Корнеєв М. В., Горб К. М. [6]	явище, яке суттєво впливає на розвиток всієї світової індустрії туризму, а також і національних господарств, що зумовлено їх конкуренцією, зокрема позиціями у міжнародних рейтингах	конкуренція, позиція
Згуровський О. [8]	процес розвитку міжнародного туризму, що робить його унікальним економічним інструментом, здатним формувати виробничі системи інтернаціонального характеру і зберігати локальну значущість	інтернаціональний характер, локальна значущість

Продовження таблиці 1

1	2	3
Бойко М. Г. [7]	збільшення міжнародних туристичних потоків, капіталу, інформації і технологій, посиленні взаємозв'язку та взаємодії підприємств туристичного бізнесу, виникненні глобальних форм його інтеграції	потік, взаємозв'язок, взаємодія, інтеграція
Гончар О. І. [9]	діяльність, яка має міжнародний характер; це проявляється у стиранні кордонів та перешкод для подорожування у цілому світі, здійснення діяльності туристичними підприємствами без прив'язки до конкретної країни.	стирання кордонів
Романова А.А., Сисоєва С.І. [10]	об'єктивний, невідворотний та, водночас, суперечливий процес сучасного суспільства, який являє собою процес інтеграції національних господарств у світовий ринок, що супроводжується тісним переплетінням економік різних рівнів на основі транснаціоналізації та регіоналізації	інтеграція, транснаціоналізації, регіоналізації

Представлені характеристики поняття «глобалізація в туризмі» мають різновекторний характер, а отже представляють собою процеси інтеграції і транснаціоналізації; орієнтуються на різноманітні потоки, основним з яких є туристичний потік; передбачають стирання кордонів, взаємодію, взаємозв'язок, учасників цього процесу; підтверджені конкуренції, позиціонуванню та регулюванню.

Глобалізацію в туризмі можливо розглядати з точки зору процесного підходу (рис. 1).

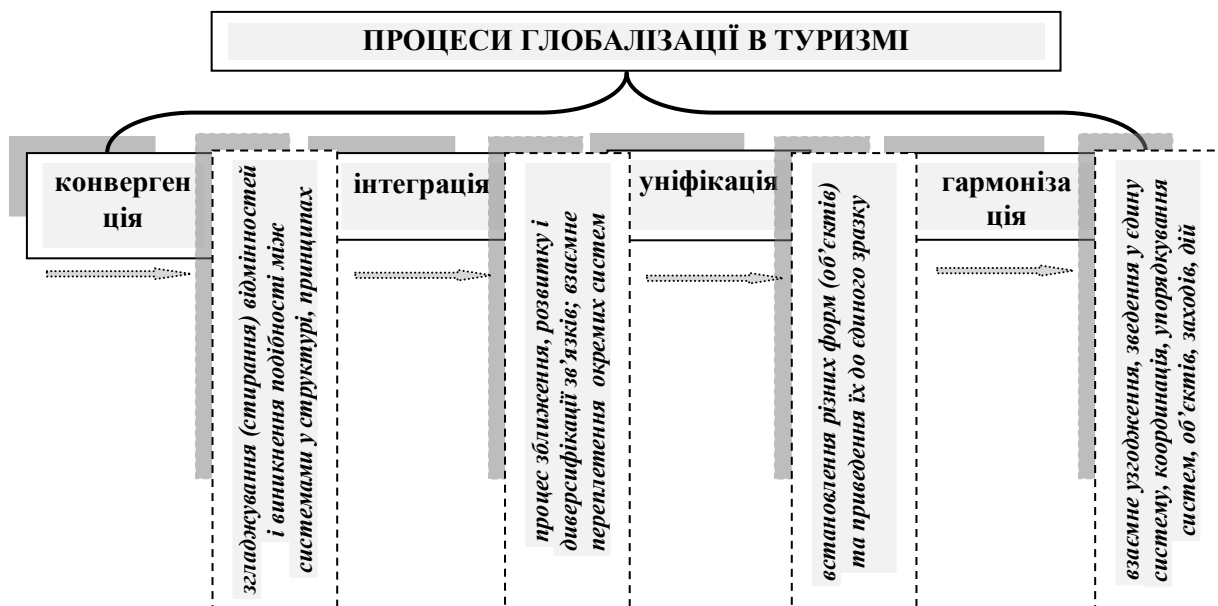


Рисунок 1 – Процесний підхід до глобалізації в туризмі

Джерело: складено автором на основі [6]

Більш повну характеристику глобалізації в туризмі можна розглядати як сегрегацію основних наслідків цього процесу (таблиця 2).

Таблиця 2 – Матриця сегрегації основних результатів глобалізації в туризмі

Наслідки глобалізації в туризмі	Чинники розвитку туризму				
	Економічні	Соціальні	Правові	Інфраструктурні	Екологічні
Для країни	економічна інтеграція; міжнародна співпраця;	поява нових видів туризму		створення світових транспортних альянсів	необхідність впроваджувати заходи з їх охорони, розвивати альтернативні види туризму
Для ринку туристичних послуг	створення міжнародних об'єднань і організацій; <i>невизначеністю ринкової ситуації</i>	створення готельних ланцюгів; <i>загроза терористичних актів;</i> <i>нестабільністю попиту на туристичні послуги</i>	міжнародна стандартизація за рахунок формування нормативно-правової бази		<i>спалахи захворювань і епідемії</i>
Для туристичних фірм	створення транснаціональних компаній; <i>недостатність фінансових та інвестиційних ресурсів;</i>	використання електронної комерції та глобальних систем розподілу; поява нових ринків	<i>закриття дрібних, неефективних вітчизняних туристичних компаній;</i> <i>злиття та поглинання закордонними компаніями перспективних національних операторів</i>		розвиток екологічного туризму
Для туристів		входження міжнародних туроператорів; використання електронної комерції та глобальних систем розподілу; <i>загроза терористичних актів</i>		розвивається ринок низькобюджетних перевезень	<i>спалахи захворювань і епідемії</i>

Примітка: курсивом представлені негативні наслідки глобалізації в туризмі

Джерело: складено автором на основі: [3, 11-15]

Як бачимо з таблиці 2, наслідки глобалізації в туризмі можуть мати як позитивний так і негативний вплив на окремих рівнях туристичної сфери (країна, ринок туристичних послуг, туристичні фірми, туристи), при цьому можливо сегрегувати представлені наслідки за економічними, соціальними, правовими, інфраструктурними та екологічними чинниками.

Похідним поняттям глобалізації в туризмі є поняття «глобальний ринок туристичних послуг», який можливо охарактеризувати як сферу стійкого міжнародного руху туристичних послуг, у межах якої на основі кон'юнктурних змін формуються глобальні попит і пропозиція на туристичні продукти [7].

На розвиток ринку туристичних послуг впливає низка факторів, а саме: демографічні зміни, матеріальний і соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість тощо. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком та особистими доходами громадян [19].

Усі фактори можливо згрупувати наступним чином [15-18]:

- 1) соціальні (культурні зміни, зростання мобільності, посилення цінностей туризму);
- 2) економічні (підвищення доходів населення, доступність туристичних послуг);
- 3) інфраструктурні (розширення логістичної, інформаційної, готельної та іншої інфраструктури);
- 4) екологічні (погіршення екологічної ситуації);
- 5) інформаційно-технологічні (поява інформаційних мереж).

Детермінація драйверів (передумов) та індикаторів (результатів) розвитку ринку туристичних послуг може бути представлена наступним чином (рисунок 2).

Процес глобалізації істотно змінив основні умови ведення туристичного бізнесу в окремій країні, що призвело до прискорення, інтенсифікації та вирівнювання національних ринків туристичних послуг.

Включення України у світову інтеграцію передбачає формування та розвиток принципово нових форм функціонування підприємств, зміну економічних відносин з державою власниками, партнерами по бізнесу, працівниками; активну участь у процесах глобалізації економіки та міжнародної співпраці у різних сферах [9].

Україна має всі передумови для інтенсивного розвитку туризму. Маючи вигідне геополітичне положення, Україна має безліч переваг у сфері туризму, а саме: володіння туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, культурно-історичними пам'ятками та туристичною індустрією, яка розвивається досить швидкими темпами [19].

За рівнем розвитку рекреаційно-туристичних послуг наша держава значно відстає від більшості європейських країн. Такий стан не є нормальним і потребує активізації процесів щодо створення в нашій державі потужної рекреаційної індустрії, яка спроможна задовольняти різноманітні рекреаційні потреби як мешканців України так і іноземних туристів.



Рисунок 2 - Детермінація драйверів (передумов) та індикаторів (результатів) розвитку ринку туристичних послуг

Джерело: складено автором на основі [6, 7]

У вирішенні зазначених проблем особливе значення може відіграти оптимальне проведення планової роботи, використання фінансових інструментів, щодо сприяння розвитку галузі на рівні держави та окремих регіонів, а також – мотиваційних механізмів стимулювання високопродуктивної праці – на рівні підприємств [9].

Глобалізаційні процеси на ринку туристичних послуг України обумовили ряд особливостей розвитку цього ринку:

1) переважання виїзного туризму над в'їзним, що означає те, що у глобалізованому конкурентному просторі Україна виступає більше як ринок споживачів (туристів та прихованих трудових мігрантів), а не як виробник туристичного продукту на експортер туристичних послуг;

2) псевдо виїзний туризм, за яким приховані масштабні міграційні процеси (впродовж 2015-2017 рр. з України виїхало понад 2 млн. громадян з метою працевлаштування закордоном);

3) лібералізація візового режиму із західними країнами, та водночас дуже неліберальні правила візового в'їзду з країнами Сходу, втому числі з тими, де ВВП на душу населення значно перевищує український показник;

4) недостатність інфраструктурних проектів (гучно анонсовані транснаціональні проекти, такі як будівництво автобанів «Будапешт-Чоп», «Гданськ-Одеса», поки знаходяться в стадії розробки);

5) відносно високі (у порівнянні зі світовими) ціни на авіаперевезення, що спричинено неприродною монополією на українському авіаринку;

б) низький рівень оплати праці, зокрема зайнятих працівників у сфері туризму, що створює конкурентні умови для розвитку міжнародного в'їзного туризму в Україні [10].

У зв'язку з наявністю різноспрямованих факторів розвитку ринку туристичних послуг України пропонуємо систематизувати ці фактори як континуальний перелік стабілізаторів (пріоритетів), дестабілізаторів (перепон), та активізаторів (пропозицій подолання перепон) (таблиця 3).

Таблиця 3 - Континуальний перелік стабілізаторів, дестабілізаторів та активізаторів розвитку ринку туристичних послуг України в стабільних умовах

Характеристики розвитку ринку туристичних послуг України			
Континуальний перелік стабілізаторів,	Стабілізатори	Стабілізують стан	Україна має найбільші й найрізноманітніші в Центральній Європі запаси ресурсів для розвитку різноманітних туристичних послуг [20].
	Дестабілізатори	Руйнують стабільність	Застаріла матеріально-технічна база, недостатність фінансування державних закладів і, як наслідок, низька конкурентоспроможність, збитковість більш ніж половини з них. Скорочення кількості підприємств та персоналу, зростання вартості послуг за низької якості обслуговування спричинили зниження попиту та зменшення завантаженості підприємств [20].
	Активізатори	Забезпечують активність	Необхідність удосконалення туристичної інфраструктури як туристичної галузі загалом, так і її окремих компонентів (транспорту, готельної сфери, закладів харчування, соціально-культурних рекреаційних ресурсів, пізнавальні, розважальні і побутові послуги, юридичні, банківські, торгові і страхові послуги, супутню та комунікаційну сферу тощо) [20].

Реалізація системних комплексних та інтегрованих заходів щодо розвитку ринку туристичних послуг в Україні необхідна для подолання наявних

негативних тенденцій, створення ефективних умов для роботи туристичних підприємств, установ та організацій, що потребує:

- удосконалення нормативно-правового регулювання туристичної галузі;
- використання інструментів для формування сприятливих умов для залучення інвестицій у туристичну галузь та модернізації туристичної інфраструктури;
- підтримки та виведення з тіні малого та середнього бізнесу туристичної галузі, забезпечення чесної конкуренції;
- підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини;
- впровадження сучасних інформаційних та маркетингових технологій, удосконалення рекламного забезпечення національної туристичної галузі презентації туристичного потенціалу України на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах тощо для просування українського турпродукту на світовому та внутрішньому ринках;
- впровадження ефективної інноваційної діяльності, розроблення та впровадження прогресивних методів і стандартів туристичного обслуговування, пошуку інноваційних форм і методів створення туристичного продукту на основі ефективного використання наявних туристичних ресурсів;
- поліпшення кадрового забезпечення у сфері туризму;
- створення внутрішнього національного туристичного продукту і просування його на внутрішньому та міжнародному ринках;
- модернізація та розбудова інфраструктури туристичної галузі;
- розвиток транспортного сполучення, яке є одним із головних факторів сприяння в'їзному туризму;
- підвищення рівня сервісу і захисту прав туристів [20].

Оскільки Україна є активним суб'єктом світового господарства, зокрема і в туристичній сфері, включення вітчизняного туристичного ринку до процесів транснаціоналізації міжнародного ринку туристичних послуг є неминучим. Це призведе до значної конкуренції на туристичних ринках країн, підвищення якості послуг, розширення їх асортименту та зниження цін на послуги. Розвиток ринку туристичних послуг України має вкладатись у рамки концепції «Широка Європа» – розширення єдиного європейського простору на схід зі створенням єдиної європейської транспортно-логістичної системи [17].

Включення нашої країни у міжнародний ринок туристичних послуг надасть стимулюючу дію на такі сектори економіки, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та є одним з найбільш перспективних напрямів структурної перебудови економіки [14].

Головним питанням інтеграції України до міжнародного ринку туризму залишається якість надання туристичних послуг. За цим показником Україна значно відстає від багатьох держав із подібним рекреаційно-туристичним потенціалом. Внаслідок цього багато наших співвітчизників надають перевагу іноземним курортам, отримуючи фактично за ті самі гроші набагато вищий

рівень обслуговування та комфорту та стаючи при цьому інвесторами в економіку іноземних держав. Підняття рівня якості вітчизняних туристичних послуг до європейських стандартів значно прискорило б розвиток туризму в Україні та привабило б більше охочих відпочити з України та близького зарубіжжя [21].

Важливо зазначити, що дослідження інтеграції ринку туристичних послуг буде неповним без визначення рівнів розв'язання проблем в туристичній сфері (таблиця 4).

Таблиця 4 - Проблеми інновацій в туристичній сфері та рівень їх розв'язання

Елемент туристичної сфери	Проблеми в туристичній сфері	Рівень розв'язання проблем
1	2	3
Туризм як сфера бізнесу	Неефективна національна туристична політика, яка пасивно реагує на захоплення ринку міжнародними консолідаторами; національні виробники-продуценти туристичних послуг та турагенції не мають достатніх коштів на розвиток повільних, стратегічних, радикальних інновацій; на результати економічних трансформацій суттєво впливає кумулятивний характер інноваційних змін; недостатній рівень інноваційної культури; переважна більшість малих підприємств	Державна національна, економічна політика та політика інтеграції в туризмі Регіональна політика Галузева політика
Туристичний ринок	Відсутність заходів по стимулюванню ринку; високий рівень оподаткування; можливість пандемій; високі ціни на енергоносії; нестабільна політична ситуація; теракти; економічний спад; безробіття	Державна політична, економічна, соціальна політика, політика безпеки Регіональна політика Галузева політика
Споживач туристичного продукту	Старіння населення; збільшення числа пенсіонерів; урбанізація; зниження доходів населення; оновлення і зміна традиційних цінностей стосовно відпочинку; висока пасивність молодих людей щодо досягнення цілей, та формування кар'єри; тендерна сегрегація на туристичних підприємствах	Державна демографічна, економічна, соціальна політика Регіональна політика Галузева політика
Туристичне підприємство	Недосконалість туристичної інфраструктури; недосконалість нормативно-правової бази; економічна, політична та соціальна нестабільність у країні; обмеженість асортименту запропонованих послуг; недосконалість реклами українських туристичних підприємств за кордоном тощо; дефіцит висококваліфікованого персоналу	Державна політика Регіональна політика Галузева політика Інноваційна політика туристичного підприємства

Продовження таблиці 4

1	2	3
Інвестиції в туризм	Недосконала законодавча база щодо забезпечення гарантій на іноземні інвестиції в туристичний бізнес; відсутність сприятливого інноваційно-інвестиційного клімату; відсутність розробки нових конкурентоспроможних туристичних продуктів, які повинні ураховувати етнокультурні, геополітичні, екологічні чинники туристичних дестинацій та потреб сучасного споживача	Державна законодавча, інвестиційна, інноваційна, національна політика Регіональна політика Галузева політика Інноваційна політика туристичного підприємства
Туристичний продукт	Низька схильність туристичного продукту до змістовних та структурних інноваційних змін; низький ступінь наукоємності у процесах обслуговування, де головним критерієм є застосування туристичних ресурсів, якість наданих сталих пакетних послуг (розміщення, харчування, транспортування); кроскультурні особливості гостинності та доброзичливості у прийомі й обслуговуванні іноземних та вітчизняних туристів; унікальний історичний, культурний спадок, що є джерелом туристичної атрактивності; етичність та культура у використанні туристичних ресурсів, гармонійний розвиток туристичних дестинацій	Державна національна інноваційна, інвестиційна, політика Регіональна політика Галузева політика Інноваційна політика туристичного підприємства

Джерело: складено автором на основі [22-25]

Основні проблеми в туризмі як сфері бізнесу пов'язані із недосконалістю національної туристичної політики, відсутністю належного фінансування цієї сфери, жорсткою міжнародною конкуренцією.

Туристичний ринок характеризується наступними проблемами: політична нестабільність, економічний спад, висока вартість енергоносіїв, небезпека пандемій тощо.

Споживання туристичних послуг має недостатній розвиток у зв'язку із старінням населення, зміною цінностей, низьким рівнем доходу населення тощо.

Проблеми туристичного підприємства у більшості випадків пов'язані із макрочинниками: інфраструктурні, нормативно-правові, економічні, політичні, кадрові чинники.

Проблеми інвестицій в туристичну сферу є визначальними для інших труднощів цієї сфери і характеризуються негативними факторами щодо законодавчої бази та інноваційно-інвестиційного клімату. Впровадження новацій в туристичний продукт має негативний вплив з боку структурних змін, низької інноваційності ресурсів підприємства, національної специфіки туристичної дестинації.

Розв'язання визначених проблем можливо, з одного боку – шляхом розробки та реалізації державної (регіональної, галузевої, підприємницької)

політики з питань національної, законодавчої, інвестиційної, економічної підтримки туристичної галузі, з іншого боку – шляхом інноваційної орієнтації розвитку туристичної сфери, яка має проявитися у всіх її елементах. При цьому пріоритетами інноваційного розвитку туристичної сфери має бути тотальне впровадження інформаційних технологій, яке має на меті віртуалізацію операційних процесів, управління економічними процесами, ефективне управління й адміністрування підприємства. Стосовно туристичного підприємства впровадження інформаційних технологій забезпечить: застосування online-бронювання не лише в роботі з турагентствами, а й безпосередньо з клієнтами; генерацію неординарних ідей, що просувають бізнес у сфері туризму; автоматизацію і доступність довідкової інформації, створення нового для ринку туристичного продукту, використання нетрадиційної реклами, запровадження новітніх інформаційних сайтів із особистими кабінетами туристів, програмне забезпечення і програмні рішення тощо [26].

Якщо визначати головну загрозу розвитку ринку туристичних послуг України на сьогодні, то це безперечно – військовий стан, який напряму негативно впливає на туристичну галузь, але в період відновлення країни ця галузь має бути в пріоритеті при визначенні ключових пріоритетів розвитку потенціалу країни.

На думку Матюшко В.В., військові загрози не мають гальмувати розвиток туризму. Досвід Ізраїлю, Сербії, Грузії (2008 р.) доводить можливість – й навіть необхідність – розвивати туристичну галузь в умовах постійної військової загрози [21].

В найближчій перспективі туристична галузь України має стати важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету, істотного позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо), так як туризм сприяє підвищенню зайнятості населення, розвитку ринкових відносин, міжнародному співробітництву, залученню громадян до пізнання багатой природної та історико-культурної спадщини краю, збереженню екологічної рівноваги [27].

Процедурою авторського дослідження розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації буде послідовність етапів, які представлені в таблиці 5.

Незалежно від політичного курсу України, зовнішні глобальні виклики «форматують» внутрішній простір держави. Економіка, політика, екологія, релігія, інформація, безпека та багато інших ключових сфер розвитку держав вже давно не є вузьконаціональними [10].

Щодо характеру взаємозв'язків України з глобалізаційним світовим ринком туристичних послуг, то аналітичним інструментом тут виступає система глобальних та регіональних показників туризму в світі (Global and regional tourism performance).

Таблиця 5 - Процедура авторського дослідження розвитку ринку туристичних послуг України в умовах глобалізації

Етап	Найменування методу	Завдання дослідження
I	Феноменологічний підхід	Визначення основних закономірностей розвитку ринку туристичних послуг та туристичної сфери в умовах глобалізації
	Аксіоматика	Формування теоретичних засад та підходів до розуміння розвитку ринку туристичних послуг в умовах глобалізації
	Детермінаційний аналіз	Детермінація драйверів (передумов) та індикаторів (результатів) розвитку ринку туристичних послуг
II	Системна аналітика	Визначення значення глобальних та регіональних показників туризму в світі (Global and regional tourism performance)
	Рейтинговий аналіз	Аналіз результатів формування глобального рейтинга туризму у 2019 році
	Статистичний моніторинг показників туристичної галузі країни	Горизонтальний аналіз динаміки кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму, колективних засобів розміщування, кількості перевезених пасажирів за видами транспорту
	Кореляційно-регресійний аналіз	Встановлення наявності зв'язку між кількості туристів, обслуговуваних туроператорами в Україні від кількості колективних засобів розміщення та від від кількості перевезених пасажирів за видами транспорту
	Економічний аналіз	Розрахунок та оцінювання показників розвитку туристичної галузі України
	Структурний аналіз	Аналіз структури туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, у 2020 році; розподіл туристичних операторів України за бронюванням в 2020р.; розподіл туристичних операторів України за відправленням в 2020р.
	Експертна оцінка	Аналіз регіонів України за різними секторами економіки, від яких залежать туристичні послуги; визначення рейтингу регіонів України за секторами економіки, що впливають на формування туристичних послуг
III	Аналіз стейкхолдерів	Визначення впливу на стейкхолдерів розвитку туристичної галузі в Україні в умовах глобалізації
	Наукове абстрагування	Систематизація особливостей елементів туристичної сфери в умовах інноваційної орієнтації
	Діагностика планів та стратегій розвитку туризму	Дослідження Плану щодо розвитку туризму в Україні на найближчі роки, Стратегії розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року

Джерело: складено автором

Згідно показників відвідування країн світу за останні п'ять років (Додаток А, Таблиця А.1), найбільший потік внутрішніх туристів мали такі країни:

Велика Британія (1776080 осіб) – 2019 рік, США (2020000 осіб) – 2021 рік, Китай (3246000 осіб) – 2021 рік. Значні показники внутрішніх туристів в період 2019 – 2021 років також мають такі країни: Індія, Канада, Австралія, Південна Корея, Франція, Японія, Іспанія, Індонезія.

Щодо місця України, то наша країна не представлена в цьому рейтингу, тому робити висновки щодо розвитку туризму в Україні можливо за іншими рейтингами. Так, згідно рейтингу Європи та Євразії «Подорожі та туризм Конкурентоспроможність Звіт 2019» (таблиця А.2) Україна займає 78 місце (3,7 балів) серед 140 країн світу. Найближчі позиції займають такі країни Європи: Грузія 68 місце (3,9 балів), Азербайджан 71 місце (3,8 балів), Вірменія 79 місце (3,7 балів), Казахстан 80 місце (3,7 балів). При цьому позиція України покращилась на 10 пунктів порівняно з 2017роком. Отже, позитивні зміни у розвитку туризму в Україні в умовах стабільного стану (доковідний період) підтверджено міжнародними рейтингами. В той же період лідируючі позиції в цьому рейтингу займають такі європейські країни: 1 місце - Іспанія (5,4 бали)»; 2 місце – Франція (5,4 бали)»; 3 місце – Німеччина (5,4 бали)»; 4 місце – Велика Британія (5,2 бали)»; 5 місце – Італія (5,1 бали)»; 6 місце – Швейцарія (5 бали)»; 7 місце – Австрія (5 бали)»; 8 місце – Португалія (4,9 бали)»; 9 місце – Нідерланди (4,8 бали)»; 10 місце – Норвегія (4,6 бали)» (рисунок 3).

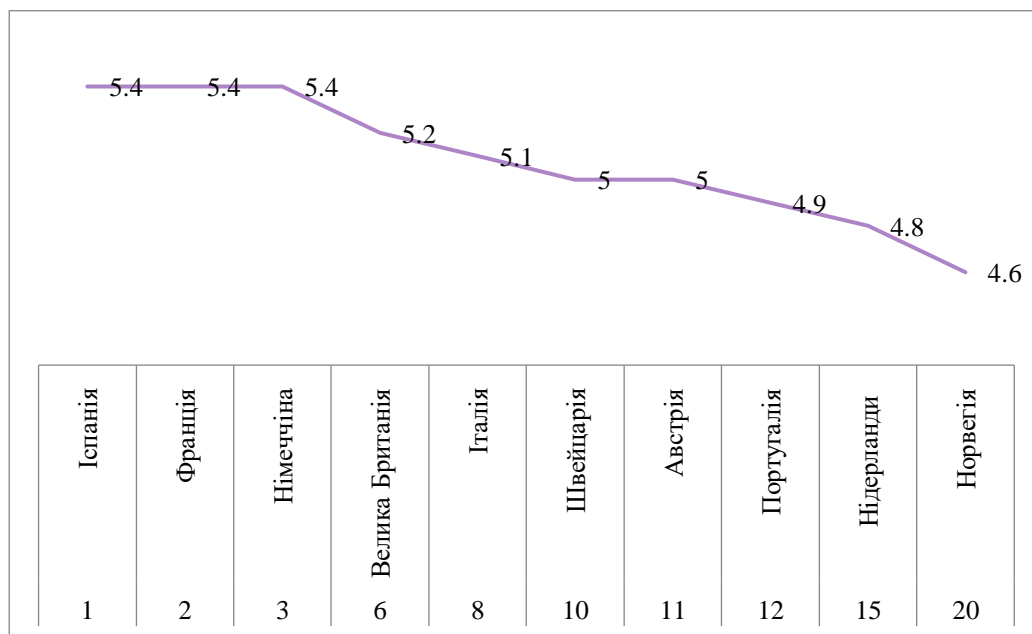


Рисунок 3 - Рейтинг топ-10 країн Європи та Євразії «Подорожі та туризм конкурентоспроможність. Звіт 2019»

Джерело: складено автором на основі [29]

Щодо конкретизації отриманого рейтингу можливо розглянути окремі індекси, що формують глобальний рейтинг країн (таблиця 6).

Таблиця 6 – Результати формування глобального рейтинга туризму у 2019р.

Країна	Глобальний рейтинг	Бізнес середовище	Безпека та захист	Здоров'я та гігієна	Людські ресурси та ринок праці	Готовність до ІКТ	Пріоритизація T&T	Міжнародна відкритість	Компетентність ціни	Стійкість середовища	Інфраструктура повітряного транспорту	Наземна та портова інфраструктура	Інфраструктура туристичного обслуговування	Природні ресурси	Ділові подорожі
Іспанія	1	4.5	6.1	6.2	4.9	5.8	5.9	3.9	5.0	4.7	5.0	5.2	6.6	4.8	6.7
Італія	8	4.0	5.5	6.3	4.6	5.5	4.8	4.1	4.4	4.3	4.4	4.7	6.0	4.9	6.5
Португалія	12	4.7	6.3	6.0	5.1	5.5	5.7	4.2	5.1	4.2	4.7	4.2	6.7	4.0	4.1
Україна	78	4.1	4.8	6.5	4.8	4.5	4.3	3.7	5.9	3.9	2.7	3.1	4.3	2.2	1.9

Джерело: складено автором

Згідно даних наданих в таблиці 6, порівняння складових глобального рейтингу туризму України з Іспанією, Італією та Португалією показав, за оцінкою бізнес-середовища Україна поступається Іспанії та Португалії, але має вищий показник ніж у Італії (4,1 бали проти 4,0 балів). Показник безпеки в Україні нижче ніж у країн-лідерів. За показником «Здоров'я та гігієна» Україна (6,5 балів) перевершує представлені країни. За показником «Людські ресурси та ринок праці» Україна (4,8 балів) уступає Португалії (5,1 балів) та Іспанії (4,9 балів) але перевищує показник Італії (4,6 балів). Щодо показників розвитку інформаційних технологій, то тут Україна поступається Іспанії, Італії, Португалії. Подібна ситуація з показником «Міжнародна відкритість» - тут Україна має 3,7 балів, тоді як Іспанія має 3,9 балів, Італія – 4,1 бали, Португалія – 4,2 бали. Слід відзначити, що Україна виступає лідером за таким показником як «компетентність ціни», рейтинг України 5,9 балів, Іспанії – 5,0 балів, Італії – 4,4 бали, Португалії – 4,2 бали. За іншими показниками глобального рейтинга туризму («Стійкість середовища», «Інфраструктура повітряного транспорту», «Наземна та портова інфраструктура», «Інфраструктура туристичного обслуговування», «Природні ресурси», «Ділові подорожі») Україна значно поступає представленим країнам (Іспанія, Італія, Португалія). На основі представленого аналізу, можна зазначити, що Україні слід розвивати інфраструктуру, впроваджувати інформаційні технології, розвивати діловий туризм та бізнес-середовище в країні.

Наступним кроком аналізу розвитку ринку туристичних послуг України має стати статистичний моніторинг показників туристичної галузі країни.

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму представлено в таблиці 7.

Таблиця 7 - Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму, осіб

Параметри	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
1	2	3	4	5
2011	2199977	234271	1250068	715638
2012	3000696	270064	1956662	773970
Відхилення до попереднього року	800719	35793	706594	58332
Темп зміни до попереднього року, %	136,40	115,28	156,52	108,15
2013	3454316	232311	2519390	702615
Відхилення до попереднього року	453620	-37753	562728	-71355
Темп зміни до попереднього року, %	115,12	86,02	128,76	90,78
2014 ¹	2425089	17070	2085273	322746
Відхилення до попереднього року	-1029227	-215241	-434117	-379869
Темп зміни до попереднього року, %	70,20	7,35	82,77	45,93
2015 ¹	2019576	15159	1647390	357027
Відхилення до попереднього року	-405513	-1911	-437883	34281
Темп зміни до попереднього року, %	83,28	88,80	79,00	110,62
2016 ¹	2549606	35071	2060974	453561
Відхилення до попереднього року	530030	19912	413584	96534
Темп зміни до попереднього року, %	126,24	231,35	125,11	127,04
2017 ¹	2806426	39605	2289854	476967
Відхилення до попереднього року	256820	4534	228880	23406
Темп зміни до попереднього року, %	110,07	112,93	111,11	105,16
2018 ¹	4557447	75945	4024703	456799
Відхилення до попереднього року	1751021	36340	1734849	-20168

Продовження таблиці 7

1	2	3	4	5
Темп зміни до попереднього року, %	162,39	191,76	175,76	95,77
2019 ¹	6132097	86840	5524866	520391
Відхилення до попереднього року	1574650	10895	1500163	63592
Темп зміни до попереднього року, %	134,55	114,35	137,27	113,92
2020 ¹	2360278	11964	2125702	222612
Відхилення до попереднього року	-3771819	-74876	-3399164	-297779
Темп зміни до попереднього року, %	38,49	13,78	38,48	42,78

Примітка: ¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Джерело: складено автором на основі [28]

Зідно представленим даним, в період 2011-2012 роки мало місце збільшення кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами як в цілому так і по показникам «в'їзні (іноземні) туристи», «виїзні туристи», «внутрішні туристи». В період 2014-2015 роки навпаки має місце зниження кількості туристів, як взагалі, так і за представленими категоріями, при цьому найбільше падіння за показником «в'їзних туристів» має місце в 2014 – темп зміни склав 7,35%. В період 2016-2019 роки знову бачимо збільшення показників кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, а вже в 2020 році порівняно із 2019 роком маємо негативні показники відхилення (-3771819 осіб), так темп зміни по категорії «в'їзні (іноземні) туристи» склав 13,78%, по категорії «виїзні туристи» - 38,48%, по категорії «внутрішні туристи» - 42,78%. Це пов'язано із початком епідемії коронавірусу.

Далі проаналізуємо зміни показників колективних засобів розміщування (таблиця 8).

Таблиця 8 - Колективні засоби розміщування

Параметри	Кількість колективних засобів розміщування, одиниць	Кількість місць у КЗР, тис. одиниць	Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис	
			усього	з них іноземці
1	2	3	4	5
2011	5882	567,3	7426,9	1427,7
2012	6041	583,4	7887,4	1554,8
Відхилення до попереднього року	159	16,1	460,5	127,1
Темп зміни до попереднього року, %	102,70	102,84	106,20	108,90

Продовження таблиці 8

1	2	3	4	5
2013	6411	586,6	8303,1	1665,1
Відхилення до попереднього року	370	3,2	415,7	110,3
Темп зміни до попереднього року, %	106,12	100,55	105,27	107,09
2014 ¹	4572	406	5423,9	551,5
Відхилення до попереднього року	-1839	-180,6	-2879,2	-1113,6
Темп зміни до попереднього року, %	71,31	69,21	65,32	33,12
2015 ¹	4341	402,6	5779,9	665,8
Відхилення до попереднього року	-231	-3,4	356	114,3
Темп зміни до попереднього року, %	94,95	99,16	106,56	120,73
2016 ¹	4256	375,6	6544,8	863,7
Відхилення до попереднього року	-85	-27	764,9	197,9
Темп зміни до попереднього року, %	98,04	93,29	113,23	129,72
2017 ¹	4115	359	6661,2	824,5
Відхилення до попереднього року	-141	-16,6	116,4	-39,2
Темп зміни до попереднього року, %	96,69	95,58	101,78	95,46
2018 ¹	4719	300	7006,2	917,9
Відхилення до попереднього року	604	-59	345	93,4
Темп зміни до попереднього року, %	114,68	83,57	105,18	111,33
2019 ¹	5335	370,6	6960,9	959,4
Відхилення до попереднього року	616	70,6	-45,3	41,5
Темп зміни до попереднього року, %	113,05	123,53	99,35	104,52
2020 ¹	4523	312,1	3379,5	254,4
Відхилення до попереднього року	-812	-58,5	-3581,4	-705
Темп зміни до попереднього року, %	84,78	84,21	48,55	26,52

Примітка: ¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Джерело: складено автором на основі [28]

Показники динаміки щодо кількості колективних засобів розміщення, кількості місць у цих закладах та кількості осіб, які перебували у колективних засобах розміщення повторюють траєкторію динаміки показників кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму за визначеними термінами. Так, позитивна динаміка показників має місце у 2012-2013 роках. У 2014-2017 роках вказані показники знижуються, хоча зберігається позитивна динаміка кількості осіб, що перебували у колективних засобах розміщення. У 2018 році прослідковується збільшення кількості колективних засобів розміщення, хоча кількості місць у цих закладах має негативну динаміку. У 2019 році на фоні позитивних змін за зазначеними параметрами, має незначне зниження показник «кількості осіб, які перебували у колективних засобах розміщення» (зниження склало – 0,65%). У 2020 році вже знизилась усі показники, найбільший спад має показник «кількість іноземних туристів, що перебували у колективних засобах розміщення» (темп зміни 26,52%).

Ще однією групою показників, які характеризують індустрію туризму є кількість перевезених пасажирів (таблиця 9).

Таблиця 9 - Кількість перевезених пасажирів за видами транспорту, тис. пасажирів

Параметри	Залізничний	Морський	Річковий	Автомобільний (автобуси)	Авіаційний
1	2	3	4	5	6
2011	429784,9	7064,1	962,8	3611829,9	7504,8
2012	429115,3	5921	722,7	3450173,1	8106,3
Відхилення до попереднього року	-669,6	-1143,1	-240,1	-161656,8	601,5
Темп зміни до попереднього року, %	99,84	83,82	75,06	95,52	108,01
2013	425216,9	6642	631,1	3343659,5	8107,2
Відхилення до попереднього року	-3898,4	721	-91,6	-106513,6	0,9
Темп зміни до попереднього року, %	99,09	112,18	87,33	96,91	100,01
2014 ¹	389305,5	29,4	565,1	2913318,1	6473,3
Відхилення до попереднього року	-35911,4	-6612,6	-66	-430341,4	-1633,9
Темп зміни до попереднього року, %	91,55	0,44	89,54	87,13	79,85
2015 ¹	389794,1	25,5	550,8	2250345,3	6302,7
Відхилення до попереднього року	488,6	-3,9	-14,3	-662972,8	-170,6
Темп зміни до попереднього року, %	100,13	86,73	97,47	77,24	97,36
2016 ¹	389057,6	30,3	448,5	2024892,9	8277,9

Продовження таблиці 9

1	2	3	4	5	6
Відхилення до попереднього року	-736,5	4,8	-102,3	-225452,4	1975,2
Темп зміни до попереднього року, %	99,81	118,82	81,43	89,98	131,34
2017 ¹	164941,6	28,6	562,9	2019324,9	10555,6
Відхилення до попереднього року	-224116	-1,7	114,4	-5568	2277,7
Темп зміни до попереднього року, %	42,40	94,39	125,51	99,73	127,52
2018 ¹	157962,4	71,9	596,2	1906852,1	12529
Відхилення до попереднього року	-6979,2	43,3	33,3	-112472,8	1973,4
Темп зміни до попереднього року, %	95,77	251,40	105,92	94,43	118,70
2019 ¹	154811,8	79,4	589,9	1804929,3	13705,8
Відхилення до попереднього року	-3150,6	7,5	-6,3	-101922,8	1176,8
Темп зміни до попереднього року, %	98,01	110,43	98,94	94,65	109,39
2020 ¹	68332,5	52,6	256,5	1083872,7	4797,5
Відхилення до попереднього року	-86479,3	-26,8	-333,4	-721056,6	-8908,3
Темп зміни до попереднього року, %	44,14	66,25	43,48	60,05	35,00

Примітка: ¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Джерело: складено автором на основі [28]

Дослідження динаміки показників кількості перевезених пасажирів за видами транспорту показало різновекторні зміни у різні періоди дослідження. Так, у 2012 році порівняно із 2011 роком знизилась кількість перевезених пасажирів залізничним (на 669,6 тис. осіб), морським (на 1143,1 тис. осіб), річковим (на 240,1 тис. осіб) та автомобільним (на 161658,8 тис. осіб), в той же час має місце збільшення перевезень авіаційним транспортом на 601,5 тис. осіб.

У 2013 році прослідковується зниження перевезень залізничним транспортом (на 3898,4 тис. осіб), річковим (на 91,6 тис. осіб), автомобільним транспортом (на 106513,6 тис. осіб), тоді як збільшилась кількість перевезень морським транспортом на 721 тис. осіб та незначне збільшення авіаційним транспортом - на 0,9 тис. осіб.

У 2014 та 2015 роках має місце зниження показників пасажирських перевезень за усіма видами транспорту, це пов'язано із проведенням антитерористичної операції.

У 2016 році значно збільшилися перевезення авіатранспортом (на 3134%), та залізничним транспортом (на 18,82%), за усіма іншими видами транспорту має місце зниження обсягу перевезення пасажирів.

У 2017 році позитивні зміни має річковий транспорт (+25,51%) та авіаційний транспорт (27,52%). У 2018 році більше ніж у 2,5 рази збільшився обсяг перевезень морським транспортом (темп зміни 251,4%) також збільшилися показники перевезень річковим транспортом та авіатранспортом (5,92% та 18,7% відповідно).

У 2019 році на фоні збільшення морського та авіаційного пасажирообороту (на 10,4% та 9,39% відповідно) має місце негативна тенденція перевезення пасажирів залізничним, річковим, автомобільним транспортом. У 2020 році має місце негативна динаміка показників перевезення пасажирів за усіма видами транспорту (темп зміни склав 60 – 35%).

Структура пасажирських перевезень за 2011-2020 роки представлена в таблиці 10.

Таблиця 10 - Структура пасажирських перевезень за 2011-2020 роки, %

Вид транспорту	Залізничний	Морський	Річковий	Автомобільний (автобуси)	Авіаційний	Всього
1	2	3	4	5	6	7
Частка в загальній кількості, 2011 р.	10,59	0,17	0,02	89,02	0,18	100
Частка в загальній кількості, 2012р.	11,02	0,15	0,02	88,6	0,21	100
Відхилення 2012р. від 2011р.	0,43	-0,02	0	-0,42	0,03	0
Частка в загальній кількості, 2013р.	11,24	0,18	0,02	88,36	0,21	100
Відхилення 2013р. від 2012р.	0,22	0,03	0	-0,24	0	0
Частка в загальній кількості, 2014р.	11,76	0	0,02	88,02	0,2	100
Відхилення 2014р. від 2013р.	0,52	-0,18	0	-0,34	-0,01	0

Продовження таблиці 10

1	2	3	4	5	6	7
Частка в загальній кількості, 2015р.	14,73	0	0,02	85,01	0,24	100
Відхилення 2015р. від 2014р.	2,97	0	0	-3,01	0,04	0
Частка в загальній кількості, 2016р.	16,06	0	0,02	83,58	0,34	100
Відхилення 2016р. від 2015р.	1,33	0	0	-1,43	0,1	0
Частка в загальній кількості, 2017р.	7,51	0	0,03	91,98	0,48	100
Відхилення 2017р. від 2016р.	-8,55	0	0,01	8,4	0,14	100
Частка в загальній кількості, 2018р.	7,6	0	0,03	91,76	0,6	100
Відхилення 2018р. від 2017р.	0,09	0	0	-0,22	0,12	0
Частка в загальній кількості, 2019р.	7,84	0	0,03	91,43	0,69	100
Відхилення 2019р. від 2018р.	0,24	0	0	-0,33	0,09	0
Частка в загальній кількості, 2020р.	5,9	0	0,02	93,65	0,41	100
Відхилення 2020р. від 2019р.	-1,94	0	-0,01	2,22	-0,28	0

Джерело: складено автором

З таблиці 10 видно, що найбільш популярним в Україні є автомобільний транспорт, його частка варіюється від 83,58% у 2016 році до 93,65% у 2020

році. Найменшу частку займає водний транспорт, так з 2014 році морський транспорт майже не був задіяний у перевезенні пасажирів. Не значні обсяги перевезень також має річковий транспорт 0,02 -0,03 %. Менше одного відсотка складає питома вага авіаційного транспорту. Показник частки залізничного транспорту складає від 5,9% у 2020р. до 11,76% у 2014 році. Найбільшому коливанню показника частки перевезень окремим видом транспорту має залізничний транспорт, так у 2017 році частка цього вида транспорту знизилась на 8,55% (це майже у два рази менше ніж у попередньому році), а в 2015 році частка залізничного транспорту в перевезенні пасажирів збільшилась на 2,97%. За іншими видами транспорту має місце незначне коливання частки окремих видів транспорту у загальній кількості пасажироперевезень.

Наступним етапом аналізу розвитку ринку туристичних послуг України має стати кореляційно-регресійний аналіз показників, які впливають на кількість туристів, обслуговуваних туроператорами (y). У якості факторів впливу оберемо показники: кількість колективних засобів розміщення, одиниць та кількість перевезених пасажирів за видами транспорту (тис. пасажирів). Кореляційно-регресійний аналіз дозволяє визначити параметри туристичної сфери, шляхом виокремлення ряду кількісних факторів, які спричиняють значний вплив на обсяги туристичних послуг. Згідно даних, представлених в таблицях 6 - 7 таблиці надані статистичні дані (фактори), які впливають на кількість туристів, обслуговуваних туроператорами (y) з відповідними позначеннями x_i , які необхідні для проведення кореляційно-регресійного аналізу даних параметрів з метою встановлення тісноти зв'язку та побудови економетричної моделі, яка відбиває особливості зазначеної взаємозалежності, якщо така існує [36]; це початкові дані за кожним факторним показником, які відповідають умовам закону нормального розподілу.

Графічне відображення результатів кореляційно-регресійного аналізу представлено на рисунках 4 – 5.

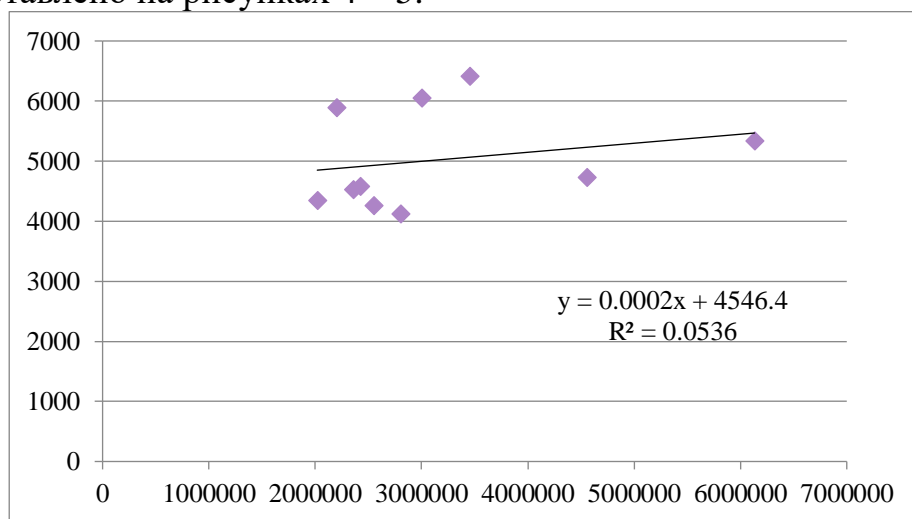


Рисунок 4 - Кореляційне поле залежності кількості туристів, обслуговуваних туроператорами в Україні від кількості колективних засобів розміщення, побудований засобами інструментарію табличного процесору MS EXCEL

Джерело: складено автором на основі [28]

За даними рисунка 4 необхідно зазначити, що фактор «кількість колективних засобів розміщення» (x_1) не має тісного зв'язку, так як $R = 0,23$.

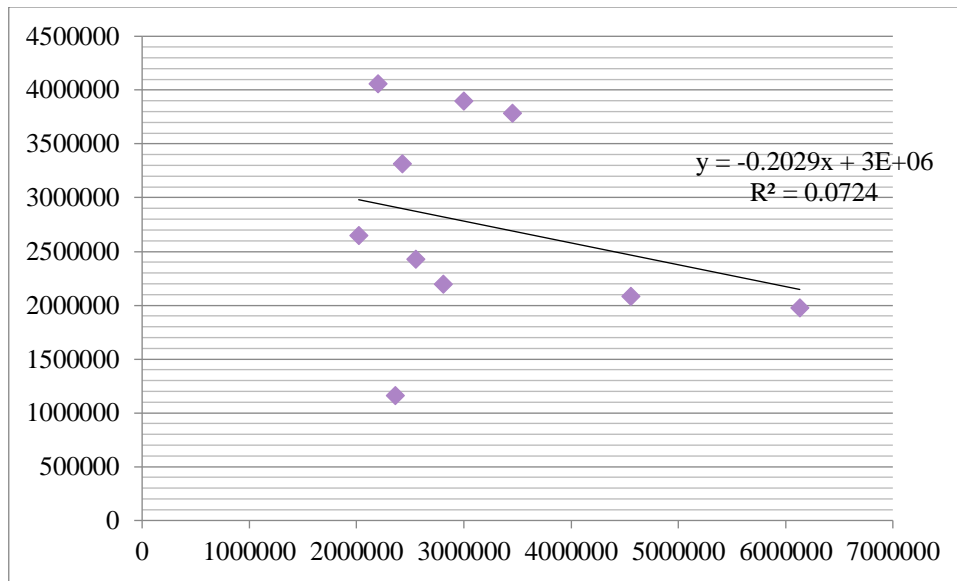


Рисунок 5 - Кореляційне поле залежності кількості туристів, обслуговуваних туроператорами в Україні від кількості перевезених пасажирів за видами транспорту, побудований засобами інструментарію табличного процесору MS EXCEL

Джерело: складено автором на основі [28]

За даними рисунка 5 бачимо, що фактор «кількості перевезених пасажирів за видами транспорту» (x_2) не має тісного зв'язку, так як $R = 0,26$, а отже цей параметр не підтвердили свого впливу за період, що досліджувався. Беручи до уваги вищезазначене, слід зауважити, що, для подальших досліджень, необхідний додатковий аналіз щодо побудови множинної регресійної моделі.

Наступним етапом аналізу розвитку ринку туристичних послуг України є оцінювання економіко-статистичних показників розвитку галузі (таблиця 11).

Таблиця 11 – Показники розвитку туристичної галузі України

Показник	Одиниці виміру	2019р.	2020р.	Відхилення, +/-	Темп змін, %
1	2	3	4	5	6
Юридичні особи					
Кількість туроператорів та турагентів	шт.	1797	1561	-236	86,87
Реалізовано туристичних пакетів туроператорами	од.	1879646	926740	-952906	49,30

Продовження таблиці 11

1	2	3	4	5	6
Вартість реалізованих туристичних пакетів туроператорами	тис. грн.	36081308,5	20767157,4	-15314151,1	57,56
Кількість обслугованих туристів	осіб	5319952	1957410	-3362542	36,79
Коефіцієнт реалізації туристичних пакетів на одну турфірму	од. / шт.	1045,99	593,68	-452,30	56,76
Середня вартість реалізованих туристичних пакетів	тис. грн / од.	19,20	22,41	3,21	116,74
Середня вартість реалізованих туристичних пакетів на 1 туристичну фірму	тис. грн / шт.	20078,64	13303,75	-6774,88	66,26
Середня вартість реалізованих туристичних пакетів на 1 туриста	тис. грн / осіб	6,78	10,61	3,82	156,43
Фізичні особи					
Кількість турагентів	шт.	2644	2306	-338	87,22
Реалізовано туристичних пакетів турагентами	одиниць	1054034	298391	-755643	28,31
Вартість реалізованих туристичних пакетів турагентами	тис. грн.	23970541,7	6850719,9	-17119821,8	28,58
Кількість обслугованих туристів фізичними особами	осіб	812145	402868	-409277	49,61
Коефіцієнт реалізації туристичних пакетів на одну турфірму	од. / шт.	398,65	129,40	-269,25	32,46
Середня вартість реалізованих туристичних пакетів	тис. грн / од.	22,74	22,96	0,217	100,95
Середня вартість реалізованих туристичних пакетів на 1 туристичну фірму	тис. грн / шт.	9066,01	2970,82	-6095,19	32,77
Середня вартість реалізованих туристичних пакетів на 1 туриста	тис. грн / осіб	29,52	17,00	-12,51	57,61

Джерело: складено автором на основі [28]

Аналіз даних представлених в таблиці 11, показав негативну динаміку майже усіх показників розвитку туристичної галузі. Так, кількість туроператорів та турагентів юридичних осіб знизилась на 236 фірм (13,17%), фізичних осіб – зниження склало 338 фірм або 12,78%. В 2020р. Реалізовано туристичних пакетів туроператорами юридичними особами менше на 952906 одиниць ніж у 2019 році, тоді як зниження реалізації туристичних пакетів турагентами - фізичними особами склало 755643 одиниці або 71,69%. Щодо вартості реалізованих туристичних пакетів туроператорами – юридичними особами, то зниження склало 15314151,1 тис. грн., фізичними особами – турагентами – 17119821,8 тис. грн (71,42%). Кількість обслугованих юридичними особами туристів знизилась в 2020р. на 3362542 осіб (63,21%), фізичними особами – 409277 осіб (50,39%).

Щодо розрахунку відносних показників динаміки розвитку туристичної галузі, то коефіцієнт реалізації туристичних пакетів на одну турфірму знизився як для юридичних осіб на 43,24%, так і для фізичних осіб на 67,54%. Слід відзначити ріст показника середньої вартості реалізованих туристичних пакетів на 16,74% - для юридичних осіб та на 0,95% - для фізичних осіб. Показник середньої вартості реалізованих туристичних пакетів на 1 туристичну фірму знизився для юридичних осіб на 33,74%, для фізичних осіб – на 67,23%. Показник середньої вартості реалізованих туристичних пакетів на 1 туриста має позитивну динаміку як для юридичних осіб (+5643%), але негативну динаміку для фізичних осіб (-42,39%). В цілому, можливо відзначити погіршення стану туристичної галузі в 2020р. порівняно із 2019р., що очевидно, і пов'язано із розповсюдженням епідемії коронавірусу та запроваджених обмежень, які в першу чергу торкнулися індустрії туризму.

Щодо структури туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, у 2020 році, то ця структура представлена на рисунку 6.

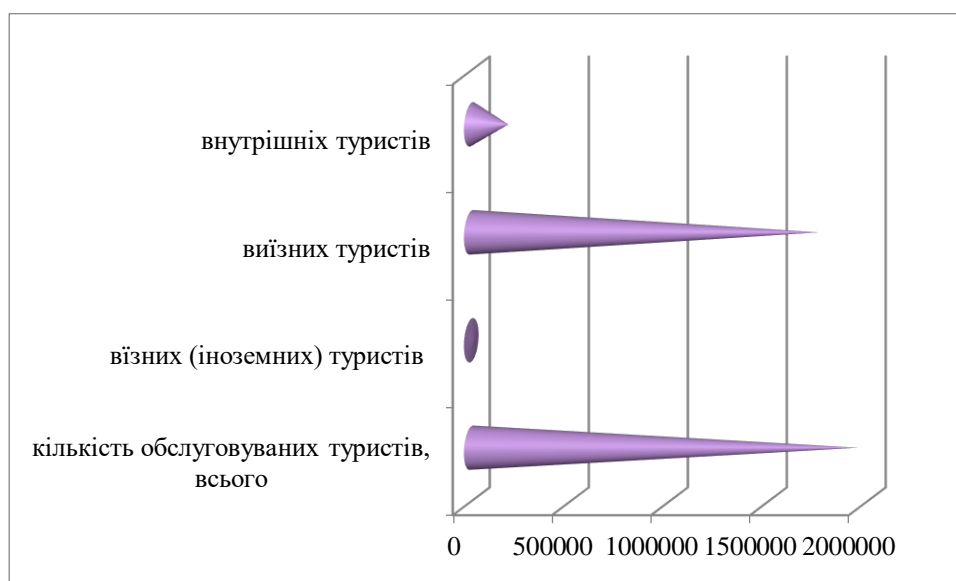


Рисунок 6 - Структура туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, у 2020 році

Джерело: складено автором на основі [28]

Як видно з рисунка 6, більшу частку у загальній кількості туристів склали виїзні туристи (1758107 осіб), а меншу частку склали в'їзні туристи (11773 особи), кількість внутрішніх туристів склала 187530 осіб.

Розподіл туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за метою поїздки представлений на рисунку 7.

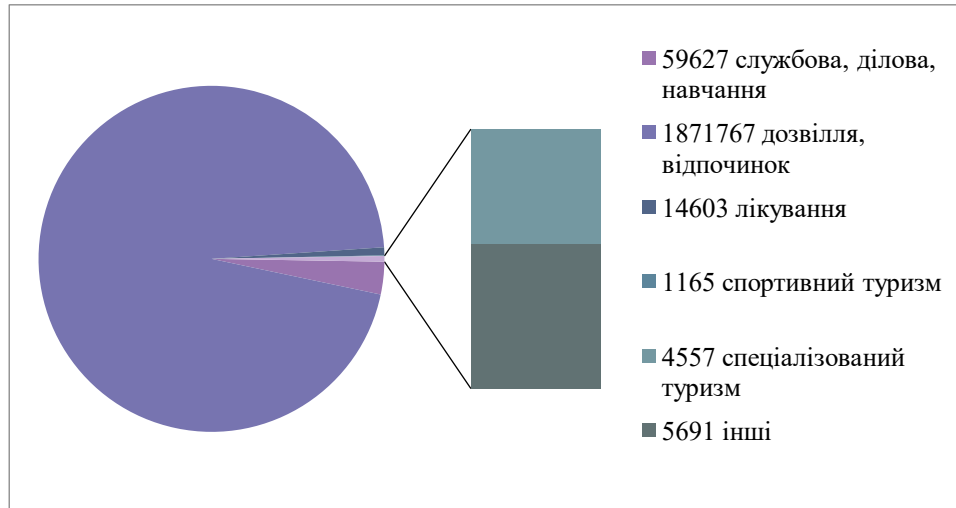


Рисунок 7 - Розподіл туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за метою поїздки у 2020р.

Джерело: складено автором на основі [28]

Згідно рисунку 7, найбільшу частку 95,62% займає туризм з метою дозвілля та відпочинку. Службові та ділові поїздки займають 3,05%. Усі інші види туризму мають незначну частку в загальному обсязі поїздок – їх частка не перевищує 1%. Далі розглянемо розподіл виїзних туристів за країнами, до яких вони виїжджали, та в'їзних (іноземних) туристів за країнами, з яких вони прибули в Україну, у 2020 році (рисунок 8).

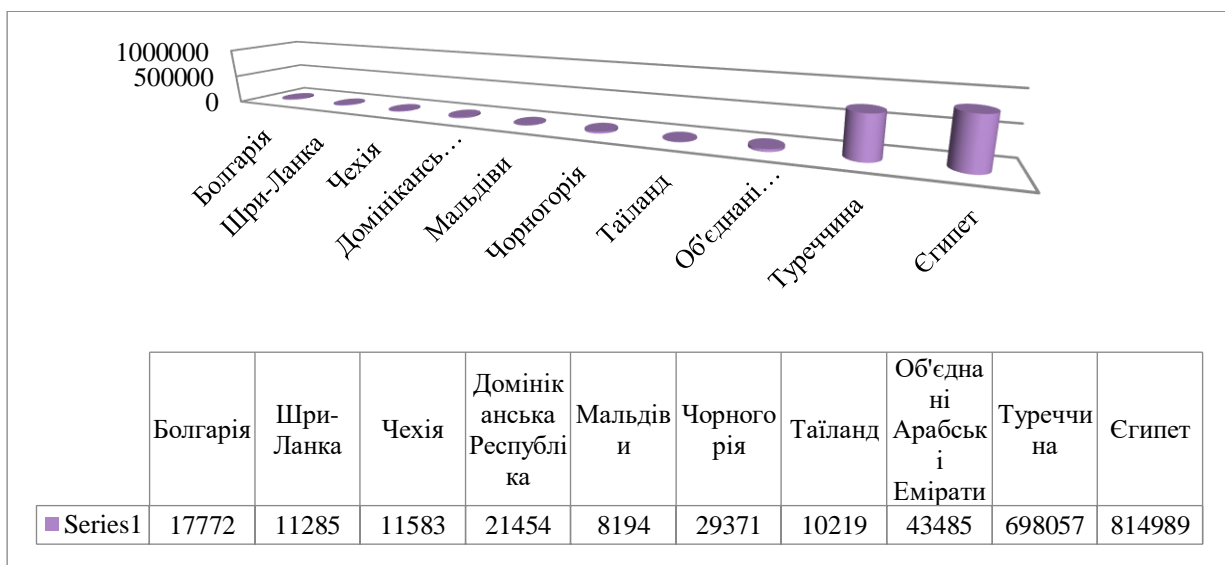


Рисунок 8 – Топ-10 країн, які привабливі для української туристичної галузі

Джерело: складено автором на основі [28]

Як видно з рисунку 8, традиційно найбільший туристичний потік вітчизняних виїзних туристів націлений на Туреччину (698057 осіб) та Єгипет (814989 осіб). Майже усі країни (крім Чехії) – це країни, які забезпечують пляжний відпочинок, який є пріоритетним у вітчизняного туриста.

Далі зупинимося на характеристиці основних туристичних операторів України в 2020р. (рисунки 9-10).

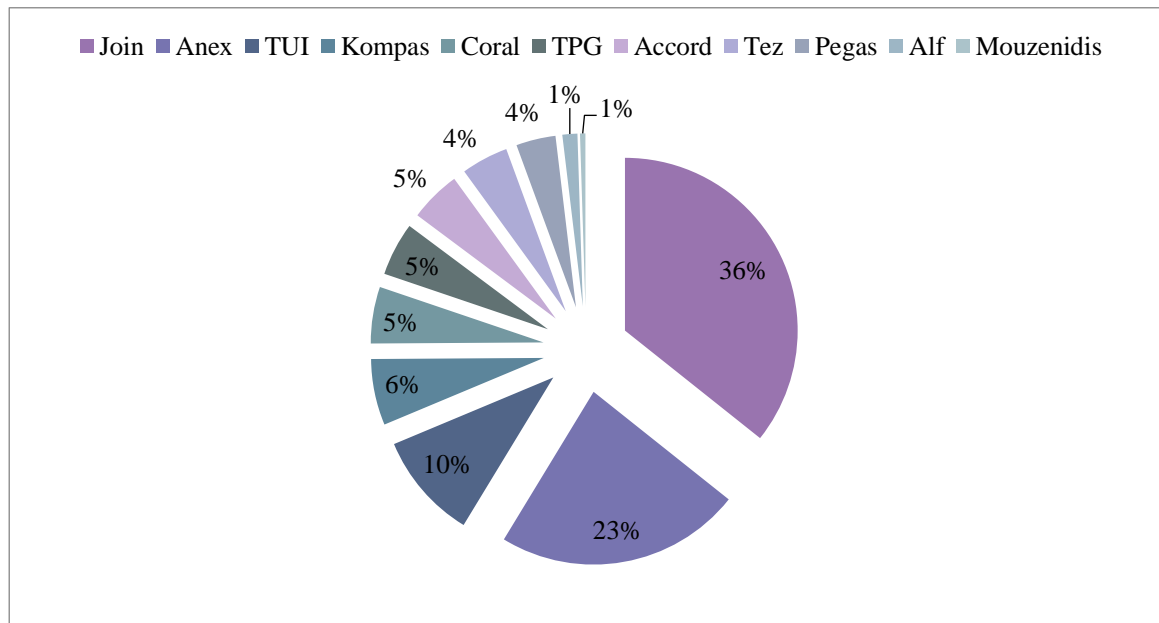


Рисунок 9 – Розподіл туристичних операторів України за бронюванням в 2020р.

Джерело: складено автором на основі [28]

Як видно з рисунка 9, максимальну частку серед туроператорів щодо надання послуг з бронювання турів займає турфірма Join (35,7%), наступну позицію в рейтингу має турфірма Anex (23%), третє місце займає турфірма TUI з часткою 10%. Аутсайдерами у цьому рейтингу виступають турфірми: Pegas (3,7%), Alf (1,4%), Mouzenidis (0,5%).

Згідно рисунка 10, максимальну частку серед туроператорів щодо надання послуг з відправлення також займає турфірма Join (36%), наступну позицію в рейтингу має турфірма Anex (23%), третє місце займає турфірма TUI з часткою 10%. Аутсайдерами у цьому рейтингу виступають тіж самі турфірми, що і в попередньому рейтингу: Pegas (3,5%), Alf (1,5%), Mouzenidis (0,5%).

Розвиток туризму в Україні безпосередньо залежить від таких секторів економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку і туристичного призначення тощо [19].

Тому далі пропонуємо за допомогою експертних оцінок провести аналіз регіонів України за різними секторами економіки, від яких залежать туристичні послуги (таблиця 12). У якості експертів виступили керівники туристичних фірм (турагенств та туроператорів), які надавали оцінку на основі даних до 2022р.

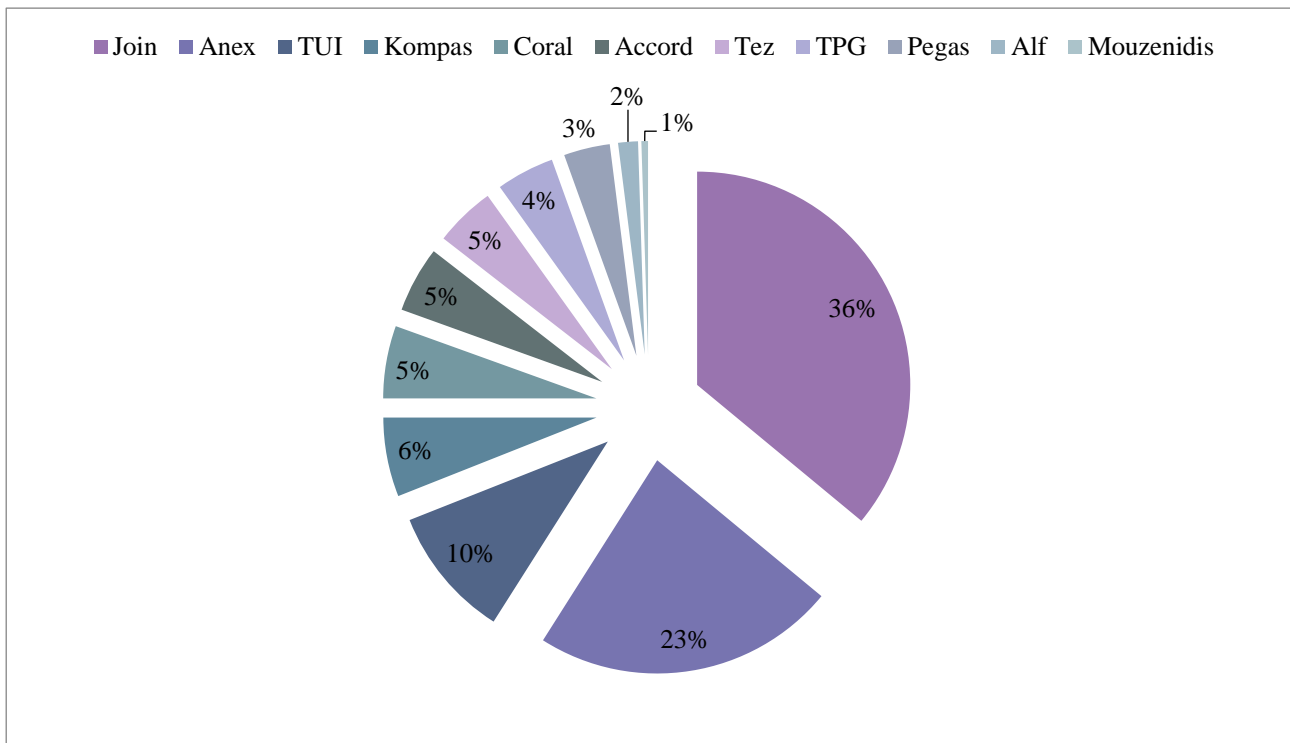


Рисунок 10 – Розподіл туристичних операторів України за відправленням в 2020р.

Джерело: складено автором на основі [28]

Шкала оцінювання:

5 балів – максимально розвинено;

4 бали – добре розвинено;

3 бали – задовільно розвинено;

2 бали – не достатньо розвинено;

1 бал – не розвинено.

Таблиця 12 – Усереднені данні експертної оцінки регіонів України за секторами економіки, які впливають на формування туристичних послуг

Регіон	Готельно-ресторанний сектор		Сектор обслуговування клієнтів				Сектор дозвілля		Інформаційний сектор	Загальна кількість балів
	Готельний сектор	Ресторанний сектор	Транспортне обслуговування	Екскурсійне обслуговування	Медичне обслуговування	Банківське обслуговування	Розважальні заклади	Розважальні заходи	Мобільні та інтернет оператори	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Вінницька	4	4	3	2	3	4	2	3	4	29
Волинська	3	3	2	3	2	3	3	2	4	25
Дніпропетровська	4	5	4	3	4	4	5	4	5	38
Донецька	2	4	3	2	3	3	3	4	4	28
Житомирська	3	3	3	2	3	4	3	3	4	28
Закарпатська	4	5	3	4	4	4	3	4	5	36

Продовження таблиці 12

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Запорізька	3	4	4	3	4	4	4	3	4	33
Івано-Франківська	4	3	3	3	2	3	4	4	4	30
Київська	4	3	5	3	2	3	4	3	4	31
Кіровоградська	3	2	2	2	3	4	2	3	4	25
Луганська	2	3	2	1	2	3	3	2	3	21
Львівська	3	4	5	4	4	4	4	4	5	37
Миколаївська	3	3	3	2	3	3	3	4	4	28
Одеська	4	3	4	5	4	3	4	5	5	37
Полтавська	2	3	3	2	3	3	3	2	4	25
Рівненська	3	3	3	2	2	4	2	2	4	25
Сумська	2	3	2	2	3	4	2	2	3	23
Тернопільська	3	4	3	3	3	3	3	3	4	29
Харківська	4	5	4	4	4	5	4	3	5	38
Херсонська	3	4	3	2	3	4	2	3	4	28
Хмельницька	3	4	4	3	3	3	3	3	4	30
Черкаська	2	3	2	2	2	3	3	2	3	22
Чернівецька	4	5	3	3	3	4	3	3	4	32
Чернігівська	3	4	4	2	3	3	2	2	4	27
м.Київ	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42

Джерело: складено автором

Як бачимо, найбільшу кількість балів отримало місто Київ (42 бали), також високі позиції займають Харківська область (38 балів), Дніпропетровська область (38 балів), Львівська область (37 балів), Закарпатська область (36 балів). Аутсайдерами виявились Луганська область (21 бал), Черкаська область (27 балів), Сумська область (23 бали).

Визначення місця регіонів України за секторами економіки, що впливають на формування туристичних послуг представлено на рисунку 11.

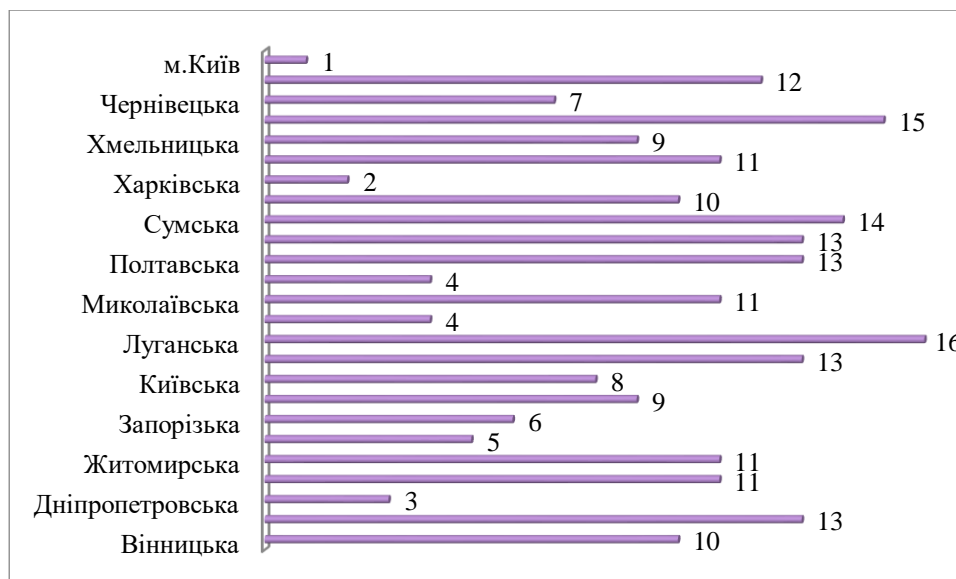


Рисунок 11 – Рейтинг регіонів України за секторами економіки, що впливають на формування туристичних послуг

Джерело: складено автором

Туристична галузь через мультиплікаційний ефект здійснює стимулюючий вплив на розвиток транспорту, готелів та ресторанів, роздрібної торгівлі, харчової промисловості, будівництва, зв'язку, страхування, діяльності у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту тощо. А також розвиток туризму стимулює пожвавлення місцевої економіки та створення додаткових постійних та сезонних робочих місць [19].

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується певними властивостями і функціями:

- має власну індустрію виробництва і надання послуг туристам;
- створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і здійснює їх реалізацію;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
- є сферою, в якій дешево створюються робочі місця і забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;
- виступає мультиплікатором росту національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури та підвищення рівня життя населення;
- має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [19].

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

На основі проведених досліджень можливо зробити низку висновків.

Характеристики поняття «глобалізація в туризмі» мають різновекторний характер, а отже представляють собою процеси інтеграції і транснаціоналізації; орієнтуються на різноманітні потоки, основним з яких є туристичний потік; передбачають стирання кордонів, взаємодію, взаємозв'язок, учасників цього процесу; підтверджені конкуренції, позиціонуванню та регулюванню.

На розвиток ринку туристичних послуг впливає ряд факторів, а саме: демографічні зміни, матеріальний і соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість тощо. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком та особистими доходами громадян.

Процес глобалізації істотно змінив основні умови ведення туристичного бізнесу в окремій країні, що призвело до прискорення, інтенсифікації та вирівнювання національних ринків туристичних послуг.

Україна має всі передумови для інтенсивного розвитку туризму. Маючи вигідне геополітичне положення, Україна має безліч переваг у сфері туризму, а саме: володіння туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, культурно-історичними пам'ятками та туристичною індустрією, яка розвивається досить швидкими темпами.

Головним питанням інтеграції України до міжнародного ринку туризму залишається якість надання туристичних послуг. За цим показником Україна значно відстає від багатьох держав із подібним рекреаційно-туристичним потенціалом.

Згідно показників відвідування країн світу за останні п'ять, найбільший потік внутрішніх туристів мали такі країни: Велика Британія (1776080 осіб) – 2019 рік, США (2020000 осіб) – 2021 рік, Китай (3246000 осіб) – 2021 рік. Значні показники внутрішніх туристів в період 2019 – 2021 років також мають такі країни: Індія, Канада, Австралія, Південна Корея, Франція, Японія, Іспанія, Індонезія.

Порівняння складових глобального рейтингу туризму України з Іспанією, Італією та Португалією показав, за оцінкою бізнес-середовища Україна поступається Іспанії та Португалії, але має вищий показник ніж у Італії (4,1 бали проти 4,0 балів).

В період 2011-2012 роки мало місце збільшення кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами як в цілому так і по показникам «в'їзні (іноземні) туристи», «виїзні туристи», «внутрішні туристи». В період 2014-2015 роки навпаки має місце зниження кількості туристів, як взагалі, так і за представленими категоріями, при цьому найбільше падіння за показником «в'їзних туристів» має місце в 2014 – темп зміни склав 7,35%. В період 2016-2019 роки знову бачимо збільшення показників кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, а вже в 2020 році порівняно із 2019 роком маємо негативні показники відхилення (-3771819 осіб), так темп

зміни по категорії «візні (іноземні) туристи» склав 13,78%, по категорії «візні туристи» - 38,48%, по категорії «внутрішні туристи» - 42,78%. Це пов'язано із початком епідемії коронавірусу.

Показники динаміки щодо кількості колективних засобів розміщення, кількості місць у цих закладах та кількості осіб, які перебували у колективних засобах розміщення повторюють траєкторію динаміки показників кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму за визначеними термінами.

Дослідження динаміки показників кількості перевезених пасажирів за видами транспорту показало різновекторні зміни у різні періоди дослідження. Так, у 2012 році порівняно із 2011 роком знизилась кількість перевезених пасажирів залізничним (на 669,6 тис. осіб), морським (на 1143,1 тис. осіб), річковим (на 240,1 тис. осіб) та автомобільним (на 161658,8 тис. осіб), в той же час має місце збільшення перевезень авіаційним транспортом на 601,5 тис. осіб.

Аналіз показав негативну динаміку майже усіх показників розвитку туристичної галузі. Так, кількість туроператорів та турагентів юридичних осіб знизилась на 236 фірм (13,17%), фізичних осіб – зниження склало 338 фірм або 12,78%. В 2020р. Реалізовано туристичних пакетів туроператорами юридичними особами менше на 952906 одиниць ніж у 2019 році, тоді як зниження реалізації туристичних пакетів турагентами - фізичними особами склало 755643 одиниці або 71,69%. Щодо вартості реалізованих туристичних пакетів туроператорами – юридичними особами, то зниження склало 15314151,1 тис. грн., фізичними особами – турагентами – 17119821,8 тис. грн (71,42%). Кількість обслугованих юридичними особами туристів знизилась в 2020р. на 3362542 осіб (63,21%), фізичними особами – 409277 осіб (50,39%).

Традиційно найбільший туристичний потік вітчизняних виїзних туристів націлений на Туреччину (698057 осіб) та Єгипет (814989 осіб). Майже усі країни (крім Чехії) – це країни, які забезпечують пляжний відпочинок, який є пріоритетним у вітчизняного туриста.

Максимальну частку серед туроператорів щодо надання послуг з бронювання турів займає турфірма Join (35,7%), наступну позицію в рейтингу має турфірма Apex (23%), третє місце займає турфірма TUI з часткою 10%. Аутсайдерами у цьому рейтингу виступають турфірми: Regas (3,7%), Alf (1,4%), Mouzenidis (0,5%).

Розвиток туризму в Україні безпосередньо залежить від таких секторів економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку і туристичного призначення тощо.

Туристична галузь через мультиплікаційний ефект здійснює стимулюючий вплив на розвиток транспорту, готелів та ресторанів, роздрібною торгівлі, харчової промисловості, будівництва, зв'язку, страхування, діяльності у сфері відпочинку і розваг, культури та спорту тощо.

Рейтинг регіонів України за секторами економіки, що впливають на формування туристичних послуг показав, що найбільшу кількість балів отримало місто Київ (42 бали), також високі позиції займають Харківська

область (38 балів), Дніпропетровська область (38 балів), Львівська область (37 балів), Закарпатська область (36 балів). Аутсайдерами виявились Луганська область (21 бал), Черкаська область (27 балів), Сумська область (23 бали).

Якщо визначати головну загрозу розвитку ринку туристичних послуг України на сьогодні, то це безперечно – військовий стан, який на пряму негативно впливає на туристичну галузь, але в період відновлення країни ця галузь має бути в пріоритеті при визначенні ключових пріоритетів розвитку потенціалу країни.

З метою санації ринку туристичних послуг в Україні у період відновлення країни необхідно визначити зацікавлені сторони (стейкхолдерів) туристичної галузі та охарактеризувати результати впливу на них розвитку туристичної галузі в Україні в умовах глобалізації (таблиця 13).

Таблиця 13 - Результати впливу на стейкхолдерів розвитку туристичної галузі в Україні в умовах глобалізації

Стейкхолдери	Компоненти туристичної індустрії					
	інституціональні	матеріально-технічні	організаційні	інформаційні	логістичні	соціальні
1	2	3	4	5	6	7
Турагенства	участь у формуванні глобального ринку туристичних послуг			впровадження нових технологій у сферу туризму		організація закладів з підготовки кадрів, сприяння росту заробітної плати та інших видів матеріального і нематеріального стимулювання працівників
Туроператори		розвиток нових видів туризму	застосування глобальних комп'ютерних систем бронювання широкого спектра туристичних послуг – від авіаційних перельотів, переїздив залізницею і придбання пакет-турів, до оренди автомобілів, попереднього замовлення місця в готелі чи квитків на футбольний матч або концерт			
Екскурсійні бюро		організація показу визначних місць, розвиток музейних експозицій тощо		створення нових видів екскурсійних послуг		
Колективні засоби розміщення	склалися готельні ТНК	будівництво готелів, кемпінгів, турбаз, мотелів тощо	зростання сегменту мереж готелів відомих світових брендів	застосування глобальних систем розподілу, резервування та бронювання («Galileo», «Amadeus», «Sabre», «Worldspan» та ін.)	зростання цін на нерухомість у туристичних місцях	сприяння створенню нових робочих місць
Заклади ресторанного господарства	створення ресторанних ТНК	створення базових підприємств харчування	забезпечення додаткових видів обслуговування туристів у вільний час			сприяння створенню нових робочих місць

Продовження таблиці 13

1	2	3	4	5	6	7
Споживачі	зміна поведінкових стереотипів, популяризація культури подорожей серед широкого кола споживачів	формування та поширення міжнародних стандартів туристичного сервісу	створення декларацій, кодексів та положень щодо діяльності та розвитку туризму	створення глобального соціуму – розширення наукових, соціальних, екологічних та культурних зв'язків між споживачами; превалювання «економіки вражень», де споживачам вже замало задовольняти тільки базові потреби, а необхідні емоції, споживання нових вражень та залишення власних відгуків для інших споживачів, що дуже ефективно використовується у туристичній індустрії		задовольня потреби туристів різних сегментів туристичного ринку на основі відмінних локальних (територіальних) переваг
Інвестори	інтенсифікація процесів транснаціоналізації	створення спільних проєктів, які передбачають задіяння різноманітних ресурсів		розвиток блокчейн технологій, що дозволяє створювати умови для справжнього вільного дистриб'юторського туристичного ринку		
Державні органи	розвиток туристичних дестинацій; втілення уніфікованих міжнародних екологічних стандартів	підтримка малого і середнього підприємництва у туристичній сфері	формування та розвиток туристичних кластерів	стимулювання інновацій у сфері туризму		формування бренду території регіонів для підвищення її туристичної привабливості
Транспортні компанії	створення стратегічних альянсів і глобальних союзів		забезпечення додаткових видів обслуговування туристів у вільний час	використання нових засобів персонального спілкування між користувачами мережі Інтернет	розробляти нові туристичні маршрути	
Розважальні організації						
Фінансові установи	інтернаціоналізація державних та приватних капіталів		інтеграція до міжнародних фінансових мереж	фінансова інтернаціоналізація – запровадження єдиних систем безготівкового розрахунку (Visa, Master Card, Pay Pal)		
Медичні (санаторні) заклади	підтримка галузі державою		створення спеціалізованих асоціацій			
Ритейл		розвиток швидкими темпами сільського зеленого туризму		стимулювання ефективності продажу туристичних товарів		забезпеченість споживання туристичних продуктів

Джерело: складено автором на основі: [4, 6, 9, 10, 14, 30, 31, 32]

Отже, можливо зазначити, що вплив глобалізаційних процесів сприяє створенню готельних ланцюгів, міжнародних туроператорів, об'єднань авіаперевізників, використанню електронної комерції та глобальних систем розподілу, резервування і бронювання. Окрім цього, явище глобалізації поглиблює міжнародну співпрацю та культурну комунікацію за допомогою створення міжнародних об'єднань і організацій, спроб міжнародної стандартизації за рахунок формування нормативно-правової бази для сталого розвитку світового туризму [3].

Одним з головних напрямків розвитку ринку туристичних послуг має стати інноваційна орієнтація елементів туристичної сфери. Дослідження драйверів розвитку ринку туристичних послуг спрямовано, в тому числі, на характеристику особливостей ряду елементів: туристичної індустрії, туристичного ринку, туристичного підприємства, туристичної послуги тощо (таблиця 14) та визначення стратегій їх розвитку.

Таблиця 14 - Особливості елементів туристичної сфери в умовах інноваційної орієнтації

Елементи туристичної сфери	Особливості елементів туристичної сфери	Інноваційна орієнтація	Інвестування в туристичну сферу
1	2	3	4
Туристична індустрія	глобальний комп'ютеризований бізнес, у якому приймають участь крупні авіакомпанії, готелі та туристичні корпорації всього світу	1) застосування передових інформаційних технологій в наданні ресторанних, готельних, транспортних, та інших послуг; 2) наповнення новими властивостями традиційних послуг та впровадження нових послуг; 3) застосування нових туристичних ресурсів; 4) впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності у сфері виробництва і споживання інноваційних та традиційних туристичних послуг; 5) виявлення і використання нових ринків збуту туристських послуг.	пріоритети: 1) інтелектуалізація діяльності, 2) екологічність (зелена економіка) 3) використання високих та інформаційних технологій завдання: 1) забезпечення високих темпів економічного та соціального розвитку туристичної сфери, шляхом здійснення ефективної інвестиційної діяльності; 2) забезпечення мінімізації інвестиційних ризиків; 3) забезпечення фінансової стабільності і платоспроможності суб'єктів господарювання у процесі реалізації інвестиційних програм та проектів

Продовження таблиці 14

1	2	3	4
Туристичний ринок	1) з позиції мотивації туристських подорожей посилюється частка активних форм відпочинку; 2) через складну політичну і економічну ситуацію в країні для закордонного туризму характерним є скорочення відстані подорожей та строків перебування за кордоном; 3) спостерігається тенденція до збільшення кількості туристських короткострокових поїздок по території України; 4) актуалізується відпочинок «вихідного дня»	інноваційний продукт на туристичному ринку: 1) продуктові інновації 2) технологічні інновації 3) організаційно-управлінські інновації 4) сервісні інновації 5) логістичні інновації	
Туристичні послуги	1) нездатність до зберігання; 2) непершочерговість туристичних послуг; 3) сезонність надання послуг; 4) схильність до конкретного місця (турбази, аеропорту, оскільки їх неможливо перенести в інше місце); 5) відстань у часі факту продажу туристської послуги та її споживання; 6) географічна роз'єднаність споживача і виробника на туристському ринку; 7) покупець має подолати відстань, яка відділяє його від споживання туристичного продукту, а не навпаки		
Споживачі туристичних послуг	1) високий рівень інформатизації; 2) високі вимоги до кількісних та якісних властивостей туристської послуги; 3) індивідуалізація туристичних послуг; 4) розвинена туристична та екологічна культура; 5) фінансова та територіальна мобільність; 6) виваженість або спонтанність рішень; 7) активність під час використання туристської послуги; 8) орієнтація на позитивний калейдоскоп вражень		

Джерело: складено автором на основі [33-41]

Представлені особливості елементів туристичної сфери в умовах інноваційної орієнтації мають бути враховані в стратегіях та програмах розвитку туристичної сфери як на мікрорівні та к і на макрорівні.

Кабінет міністрів України на засіданні 3 лютого 2021 року затвердив «План заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму» (рисунок 12).

Зокрема, планом передбачено низку заходів у сфері охорони, відродження та ефективного використання об'єктів культурної спадщини, в тому числі, протягом найближчих років будуть відреставровані та відремонтовані пам'ятки культурної спадщини в рамках реалізації програми «Велике будівництво» [42].



Рисунок 12 - Плани щодо розвитку туризму на найближчі роки / фото facebook.com/m.oleskiv

В сучасних умовах розвитку туризму в регіонах і як наслідок стрімкий розвиток туристичних регіонів є надзвичайно актуальним як у світі так і в Україні. В Україні розвиток туристичних регіонів наразі регламентується Державною стратегією регіонального розвитку на 2021–2027 роки, що була затверджена Кабінетом міністрів України у 2020 році.

Відповідно до зазначеної вище стратегії: «регіональна політика має сприяти кожному регіону та територіальній громаді в ефективному використанні їх потенціалу, переваг, ресурсів та можливостей для розвитку та підвищення якості життя людини та, відповідно, на користь розвитку всієї України. Ключова мета Стратегії, сприяння регіональному розвитку та держави в цілому через створення достатніх умов для комфортного проживання, самореалізації та розвитку громадян, підвищення якості їх життя у кожному регіоні, належна увага приділена туризму, зокрема, внутрішньому» [43].

Досліджуючи Стратегію варто виокремити головні її завдання, а саме: «сприяння популяризації туристичного потенціалу регіонів і територіальних громад у державі та за кордоном, формуванню та реалізації конкурентоспроможних комплексних регіональних туристичних продуктів; формуванню туристичних брендів та їх просуванню всередині держав та на міжнародній арені; удосконаленню інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг, шляхом утворення регіональних центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів» [43].

Регіональний розвиток туризму в Україні визначається стратегією регіонального розвитку кожного окремого регіону України. Дослідимо детально перспективи розвитку туризму в Дніпропетровській області.

Відповідно до Стратегії розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року: «розвиток ринку туристичних послуг та його інфраструктурне забезпечення є актуальною проблемою і важливою перспективою для Дніпропетровської області. Туристично-рекреаційний потенціал Дніпропетровщини представлений системою закладів і підприємств з організації надання туристичних послуг. Пріоритетними видами туризму в області, за визначенням Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, є такі: сільський, промисловий, історичний, культурно-пізнавальний. Але, поряд із цим, останнім часом в області набули розвитку також й інші види туризму: екологічний; спортивний; подієвий; релігійний; лікувально-оздоровчий; навчальний; природничий; етнографічний; 30 урбаністичний; космічний (туристичний маршрут Дніпро космічний); патріотичний» [44].

Туризм відчуваючи труднощі свого розвитку в сучасних умовах, відіграє дедалі помітнішу роль у світі. Зростання зацікавленості туристів до іншої культури, звичаїв, зростаючий доступ до інформації спонукають до збільшення комунікації між людьми, що дозволяє сучасному суспільству перебувати у постійному русі. Підсумовуючи проведені дослідження варто наголосити на

тому, що ринок туристичних послуг України перебуває на етапі розвитку, який значно сповільнений внаслідок російської військової агресії проти України, але незважаючи на це регіони України, по можливості, реалізують програми з розвитку туристичних регіонів. Аналіз довів, що розробка і реалізація Стратегії розвитку туризму є надзвичайно важливою для кожного регіону, адже чітко регламентує проблемні аспекти в розвитку туризму та конкретні заходи по їх вирішенню, реалізація яких сприяє сталому розвитку туризму в конкретному регіоні України [45].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шелеметьєва Т.В. Роль глобалізації в розвитку туризму. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved> (дата звернення: 05.09.2023).
2. Юхновська Ю.О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 23(2). С. 147-152
3. Дулин І.С., Макар О.П., Мельник О.В. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток міжнародного туризму. *Молодий вчений*. 2018. № 10 (62). С. 786-791
4. Зайцева В.М., Корнієнко О.М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. *Вісник Запорізького національного університету*. 2012. № 2(8). С. 55–65.
5. Кліменко О.В., Захарченко С.І. Формування ринку туристичних послуг в умовах глобалізації. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/28052/1/Hlobalizatsiia.pdf>. (дата звернення: 05.09.2023).
6. Білозубенко В.С., Корнеєв М.В., Горб К.М. Розвиток туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2018. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6579>. (дата звернення: 27.08.2023).
7. Бойко М.Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 16. С. 34-39.
8. Згуровський О. Війни глобалізації. URL: <http://www.dt.ua/1000/1600/54652/>. (дата звернення: 27.08.2023)
9. Гончар О.І. Мотиваційні засади розвитку конкурентного потенціалу підприємств туристичної сфери. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 3. Т. 3. С. 25-28
10. Романова А.А., Сисоєва С.І. Вплив глобалізації на українську туристичну індустрію. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”*. 2018. № 2. С. 179-190
11. Воронін І.М., Вороніна А.Б. Вплив факторів глобалізації на розвиток міжнародного туризму. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 3. С. 115-117.
12. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2014. № 34. С. 292-301.
13. World's Leading Tour Operator 2017. URL: <https://www.worldtravelawards.com>. (дата звернення: 27.08.2023).
14. Дугінець Г.В. Особливості розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в умовах глобалізації. *Економічний простір*. 2018. №139. С. 5-13

15. Ціхановська В.М., Ковальчук С.Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 7. С. 86-89
16. Брич В., Гербера О. Сучасні вектори розвитку міжнародного туризму в умовах глобалізації. *Наукові записки*. 2014. № 2. С. 77-83
17. Скарга О.О. Напрями інтеграції України в світовий ринок туристичних послуг в умовах глобалізації. *Економічний простір*. 2018. № 130. С. 36-490
18. Ціхановська В.М., Ковальчук С.Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 7. С. 86-89
19. Шевченко А.В., Сава Є.В. Особливості сучасного стану розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. № 5(67). С. 45-50
20. Юхновська Ю. О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 23(2). С. 147-152
21. Матюшко В.В. Туризм як локомотив розвитку економіки України в умовах глобалізації. *Модернізація і безпека розвитку в умовах глобалізації: збірник наукових праць*. Київ: ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України». 2016. С. 188-194
22. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. №1 (7). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlichenko3.htm. (дата звернення: 10.09.2023)
23. Никифоров Б. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу. 2014. URL: <https://blog.liga.net/user/bnikiforov/article/14068>. (дата звернення: 10.09.2023)
24. Осьмьоркіна Н.М. Особливості інновацій у розвитку туристичної галузі України. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/osmiorkina.htm
25. Стримуючі фактори запровадження інвестицій. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlichenko3.htm. (дата звернення: 10.09.2023)
26. Інновації в туризмі. URL: <http://blog.liga.net/user/bnikiforov/article/14068.aspx> (дата звернення: 10.09.2023)
27. Гоцій Н.М., Яремко Л.А. Проблеми та перспективи розвитку туристичних послуг України в умовах глобалізації. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21. С. 105-110
28. Економічна статистика / Економічна діяльність / Туризм. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 05.09.2023)
29. Показники відвідування країн світу. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>. (дата звернення: 27.08.2023)

30. Смаль І.В. Особливості і проблеми розвитку міжнародного туризму у контексті глобалізаційних процесів. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2008. Вип. 24. С. 327-335.

31. Дугінець Г.В. Транснаціоналізація світового ринку туристичних послуг. *Електронний науково-практичний журнал. Інфраструктура ринку*. 2017. №. 9 С.123-127. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/9_2017_ukr/23.pdf. (дата звернення: 27.08.2023)

32. Туризм в Україні. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>.(дата звернення: 10.09.2023).

33. Гуржий Н.Н. Третинко А.В. Інноваційні технології в туристичній індустрії. *Економіка і фінанси*. 2013. № 3. С. 221–224.

34. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2015. Вип. 7 (172). С. 65–69 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_7_11. (дата звернення: 27.08.2023)

35. Кальченко О.М. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2011. № 4 (54). С. 147–155.

36. Костючик С.В. Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України. *Молодий вчений*. 2017. № 10 (50). С. 922–926.

37. Крупський О.П. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій*. 2015. Вип. 4. Т. 22. С. 64–71. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/krupskyj.htm. (дата звернення: 27.08.2023)

38. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. №1 (7). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlichenko3.htm. (дата звернення: 10.09.2023)

39. Никифоров Б. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу. 2014. URL: <https://blog.liga.net/user/bnikiforov/article/14068>. (дата звернення: 10.09.2023)

40. Осьмьоркіна Н.М. Особливості інновацій у розвитку туристичної галузі України. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/osmiorkina.htm. (дата звернення: 10.09.2023)

41. Стримуючі фактори запровадження інвестицій. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlichenko3.htm. (дата звернення: 05.09.2023)

42. План заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/rozvitok-turizmu-v-ukrajini-2021-plan-zahodiv-z-rozvitku-turizmu-i-kreativnih-industriy-v-ukrajini-novini-11309141.html>. (дата звернення: 05.09.2023)

43. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021–2027 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695 / Кабінет

Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-п#Text>. (дата звернення: 10.09.2023).

44. Стратегія регіонального розвитку Дніпропетровської області на 2021–2027. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/12/strategiya-regionalnogo-rozvytku-dnipropetrovskoyi-oblasti-na-period-do-2027-rok.pdf>. (дата звернення: 10.09.2023).

45. Бондаренко Л. А. Дослідження програм розвитку туризму в регіонах України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. № 8. С. 5-10. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1309/1236>. (дата звернення: 10.09.2023)

46. Лохман М.О. Характеристика форм туристичних підприємств. Науково-технічний розвиток: економіка, технології, управління: матеріали XIX міжнародної науково-практичної конференції. Київ: КПІ ім. Ігоря Сикорського. 2020. 112 с. С. 48-49.

47. Лохман М. О., Лохман Н. В. Формування процесу маркетингу інновацій на туристичному підприємстві. Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства: тези доповідей XLII Міжнародної науково-вої студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2018 рік. Полтава: ПУЕТ. 2019. С. 103-105.

48. Лохман Н. В., Лохман М.О., Чокої Д.А. Визначення інноваційної активності туристичного підприємства. Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (28 квітня 2023 року). – Кривий Ріг: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2023. 351 с. С. 202-204.

49. Лохман Н.В., Лохман М.О., Чокої Д.А. Провокатори розвитку потенціалу сільського туризму Матеріали XXIV Міжнародного науково-практичного форуму: Теорія і практика розвитку агропромислового комплексу та сільських територій, Львів, 4-6 жовтня 2023 р. С. 89-92.

50. Лохман М.О., Чокої Д.А., Лохман Н.В. Розвиток ринку туристичних послуг України в умовах євроінтеграції. XV Міжнародна науково-практична конференція молодих учених та здобувачів освіти «Сучасні проблеми і перспективи розвитку обліку, аналізу і контролю в умовах глобалізації економіки», 4 листопада 2023 року, Луцьк (*прийнято до друку*).

51. Лохман Н.В., Лохман М.О., Чокої Д.А. Розвиток винного туризму як умова активізації ринку туристичних послуг Закарпаття. X Міжнародна науково-практична інтернет-конференція “Харчові добавки. Харчування здорової та хворої людини”, 10 листопада 2023 р. Кривий Ріг (*прийнято до друку*).

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1 – Показники відвідування країн світу

Країна	Внутрішні туристи	Внутрішні відвідувачі	Останні данні
Вірменія	1 596		2021
Австрія	10 758		2021
Бельгія	7 729		2021
Бразилія	190 884		2011
Кіпр	1 566		2018
Чехія	22 722		2021
Демократична республіка Конго	530		2015
Данія	18 932		2019
Естонія	2 267		2021
Фінляндія	29 390		2021
Індія	677 632		2021
Іран	57 121		2011
Ірландія	5 663		2021
Італія	37 183		2021
Люксембург	97		2021
Малі	43		2021
Мальта	237		2019
Марокко	23 600		2014
Нідерланди	31 080		2021
Норвегія	20 450		2021
Польща	46 278		2021
Португалія	16 506		2021
Сенегал	548		2017
Об'єднані Арабські Емірати	10 196		2021
Мадагаскар	3	3	2020
Чад	4	11	2020
Респ. Молдова	79	18	2021
Есватіні	141	106	2021
Таджикистан	278	172	2018
Гана	589		2021
Лаос	828		2021
Тринідад і Тобаго	830	627	2021
Бутан	1 051	765	2019
Мозамбік	1 089		2015
Бахрейн	1 134	187	2021
Кот-д'Івуар	1 241		2021
Палестина	1 358	17	2020
Парагвай	1 888 1	317	2019
Уганда	2 421 1	156	2019
Білорусь	3 944 2	894	2021
Нігерія	4 048 1	721	2021
Камбоджа	4 663		2021

Словаччина	4 750		2021
Ботсвана	4 770 3	120	2016
Киргизстан	4 860		2021
Болгарія	5 711	3 871	2021
Намібія	5 790	3 740	2015
Хорватія	6 974 3 278		2021
Латвія	8 282	2 392	2021
Уругвай	8 332	5 878	2019
Еквадор	8 530	5 971	2021
Литва	8 724	3 090	2021
Казахстан	9 003	7 196	2021
Камерун	9 550	6 432	2018
Зімбабве	11 852	6 874	2021
Азербайджан	13 703	11 620	2021
Словенія	14 037	3 247	2021
Грузія	16 944	8 157	2021
Венесуела	17 557	12 648	2017
Греція	21 900	4 831	2021
Єгипет	25 697	10 176	2015
Танзанія	31 447	12 337	2021
Філіппіни	37 279		2021
Угорщина	38 810	10 183	2021
В'єтнам	40 000	19 000	2021
Нова Зеландія	47 643	16 559	2012
Румунія	50 650	16 045	2021
Чилі	68 377	49 062	2021
Аргентина	69 205	30 265	2021
Малайзія	72 399	15 542	2021
Саудівська Аравія	72 930	63 845	2021
Туреччина	75 883	52 774	2021
Швейцарія	76 210	7 631	2021
Південна Африка	83 560	14 800	2021
Колумбія	90 099		2021
Перу	101 158	36 068	2013
Узбекистан	108 517		2019
Швеція	122 669	5 185	2021
Таїланд	124 790	74 283	2020
Тайвань (пр. Китай)	126 027	35 414	2021
Канада	219 007	76 436	2021
Австралія	242 543	82 074	2021
Південна Корея	245 127	87 785	2021
Франція	251 666	186 747	2021
Малаві	258 329	255 479	2019
Японія	268 208	141 768	2021
Іспанія	341 053	128 082	2021
Індонезія	603 020	399 524	2021
Велика Британія	1 776 080	122 780	2019
США	2 020 000		2021
Китай	3 246 000		2021

Джерело: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Таблиця А.2 - Рейтинг Європи та Євразії «Подорожі та туризм Конкурентоспроможність Звіт 2019»

Глобальний рейтинг	Країна	Оцінка	Ранг, зростання до 2017р.	Зростання балів до 2017р., %	Зростання регіонального рейтингу (%)	Зміна глобального рейтингу (%)
1	Іспанія	5.4	0.0	0.3	27.3	41.4
2	Франція	5.4	0.0	1.5	26.5	40.4
3	Німеччина	5.4	0.0	2.0	26.1	40.0
6	Велика Британія	5.2	-1.0	-0.2	21.5	34.9
8	Італія	5.1	0.0	1.9	19.0	32.2
10	Швейцарія	5.0	0.0	1.5	17.4	30.4
11	Австрія	5.0	1.0	2.0	15.9	28.8
12	Португалія	4.9	2.0	3.2	14.5	27.2
15	Нідерланди	4.8	3.0	3.2	12.1	24.5
20	Норвегія	4.6	-3.0	-1.4	7.5	19.4
21	Данія	4.6	10.0	3.4	7.2	19.1
22	Швеція	4.6	-2.0	0.2	6.8	18.6
23	Люксембург	4.6	5.0	1.4	6.6	18.4
24	Бельгія	4.5	-3.0	0.1	6.4	18.2
25	Греція	4.5	0.0	0.9	6.4	18.1
26	Ірландія	4.5	-3.0	0.3	6.2	18.0
27	Хорватія	4.5	5.0	2.4	5.9	17.6
28	Фінляндія	4.5	5.0	2.7	5.7	17.4
30	Ісландія	4.5	-6.0	-0.4	5.3	17.0
35	Мальта	4.4	1.0	1.9	2.0	13.3
36	Словенія	4.3	5.0	3.9	1.7	13.0
38	Чехія	4.3	1.0	2.5	1.3	12.5
39	Росія	4.3	4.0	4.0	1.0	12.2
42	Польща	4.2	4.0	3.1	-1.0	10.0
43	Турція	4.2	1.0	2.0	-1.2	9.8
44	Кіпр	4.2	4.0	3.6	-1.3	9.6
45	Болгарія	4.2	0.0	1.8	-1.4	9.5
46	Естонія	4.2	-9.0	-0.7	-1.8	9.1
48	Угорщина	4.2	2.0	3.4	-1.9	9.0
53	Латвія	4.0	1.0	1.8	-5.4	5.0
56	Румунія	4.0	12.0	5.7	-6.6	3.7
59	Літва	4.0	-3.0	1.5	-7.0	3.3
60	Словакія	4.0	-2.0	2.0	-7.0	3.3
67	Чорногорія	3.9	5.0	5.6	-8.9	1.1
68	Грузія	3.9	2.0	4.7	-9.3	0.7
71	Азербайджан	3.8	0.0	2.7	-11.1	-1.3
78	Україна	3.7	10.0	6.5	-12.9	-3.2
79	Вірменія	3.7	5.0	5.2	-13.2	-3.6
80	Казахстан	3.7	2.0	2.2	-14.1	-4.6
83	Сербія	3.6	12.0	7.2	-15.1	-5.7
86	Албанія	3.6	12.0	6.9	-16.1	-6.8
101	Північна Македонія	3.4	-12.0	-3.8	-21.4	-12.7
103	Молдова	3.3	14.0	6.4	-23.0	-14.5
104	Таджикистан	3.3	2.0	2.4	-23.1	-14.6
105	Боснія і Герцаговина	3.3	8.0	5.2	-23.2	-14.7
110	Кіргізія	3.2	5.0	4.1	-24.4	-16.0

Джерело: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>