

Ім'я користувача:
Інститут філології та масових комунікацій

ID перевірки:
1016303526

Дата перевірки:
01.06.2024 03:04:07 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
01.06.2024 14:04:55 EEST

ID користувача:
100011275

Назва документа: Гасій диплом

Кількість сторінок: 46 Кількість слів: 10369 Кількість символів: 77250 Розмір файлу: 4.89 MB ID файлу: 1016099406

31.8% Схожість

Найбільша схожість: 7.32% з Інтернет-джерелом (<http://4-i-5.ru/text-3/page-9-ref-51243.php>)

31.8% Джерела з Інтернету 350 Сторінка 48

1.34% Джерела з Бібліотеки 7 Сторінка 51

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи 5

ВСТУП

Актуальність теми Дипломної роботи полягає в тому, що інтенсивний розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем. У багатьох країнах світу саме за рахунок туризму виникають нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення. Україна має величезний потенціал розвитку туристичного сектору. Однак він у значній мірі не реалізований. Відтак, існує нагальна потреба в комплексних дослідженнях та концептуальних наукових обґрунтуваннях напрямів та конкретних завдань перспективного розвитку регіонів.

Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму і політика держав в цій галузі викликають підвищений інтерес з боку потенційних споживачів туристичних послуг, суб'єктів туристичної діяльності, вчених в сфері економіки, а також державних органів різних країн у сфері регулювання та розвитку туризму.

У багатьох державах світу туризм розвивається як система, яка надає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями даної країни і її народу, і дає прибуток в скарбницю. Крім значної статті доходу туризм є ще і одним з могутніх чинників посилення престижу країни. Туристична діяльність в розвинених країнах є важливим джерелом підвищення добробуту держави.

Розвиток в'їзного туризму, в свою чергу, дозволить підвищити рівень матеріального благополуччя громадян України, створить нові робочі місця, підніме міжнародний авторитет держави, поповнить його валютний запас, сприятиме диверсифікації економіки, створюючи і розвиваючи галузі, які обслуговують сферу туризму.

Міжнародний туризм є одним із важливих чинників соціально-економічного розвитку сучасного суспільства. Середньорічні типи зростання міжнародного туризму становлять 4-5 %. Міжнародний туризм розвивається всупереч ряду негативних чинників, зокрема економічна і політична нестабільність у багатьох частинках світу, посилення тероризму, коливання валютних курсів тощо.

Частка міжнародного туризму перевищує 10% світові торгівлі товарами і послугами, що дало йому змогу посягати третє місце після прибутків від експорту нафти та автомобілів. Отже в кінці XX ст. Міжнародний туризм сформувався як нова самостійна специфічна та високоприбуткова галузь економіки.

Туризм забезпечує зростаючі потреби населення у туристичних послугах.

Міжнародний туризм є активним джерелом надходжень в країну іноземної валюти. В той же час розвиток міжнародного туризму сприяє зайнятості населення і зменшенню безробіття.

Об'єкт та предмет дослідження

Об'єктом дослідження в дипломній роботі є міжнародний туризм України. Предмет дослідження полягає в аналізі чинників виявленні тенденції та проблем розвитку Міжнародного туризму України, обґрунтуванні шляхів їх вирішення.

Мета та завдання дослідження :

Для досягнення цієї мети необхідно вирішити в дипломній роботі такі наукові завдання.

- наукові завдання «міжнародний туризм»;
- розглянути нормативно-правове регулювання міжнародного туризму України ;
- визначити обсяги та динаміку туризму України;
- охарактеризувати основні чинники розвитку міжнародного туризму України ;
- проаналізувати основні тенденції розвитку в'їзного (іноземного) та виїзного (зарубіжного) туризму України;
- виявити проблеми розвитку міжнародного туризму України та обґрунтувати шляхи їх вирішення.

Методи дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять положення теорії міжнародного туризму. В процесі дослідження використані такі методи: монографічний,

порівняння, аналогії, аналізу, синтезу та узагальнення – для розкриття змісту основних понять та термінів, таблично-графічний метод, загальнонаукові методи зокрема аналізу, та синтезу дедукції та індукції, за допомогою яких опрацьовувалася інформація та результати, отримані за допомогою інших методів.

Розділ 1. Наукові основи міжнародного туризму

1.1 Сутність міжнародного туризму

Міжнародний туризм - важливий напрям у міжнародного співробітництва, побудований на повазі до народної культури, історії та головних інтересах кожної держави, сприяє розвитку відносин між народами різних країн. Значення міжнародного туризму у світі все більше зростає. Сьогодні це одна з найбільш прибуткових галузей, джерело валютних надходжень для країни. Число міжнародних туристських прибутків виросло на 5% в 2013р. році, порівняно з 2009 роком досягнувши рекордної позначки в 1 млрд. 87 млн. доларів.

В'їзний туризм - це діяльність, метою якої є розробка і просування національного туристичного продукту на зарубіжних туристичних ринках, пов'язані з обслуговуванням прибувають іноземних туристів на території власної держави.

В'їзний туризм в Україні істотно впливає на такі сектори економіки, як торгівля, транспорт, зв'язок, сільське господарство, будівництво і виробництво товарів широкого споживання.

В діяльності будь-якої фірми настає момент, коли існуючі тури втрачають свою популярність, і потрібно розробляти нові тури, враховуючи сучасні умови та ринкові відносини. Велике значення для розвитку туристичної галузі та країни відіграє міжнародний туризм, тому пошук методів удосконалення розвитку міжнародного туризму, нових ідей та підходів для розробки та просування міжнародного туристичного туру й турпродукту з метою збільшення кількості іноземних туристів та поживленню економічного стану країни - це актуальне питання.

Метою більшості туристичних підприємств є розвиток та отримання прибутку від діяльності. Кожного керівника цікавить кінцевий результат діяльності фірми, тобто комерційний успіх підприємства. Жодна туристична фірма не може користуватися тільки наявними в її асортименті маршрутами. Постійно змінюються поняття населення про найкращі види відпочинку, мода на престижні місця відпочинку, з'являються нові курортні райони. Отже, необхідно розробляти такий товар або послугу, який задовільняв би потреби потенційних покупців і тим самим забезпечував збільшення прибутку. Планування розробки туристичного туру - це важливий компонент у розвитку діяльності туристичних підприємств. У вітчизняній економічній літературі, як і в зарубіжній, досить мало уваги приділено проблемам розробки туристичного туру та його ефективному використанню. Існує потреба подальшого розвитку теоретичних та науково-методичних основ формування міжнародного туру враховуючи сучасні умови.

Серед вчених, які присвячують свою діяльність дослідженню міжнародного туризму, слід виділити таких: Бабарицька В.К., Балабанова Л.В., Волкова Л.А., Герасименко В.Г., Герчикова І.М., та ін.

При вивченні сутності туризму та міжнародного туризму, автором виявлена відсутність єдиного підходу до визначення даних термінів. У зв'язку з різноманітним тлумаченням терміну «туризм», найбільш доцільно під туризмом розуміти соціально-економічне явище, тісно взаємозалежне з елементами туристичного комплексу. Дослідження підходів до класифікацій видів міжнародного туризму дозволило стверджувати, що в Україні існують різні його класифікації й до теперішнього часу відсутній єдиний підхід. У зв'язку з цим, автором запропоновано дотримуватись рекомендацій Всесвітньої туристичної організації (ВТО) і виділяти дві категорії міжнародного туризму:

- в'їзний туризм, тобто подорожі по певній країні осіб, що не є її жителями;
- виїзний туризм, тобто подорожі жителів певної країни в іншу країну.

В теоретичному плані автор прийшов до висновку, що туристичний продукт - право на тур, призначене для реалізації туристу, який задовольняє його потреби під час подорожей за певну оплату.

Автор провів аналіз світових тенденцій розвитку міжнародного туризму, і виявив, що незважаючи на глобальні економічні виклики, результати міжнародного туризму перевершили всі очікування, враховуючи, що в 2013 році додатково 52 млн. міжнародних туристів здійснили подорожі в світі. ЮНВТО прогнозує, що в 2014 році темпи зростання будуть на 4-4,5% більші і знову перевищать передбачені в довгостроковому прогнозі результати.

За даними Державного агентства з туризму, станом на 2018р. в Україні функціонувало 2573 сертифікованих засобів, з них 503 мали категорію. П'ятизіркових засобів, в Україні налічується 15 -пятизіркових, 77-чотиризіркових, 215-тризіркових, 100-двозіркових, 96-однозіркових; 2070 засобів розміщення категорії не мають.

В цілому найбільша кількість сертифікованих засобів розміщення зосереджена в Автономній республіці Крим, включаючи Севастополь - їх тут налічується 496. У Криму є два п'ятизіркові засоби розміщенні, чотири - чотиризіркових, 29 - тризіркових, сім - двозіркових, три - однозіркових, усі інші - без категорії.

Серед лідерів з кількості сертифікованих засобів розміщення Одеська - 294, з яких п'ятизіркових - два, чотири зірки - в дев'яти, три зірки - в 11, двозіркових - п'ять, однозіркових - шість. У Львівській області 233 сертифіковані засоби розміщення : один - п'ятизірковий, 11 - чотиризіркових, 31 - тризірковий, 10 - двозіркових і п'ять - однозіркових.

У Україні функціонує 94 готелі, які вже мають діюче свідоцтво про встановлення категорії готелю, з них п'ятизіркових готелів - 3, чотиризіркових - 13, тризіркових - 66, двозіркових - 8, однозіркових - 4.

У містах, що приймали футбольний чемпіонат Європи 2012 року, в 2011 році введено в експлуатацію 12 готелів: вони мали 975

номерів на 2044 місця. З них два готелі позиціонувалися як п'ять зірок, три – чотири зірки, шість – три зірки і один – без категорії.

Ефективність використання місткості колективних засобів розміщення поступово зростає, починаючи з 2000 р. Так, якщо в 2000 р. середньорічний коефіцієнт завантаження готелів в Україні складав 24%, то в 2001 р. цей показник склав 25 %, у 2002 р. – 26 %, у 2003 р. – 27 %, у 2004 – 28%; у 2005 р. – 30 %; у 2006 р. – 31 %, у 2007 р. – 29%, у 2008 р. – 24%, у 2009 р. – 18%, у 2010 р. – 18%. При цьому мінімальне використання місткості готелів було відзначено в Луганській і Миколаївській областях – 9 і 11% відповідно у 2010 р., а максимальне – в АР Крим (23%). У Києві коефіцієнт завантаження готелів склав 42 %.

Туризм, за визначенням Міжнародної академії туризму (Монте-Карло, Монако), представляє загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання в оздоровчих цілях та (або) для задоволення пізнавальних інтересів у вільний час або в професійно-ділових цілях без занять оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування.

На сьогодні найбільш поширеним поняттям «міжнародного туризму», що вживається у правових системах різних країн світу, є визначення, сформульоване в 1993 році Статистичної комісією ООН для цілей статистики туризму (Концепція визначення і класифікації для статистики туризму), а також Рекомендації по статистиці туризму Всесвітньої туристської організації. Згідно з даними документами, міжнародний туризм являє собою діяльність осіб, які подорожують і здійснюють перебування в місцях, що розташовані за межами їх звичайного середовища, протягом періоду, що не перевищує одного року поспіль, з метою відпочинку, з діловими та іншими цілями.

Слід зазначити, що в тексті Закону України «Про туризм» до 2003 року не існувало поняття «міжнародний туризм». Замість цього, крім внутрішнього туризму, виділялися дві категорії: «іноземний туризм» і «закордонний туризм». Під іноземним туризмом малося на увазі організацію прийому та обслуговування іноземних туристів

в Україні, а під закордонним – організацію туристичних поїздок за межі України.

Є такі підходи до класифікації форм міжнародного туризму:

1. Міжнародний туризм є в'їзний і виїзний. У Законі України «Про туризм» зазначається, що

- в'їзний туризм - подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території;

- виїзний туризм - подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, в іншу країну.

2. Міжнародний туризм буває активний і пасивний. В'їзд іноземних туристів до країни являється активним туризмом. Він служить фактором ввозу валюти в дану країну чи регіон. Виїзд громадян даної країни чи регіону в інші держави являється пасивним туризмом. Він пов'язаний з вивозом валюти з даної країни чи регіону.

3. В основі класифікації лежить поділ туристичних зовнішньоторгових операцій. Форми бувають: імпорتنі й експортні. Туристичний імпорт - це ввіз в країну вражень, що супроводжується одночасним вивозом туристом валюти з даної країни. Це пасивний туризм.

Туристичний експорт - це вивіз із країни туристичних вражень, що супроводжується одночасним ввозом туристом валюти в дану країну. Це активний туризм.

4. В основі класифікації лежить мета поїздки. Міжнародний туризм поділяється на рекреаційний, пізнавальний, науковий і діловий.

5. Міжнародний туризм залежить від способу організації туризму і буває організований та самодіяльний.

6. В основі класифікації лежить тривалість подорожей. Міжнародний туризм буває короткочасний (до 3-х діб) і довготривалий (більше 3-х діб).

7. Класифікація залежить від віку туристів. Міжнародний туризм поділяється на дитячий, молодіжний та зрілий туризм.
8. Класифікація залежить від інтенсивності подорожей.
9. Міжнародний туризм буває постійним та сезонним.
10. У практиці міжнародного туризму швидкими темпами розвиваються нові різновиди туризму, такі як парадорес, таймшер, гедоністичний та танатуризм тощо.

Туризм у всіх його формах є діяльністю, розвиток якої залежить від низки чинників: матеріальних ресурсів; обсягу вільного часу; віку, статі, стану здоров'я, рівня духовного розвитку, особистих смаків людей; використання певних засобів пересування та ін.

Суб'єктом туризму є турист, який задовольняє свої рекреаційні потреби та характеризується певними рисами, властивостями і станами (фізіологічними, психологічними, екологічними, економічними, соціальними тощо).

Масштаби економіки туризму залежать від кількості людей, які мають однакові потреби і бажання — здійснити туристичну подорож. Збільшення кількості людей, які відвідують країну, тобто суб'єктів туризму, сприяє збільшенню виробництва туристичних товарів і послуг, створенню нових робочих місць.

У 1963 р. Римська конференція ООН з міжнародних подорожей і туризму запропонувала членам Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (МСОТО) дійти згоди у трактуванні терміна «відвідувач», який повинен характеризувати будь-яку особу, що відвідує країну.

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), відвідувач — це особа, яка здійснює подорож у будь-яке місце, що знаходиться поза межами звичного середовища перебування, на термін не більше 12 місяців поспіль, без заняття оплачуваною діяльністю з джерел відвідуючої країни з будь-якою метою.

Відповідно до цього визначення, всіх відвідувачів можна поділити на дві категорії:

1) відвідувачі-туристи, які здійснюють не менш ніж одну ночівлю в колективних або індивідуальних засобах розміщення відвіданої країни з будь-якою метою, крім заняття оплачуваною діяльністю. Туристами також вважають екіпажі літаків і суден, які прибувають у країну та користуються засобами розміщення країни перебування;

2) відвідувачі-екскурсанти, які не здійснюють ночівлі в країні перебування. До них відносять: пасажирів круїзних суден, які ночують на борту незалежно від тривалості зупинки; одноденних відвідувачів; екіпажі, як залишаються в країні на один день для відпочинку, але не ночують; власників і пасажирів яхт (якщо вони ночують на яхті).

Виокремлюють три головні ознаки, які дають змогу об'єднати туристів та екскурсантів у категорію відвідувачів і водночас відрізнити від інших осіб, що подорожують:

1) виїзд за межі звичайного середовища, при цьому виключаються з категорії туристів особи, які щодня здійснюють поїздки через кордон;

2) тривалість перебування, що дозволяє відрізнити туристів-екскурсантів від резидентів чи емігрантів;

3) мета поїздки.

При цьому з числа туристів і екскурсантів виключаються:

- емігранти, їх утриманці та особи, що супроводжують їх;

- прикордонники;

- дипломати, консульські працівники та військовослужбовці, включаючи , домашню прислугу, утриманців, що супроводжують їх і приєдналися до них;

- біженці і кочівники; та транзитні мандрівники.

1.2 Чинники розвитку міжнародного туризму

Реалізація функцій міжнародного туризму і забезпечення належних умов його функціонування та розвитку відбуваються під впливом низки чинників: економічних, соціальних, демографічних, науково-технічних, міжнародних, суспільної думки, які потребують окремої уваги та дослідження.

Чинники, що впливають на розвиток міжнародного туризму України

До чинників розвитку міжнародного туризму України належать: політичні, економічні, соціально-демографічні, культурні, науково-технічний прогрес, Політичні чинники зумовлюється передусім тим, що необхідною умовою здійснення туристичного процесу є стабільна політична обстановка.

Також важливе значення мають:

- тип міжнародних відносин з іншими державами;
- стан торговельного та платіжного балансу країни та її партнерів;
- міжнародне становище у світі та регіоні.

Економічні чинники пов'язані із зростанням доходів населення, що дозволяє виділити більше коштів на подорожі. Попит на туристичні послуги пред'являють в основному представники середнього класу (40-60% у західноєвропейських країнах) та з високими доходами (попит на екзотичні тури та висококомфортний відпочинок). За показниками витрат на туристичні послуги, країни світу поділяються на три групи.

На розвиток туризму істотно впливає зовнішньоекономічна діяльність держав, процеси інтеграції і глобалізації, оскільки це сприяє зростанню ділової активності населення, отже появі різноманітних нових видів ділового туризму. У той же час, стримуючий вплив на міжнародний туризм здійснює загострення митних формальностей, фінансова нестабільність в країні (інфляція, стагнація), економічні страйки.

Соціально-демографічні чинники впливають на розвиток туризму, насамперед через зростання кількості населення, особливо міського. "Міський" стиль життя характеризується такими рисами, як стрес, напруженість, відрив від природи, анонімність. Туризм допомагає досягти зрівноваження, відпочити, заспокоїтися, розслабитися. Сучасне суспільство характеризується зростанням інтенсивності праці при скороченні обсягу робочого часу та зростанні вільного часу. Зі збільшенням вільного часу проявляються дві тенденції, суттєві для туристичного бізнесу, по-перше, це подібнення відпускнуго періоду; по-друге, це зростання кількості нетривалих поїздок. Крім того, важливою соціальною характеристикою сучасного суспільства є його старіння (відповідно СТО пропонує розвивати так званий "туризм третього віку", який нині охоплює вже 0,6 млрд. туристів), а також більш пізні шлюби, зростання кількості одинаків, збільшення кількості працюючих жінок, відкладення народження дитини, зростання кількості бездітних пар. Туристичні організації повинні реагувати на ці особливості. Так, готель "Нью-Отані" в Токіо виділив окремий спеціальний поверх для обслуговування жінок.

Культурні чинники розвитку міжнародного туризму проявляються через задоволення культурних, освітніх, естетичних потреб, що сприяє розвитку прагнення у людей до пізнання, дослідження життя, традицій, культури, історії інших країн і народів. Прихильність до певного типу організації відпочинку та задоволення своїх культурних потреб показує суттєві різниці між країнами. Так, значна частка мешканців Великобританії, Бельгії, Німеччини (35-45%) віддають перевагу відпочинку біля теплоного моря; японці, іспанці, французи (30-50%) полюбують відпочинок в містах; воліють подорожі італійці, французи (33-45%); подобається відпочинок у передмісті бельгійцям, німцям, голландцям (10-17%).

Науково-технічний прогрес на туризм проявляється, по-перше, у появі нових прогресивних видів туризму, які передбачають зменшення часу в дорозі та збільшення кількості туристів на далекі подорожі; по-друге, у широкому застосуванні в туристичному бізнесі комп'ютерних технологій, глобальних мереж бронювання

готелів, авіарейсів тощо, що дозволяє сформувати турпродукт для клієнта в короткий проміжок часу з врахуванням різних тарифів та пільг для постійних клієнтів. Подальший розвиток туризму передбачає будівництво нових та реконструкцію існуючих об'єктів туризму з врахуванням останніх досягнень науки і техніки; підвищення культури і якості обслуговування на основі індустріалізації, технологізації та комп'ютеризації туристичного бізнесу; раціонального використання існуючих матеріальних ресурсів; застосування сучасних технологій обслуговування туристів. Нарешті, розвиток міжнародного туризму істотно залежить від інформованості туристів про можливі місця відпочинку та подорожі. Розвиток засобів масової інформації та їх можливостей дозволяють туристичним організаціям пропагувати як туризм в цілому, так і окремі туристичні продукти та послуги.

Фізико-географічні чинники особливе місце посідають ландшафтні ресурси та кліматичні умови, які здебільшого і визначають туристично-рекреаційне використання території, впливають на формування та розвиток туристичного господарства, вибір району відпочинку і подорожі. Виокремлення ландшафтних ресурсів туризму вимагає вивчення фізико-географічної характеристики території, передусім характеру рельєфу, здатності гідромережі для використання її із рекреаційною метою, мінеральних вод і грязей - для лікувально-оздоровчих цілей.

Наголосимо, що у рельєфі значну увагу приділяють гірській місцевості. Адже мальовничі пейзажі, цілюще повітря, можливість займатися гірськолижним туризмом, альпінізмом й іншими видами активного відпочинку широко використовують у багатьох країнах світу. Так, Альпи стали місцем для розвитку гірського туризму і створення найпопулярніших у світі туристичних центрів Австрії, Швейцарії, альпійських районів Італії, Франції та Німеччини. Карпати за привабливістю майже не поступаються гірській системі Альп, їхню красу та природні властивості здавна використовують туристи Польщі, Словаччини, України, Румунії. Гірський рельєф сприяє розвитку активних видів відпочинку і спорту. Долини, улоговини, схили та вершини гір, стрімкі гірські потоки, цілющі

джерела, повноводні озера й озерця, навіть штучні водойми - все це сприяє прокладанню гірсько-пішохідних та лижних маршрутів різних категорій складності, розвитку відпочинково-оздоровчих центрів світового значення. У Карпатській гірській системі зимовий період року найпривабливіший для любителів гірських лиж. Таким прикладом може бути сучасний туристичний комплекс "Буковель", розташований в Івано-Франківській області. Серед інших районів світу добре розвиваються гірськолижні центри в Кордильєрах, на Кавказі, в Центральнo-Азійському гірському масиві, Північній Японії тощо.

У туристично-рекреаційному використанні територій мають вагоме значення лісові й мисливські угіддя. Лісовий фонд і його якісні параметри становлять передумову розвитку масового відпочинку і навіть лікування. Так, ліси першої категорії належать до масивів, де можна організувати відпочинок і здійснювати оздоровлення людей. Задля такого використання лісів необхідно враховувати групи лісів, лісистість території (відношення лісопокритої площі до загальної), а також їхній склад, що визначає ступінь фітонцидності насаджень.

1.3. Суспільне значення міжнародного туризму

Туризм виконує важливу роль у вирішенні соціально-економічних проблем. Він підтримує рівень життя населення, створює нові робочі місця та передумови для підвищення інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності регіонів.

В умовах національного і культурного відродження України на шляху розбудови незалежної держави туризм набуває виняткового значення як важливий фактор міжгалузевих зв'язків і ринкових відносин у національній економіці нашої країни.

Для порівняння визначимо, що в Іспанії міжнародний туризм дає 17 млрд. доларів США доходу, що дорівнює 30% від суми доходів щорічного експорту цієї країни, в Італії - 11%, у Данії - 8%, Австрії - 8%, які надходять від експорту товарів за кордон.

Наведені цифри показують, що в економіці України (порівняно з промислово розвинутими країнами) туризму належить поки що незначне місце, що не відповідає потенційним можливостям цього виду діяльності як додаткового джерела надходження валюти в український бюджет.

З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає у більш швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті. У багатьох країнах туризм входить у першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він:

- збільшує місцеві доходи;
- створює нові робочі місця;
- розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг;
- розвиває соціальну та виробничу інфраструктуру у туристичних центрах;
- активізує діяльність народних промислів і розвиток культури та сприяє їм;
- забезпечує зростання рівня життя місцевого населення;
- збільшує валютні надходження.

Позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається лише у тому випадку, якщо він розвивається всебічно, тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він у державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу.

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), в 2019 році було здійснено 1,5 млрд міжнародних туристичних поїздок.

Кількість міжнародних туристичних поїздок збільшилася на 4%. Лідером світового туризму як і раніше залишається Франція. Країну відвідали 90,2 млн туриста, що на 800 000 більше, ніж у 2018 році.

Топ-10 найбільш відвідуваних країн світу виглядає так:

1. Франція (90,2 млн туристів)
2. Іспанія (83,8 млн)
3. США (78,7 млн)
4. Китай (67,5 млн)
5. Італія (64,6 млн)
6. Туреччина (52,5 млн)
7. Мексика (44,9 млн)
8. Таїланд (39,7 млн)
9. Німеччина (39,4 млн)
10. Великобританія (36,9 млн)

При цьому побічний вплив туризму на економіку майже дорівнює її прямому результату. Питома вага туризму у створенні світового валового національного продукту за прогнозами ВТО досягає 11-12%.

Туристична діяльність стимулює розвиток інших галузей національної економіки: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів широкого вжитку, транспорту, зв'язку тощо.

Туризм приваблює підприємців з багатьох причин: невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності і мінімальний термін окупності витрат.

У туристичній індустрії динаміка збільшення обсягів надання послуг приведе до зростання кількості робочих місць набагато швидше, ніж в інших галузях. Тимчасовий проміжок між збільшенням попиту на туристичні послуги і появою нових робочих місць в туристичній діяльності мінімальний.

Україна втрачає мільйони гривень, створюючи додаткові труднощі для туристів. Крім того, втрачаються також тисячі потенційних робочих місць. Наприклад, для обслуговування одного іноземного туриста необхідно 9 чоловік.

Прямий вплив туризму на економіку України чи регіону - це результат доходів туриста на купівлю послуг і товарів туризму. Це треба розуміти як результат вкладу грошей туристами у туристичні підприємства, матеріальне забезпечення працівників туристичної індустрії і створення нових робочих місць.

Крім прямого впливу туристичних витрат на розвиток регіону країни, існує також побічний (непрямий) вплив, або "ефект мультиплікатора", який починає діяти при циркуляції туристичних витрат у регіоні. Дію мультиплікатора доходу від туризму можна продемонструвати на наступному умовному прикладі. Група іноземних туристів, подорожуючи по Криму, витрачає на купівлю товарів і послуг відповідну суму.

Дохід туристичних підприємств - це їхні надходження від продажу туристам послуг і товарів. Дохід регіону - це податки, отримані від цієї виручки і залишені у розпорядження регіону.

Нерозвиненість туристичної інфраструктури, недостатня якість сервісу, стійкий міф про Україну, як про зону підвищеного ризику, призвели до того, що сьогодні на нашу країну припадає менше 1% світового туристичного потоку.

Очікувана соціально-економічна результативність туристичної індустрії залежить не тільки від обраної тактики і стратегії розвитку, а й від того, який економічний клімат буде встановлено у взаємовідносинах суб'єктів туристичного господарювання як між собою, так і з державою. Механізм формування таких відносин сьогодні знаходиться у стадії становлення. Але очевидним є те, що розвиток туристичної індустрії має опиратись на нові методи господарювання, ефективні організаційні структури, економічну свободу виробників туристичного продукту, що в умовах наростаючої конкуренції забезпечить насичення туристичного

ринку високоякісними послугами і сприятиме соціально-економічному прогресу території.

Висновки з I розділу

Міжнародний туризм є одним із важливих чинників соціально-економічного розвитку сучасного суспільства. Середньорічні типи зростання міжнародного туризму становлять 4-5 %. Міжнародний туризм розвивається всупереч ряду негативних чинників, зокрема економічна і політична нестабільність у багатьох частинах світу, посилення тероризму, коливання валютних курсів тощо.

Частка міжнародного туризму перевищує 10% світові торгівлі товарами і послугами, що дало йому змогу посягати третє місце після прибутків від експорту нафти та автомобілів. Отже в кінці XX ст. Міжнародний туризм сформувався як нова самостійна специфічна та високоприбуткова галузь економіки.

Отже досліджувати Міжнародний туризм доцільно на двох територіальних рівнях: глобальному та регіональному. Останній передбачає вивчення туризму у межах окремих регіонів, або країн.

Об'єктом нашого дослідження була обрана Україна, в якій за останні 30 років відбулися кардинальні зміни міжнародного туризму які, на жаль науковцями не були досліджені.

Розділ 2. Аналіз динаміки та структури міжнародного туризму України

2.1. Тенденції динаміки міжнародного туризму

За радянської доби міжнародний туризм в Україні був слабо розвинений, тому що радянський режим з допомогою законодавчої правової бази гальмував цей суспільно економічний процес. За роки незалежності, зокрема в кінці XX ст. в Україні була створена принципово нова законодавчо-нормативна база, яка створила сприятливі умови для швидкого розвитку міжнародного туризму

України. Українська влада, суспільство і українці зацікавлені у прискоренні темпів розвитку міжнародного туризму, який мав зайняти вагоме місце як в економічній діяльності, так і в системі соціальних відносин.

Для аналізу особливостей динаміки міжнародного туризму України за період незалежності необхідно проаналізувати статистичні дані за цей час. Проте Держкомстат України почав розробляти та публікувати статистику з туризму лише з 1995 р., який ми взяли за базовий рік для аналізу та оцінки динаміки міжнародного туризму України на початку XXI ст. Для виявлення тенденцій динаміки міжнародного туризму України звернімося до статистичних даних, наведених в табл. 1.

Табл.1

(тис. осіб)

Динаміка міжнародного туризму України

Напрями Туризму	1995	2000	2005	2010	2015	2020
В'їзд іноземних туристів в Україну	3 643	6 431	17 631	21 203	12 428	2 160
Виїзд українських туристів за кордон	11 373	13 422	16 454	17 180	23 142	25 210
Разом	15 016	19 853	34 085	38 383	35 570	27 370

Як видно з табл.1, загальний обсяг туристичних потоків у сфері міжнародного туризму України протягом 1996 – 2010 рр. мав чітко виражену тенденцію зростання, яка в наступний період 2011–2020 рр. змінилася зменшенням. Причини цих протилежних

тенденцій різні, вони зумовлені суттєвими змінами соціально – економічних, геополітичних та інших чинників.

Протягом 1996 – 2010 рр. загальний обсяг міжнародного туризму України збільшився у 2,5 рази і досяг 38 млн. осіб. Це свідчить про посилення участі України у міжнародному туризмі. На початку XXI ст. спостерігаємо поступове зростання іміджу України як туристично привабливої країни та посилення її ролі на міжнародному туристичному ринку.

Якщо ми розглянемо динаміку міжнародного туризму за десятирічні періоди, то побачимо такі відмінності. Протягом 2001 – 2010 рр. загальний обсяг міжнародного туризму України збільшився майже вдвічі. Таке значне збільшення обсягу туристичного потоку зумовлено посиленням бажання українців побувати в туристично популярних і привабливих країнах світу.

У наступне десятиріччя 2011 – 2020 рр. загальний обсяг міжнародного туризму України зменшився на 29 %, що зумовлено впливом різних негативних чинників, як традиційних, так і нових . Тому краще аналізувати цей період за його п'ятирічним , Протягом 2011–2015 рр. загальний обсяг міжнародного туризму зменшився на 7 %, а в період 2016 – 2020 рр. – на 23 %. Зниження в перше п'ятиріччя було зумовлено різким загостренням політичної та військової ситуації в Криму та на Донбасі, анексією Росією Криму, створення в Донецькій та Луганській областях проросійських квазідержав. Бажання іноземних туристів приїхати в Україну різко зменшилося. Зменшилася також кількість поїздки українських туристів за кордон.

Що стосується другого п'ятиріччя, то значне зменшення загального обсягу міжнародного туризму зумовлене тим, що у 2019 – 2020 рр. в Україні була поширена епідемія **covidy**, яка зумовлена різке зменшення в'їзного туризму.

Поряд із тенденціями динаміки загального обсягу міжнародного туризму України важливо розглянути його складові, тобто динаміку обсягів виїзду за кордон українських туристів та виїзду іноземних туристів в Україну.

Порівняння цих двох протилежних потоків міжнародного туризму України показує цікаві взаємовідношення. В цілому за 1996 – 2020 рр. кількість туристів, які виїздили з України, перевищувала кількість туристів, які в'їжджали в Україну. Винятком були 2005 та

2010 роки, коли в Україну приїхало на 15% іноземних туристів більше, ніж українських туристів виїхало за кордон. Річ в тім, що в 90-х роках XX ст. та на початку XXI ст. іноземців, особливо українські діаспори, було велике бажання відвідати нову незалежну українську державу і особисто ознайомитися з українським феноменом.

Розглянемо окремо динаміку кожного із зазначених потоків міжнародного туризму України, тому що вони принципово відрізняються між собою.

Як видно з табл.1, обсяги в'їзного туризму в Україну в кінці XX та на початку XXI ст. поступово збільшували і досягли максимуму в 2010 р., коли вони становили 21,2 млн осіб, або у 6 разів більше, ніж у 1995 р. Таку тенденцію динаміки в'їзного туризму в Україні слід вважати позитивною, бо вона спрямована на ознайомлення з Україною все більшої частини іноземців, зокрема представників української діаспори. Однак ця тенденція не була тривалою, з 2015 р. вона змінилася тенденцією щорічного зменшення обсягів в'їзного туризму. У 2020 р. порівняно з 2010 р. обсяги в'їзного туризму в Україну зменшили в 10 разів. Головні причини різкого зменшення обсягів в'їзного туризму вже зазначалися вище. Це зовнішні причини – анексія Росією Криму, утворення в Донбасі проросійських квазідержав, епідемія covid.

Наочне уявлення про динаміку міжнародного туризму України дає нижченаведений графік.



Як видно з графіка, динаміка обсягів в'їзного туризму має три принципових рівня і напрямки. Перший припадає на 1995 і 2000 рр. коли обсяг в'їзного туризму був малим і значно нижчим, ніж виїзного туризму. Другий рівень (2005 і 2010 рр.), коли обсяг в'їзного туризму був найбільшими та перевищував виїзний туризм. Третій рівень (2015 і 2020 рр.) характеризується значним зменшенням обсягу в'їзного туризму, що мало негативні наслідки.

Розглянемо динаміку обсягів виїзного туризму. Як видно з табл.1 та графіка, в кінці XX та на початку XXI ст. обсяги виїзного туризму з України за кордон були великі (11 – 13 млн осіб) і мали тенденцію щорічно збільшуватися. На графіку ми бачимо криву, що постійно піднімається вгору. Базовий рівень становив у 1995 р. 11,3 млн. осіб, а в кінці досліджуваного період (2020 р.) обсяг виїзного туризму досяг 25,2 млн осіб, тобто за 25 років збільшився у 2,2 раза. Незважаючи на вплив деяких негативних чинників, обсяг виїзного туризму з України безперервно зростає. Це чітко прослідковується на графіку. Важливо зазначити що обсяги в'їзного туризму залежали від впливу зовнішніх та внутрішніх чинників, тобто суттєво реагували на зміни соціально–політичної, економічної, санітарно– гігієнічної та військової ситуації в Україні.

В той же час виїзний туризм в умовах загострення, чи суттєвих змін зовнішньої, та внутрішньої ситуації реагував однаково, збільшував потужність туристичних потоків. Так, в результаті захоплення Росією Криму та створення в Донбасі проросійських квазідержав обсяг виїзного туризму в 2010 – 2015 рр. збільшився на 34 % . Наслідком епідемії covidу стало збільшення обсягу виїзного туризму з України на 8 %.

2.2. Особливості структури міжнародного туризму

Дати характеристику сучасного стану міжнародного туризму України неможливо через декілька причин. Україна вже два роки веде жорстоку війну з Російською Федерацією, яка окупувала значну територію сходу і півдня України. Україна третій рік перебуває на військовому стані. В цих надзвичайних умовах міжнародний туризм України зведений до мінімуму. Визначити його параметри неможливо через відсутність статистичної інформації, яку мала б надавати Державна служба статистики України.

Тому розглянемо не менш важливу характеристику особливостей структури міжнародного туризму, відображену у наступній таблиці.

Табл.2

Структура міжнародного туризму України

%

Напрямки Туризму	1995	2000	2005	2010	2015	2020
В'їзд іноземних туристів в Україну	24,3	32,4	51,7	55,2	35,0	7,90
Виїзд українських туристів за	75,7	67,6	48,2	44,8	65,0	92,10

кордон						
Разом	100	100	100	100	100	100

Як видно з табл.2, головним структурним елементом міжнародного туризму України є співвідношення між обсягом виїзних та в'їзних туристів. Це співвідношення на початку XXI ст. зазнало істотних змін. В усі роки двадцятип'ятиріччя, окрім 2005 та 2010 років, питома вага українських туристів, які виїздили за кордон, була вищою порівняно з часткою іноземних туристів, які відвідували Україну. У цьому відношенні 2005 та 2010 рр. не є винятком, тому що ними закінчується тенденція, притаманна кінцю XX та початку XXI ст. В цей період іноземні туристи, особливо представники української діаспори, масово виїздили в Україну, щоб ознайомитися з молодого українською державою, відвідати рідні місця своїх батьків, дідусів та бабусь, надати українцям матеріальну допомогу. Відвідування України багато в чому розчарували іноземців, а корупція в ній звела нанівець іноземну допомогу. Тому на початку XXI ст. ми спостерігаємо тенденцію зменшення кількості іноземних туристів та зниження їх питомої ваги з 55 % у 2010 р. до 35 % у 2015 р. Що стосується 2020 р. то через covid він був винятком і ми не повинні його враховувати.

Розглянемо табл. 2, яка відображає зрушення в структурі міжнародного туризму України. Ми зазначали, що 2020 рік є винятком і ми не враховуємо його в структурі туризму. В період 1996 – 2015 рр. спостерігаємо прогресивні структурні зміни міжнародного туризму. Зокрема у 2015 р. питома вага кількості виїзних туристів з України становила 65 %, а в'їзних – 35 %, тобто дві третини припадало на виїзних, а одна третина – на в'їзних. Ми вважаємо, що така пропорція є більш – менш об'єктивною, але вона не була стабільною, тому що чинники, які впливали на них, поступово змінювалися у різних напрямках і з різною інтенсивністю.

Тому у 2010 р. питома вага в'їзних туристів підвищувалися

(до 55 %), а виїзних відповідно знизилася до 45 %. Проте таке співвідношення не було стійким. Вплив чинників все ж тяжів до попереднього п'ятиріччя і в наступному пропорції нормалізувалися.

Не менш важливим напрямом структури міжнародного туризму України є характеристика найбільш поширених видів туризму. Серед іноземних туристів, які подорожували Україною, переважають культурний, етнічний та спортивний туризм.

Іноземні туристи прагнуть відвідати Київ, Одесу, Львів, та інші провідні українські культурні центри, щоб наочно ознайомитися з кращими творами видатних українських письменників, композиторів, акторів, художників та співаків. Представники української діаспори прагнуть відвідати малу батьківщину своїх батьків, дідусів та бабусів, ознайомитися з етнопростором, в якому виростили і жили їх предки. Не менш цікавили для них є знайомство з життям унікальних етногруп українців (гуцулів, байків, лемків, поліщуків). Посилився інтерес іноземних туристів відвідати популярний гірськолижний курорт Буковель в Українських Карпатах, а також відомі українські чорноморські курорти.

Що стосується структури виїзного туризму, то вона мало змінилася за двадцятип'ятирічний період, що досліджується в дипломній роботі.

Українські туристи віддають перевагу таким видам туризму:

- Природничий, віддуючи унікальні природні об'єкти (найвищі вершини гір, вулкани, гейзери, водоспади, тощо);
- Пізнавальний, знайомлячись з видатними культурними центрами світу (Афіни, Рим, Париж, Мадрид, тощо);
- Розважальний, поєднуючи з пляжним, відпочинковим, оздоровчим та спортивними видами туризму (Мальдіви, Канари, Сейшели, Балі, Пхукет тощо);

- Діловий, полягає в участі в роботі всесвітніх та регіональних конгресів, з'їздів, самітів, виставок тощо.

2.3. Географія міжнародного туризму

Однією з важливих характеристик міжнародного туризму України є аналіз його географічного простору. Географія в'їзного та виїзного туризму України принципово різні, тому ми їх розглянемо диференційовані. Щодо в'їзного туризму важливе значення має виявлення областей, куди направлялися найбільші потоки іноземних туристів. За даними Державної служби статистики України, у 2020 р. кількість в'їзних туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, становила 11,9 тис. осіб, з них в Київ направилося 81 % туристів, Івано – Франківську область – 13%, Львівську – 3 %, Одеську – 1 %. Як бачимо, чітко виокремлюються туристично привабливі регіони України: Статистичний, Карпатський, та Причорноморський.

Цікавими є два питання : З яких країн приїхали в Україну іноземні туристи? В які країни виїхали українські туристи ? Для відповіді на ці питання проаналізуємо статистичні дані за 2017 рік, надані Всесвітньою туристичною організацією, і наведені у табл. 3

Табл.3

Географія в'їзду іноземних туристів в Україну

Осіб

Материк	2010 р.	2017 р.
Європа	127 185	23.923
Азія	6 156	10.959
Африка	68	134
Америка	4348	911
Австралія та Океанія	46	8
Всього у світі	137.910	35.935

Як видно з табл. 3, у 2017 р. загальна кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, зменшилася порівняно з 2010 р. у 38 разів. Відповідно географія в'їзду іноземних туристів істотно змінилася.

Найбільше іноземних туристів приїздило в Україну з європейських країн (у 2010 р. 92 %). Проте протягом 2011 – 2017 рр. кількість іноземних туристів з Європи зменшилася у 5 разів, а питома вага її в загальній кількості іноземних туристів в Україні знизилася до 66 % . В той же період спостерігало посилення інтересу до України азійських та африканських туристів.

Якщо розглянути окремо Європу, то ми звернемо увагу, що серед європейських країн найбільше іноземних туристів приїздило в Україну в 2010 р. з Білорусі (86,7 тис. осіб) та Російської Федерації (35,8 тис. осіб), значно менше з Великої Британії (1,1тис. осіб) та Німеччини (1,0 тис. осіб). Хоча у 2017 р. потужність туристичних потоків з цих країн значно зменшила, співвідношення залишилося таким, як і у 2010 р.

Виникає цілком слушне питання ? Чому білоруси і росіяни так масово приїздили в Україну ? Невже їх так цікавили історія, культура та етнографія українців ? Це викликає великі сумніви. Якщо оцінити ці « мандрівки » по Україні з сучасних позицій, то стає очевидним, що Росія і частково Білорусь уже у 2010 році під видом « туристів» засиляли в Україну розвідників та готувалися до війни в Україні. Лише англійці та німці приїздили в Україну з туристичною метою. Що стосується інших європейських народів та країн то інтерес їх до України був у мінімальний.

Особливою є роль Азії в туристичному процесі в Україні на початку ХХІ ст. У 2010 р. в Україну приїздило 6 тис. туристів з азійських країн. Це становило лише 4,5% від загальної кількості іноземних туристів в Україні. Проте протягом 2011 – 2017 рр. кількість азійських туристів в Україні збільшилася на 7,8%, а їх питома вага у 2017 р. зросла до 30 %.

Серед азійських країн найбільше туристів приїжджало в Україну з Туреччини і кількість їх у 2011–2017рр. збільшилася вдвічі. У 2017 р. та Туреччину припадало дві третини всіх азійських туристів в Україні (67%). Друге місце займав Ізраїль (23%) і третє Китай (9%). Ці три країни традиційно займають провідні місця в туристичному обміні з Україною.

Серед інших материків заслуговує на увагу Америка в якій є чисельна українська діаспора. Якщо у 2010 р. питома вага американських країн в загальному обсязі іноземного туризму в Україні становило 3 % то у 2017 р. знизилася до 2,5 %, а кількість американських туристів в Україні зменшилася в 4,8 рази. Серед американських країн найбільше туристів приїздило в Україну із США (у 2010 р. – 3,7 тис, а у 2017 р. – 0,7 тис. осіб). Як бачимо, кількість туристів із США за 2011– 2017 рр. зменшилася 5,4 рази, з Канади – в 3,5 рази. Постає питання : Чому з цих двох американських країн мало місце таке значне зменшення кількості туристів в Україні? Тут слід шукати декілька причин, як внутрішнього, так і зовнішнього порядку. Серед внутрішніх причин це інфляція, корупція, порушення прав людини, зовнішніх – агресія Росії в Криму та Донбасі, геополітичні виклики та загрози, що постали перед Україною.

Розглянемо другий напрям географії міжнародного туризму, пов'язаний з виїздом українських туристів в зарубіжні країни (див.табл. 4)

Табл.4

Географія виїзду українських туристів в зарубіжні країни

Осіб

Материки	2010 р.	2017 р.
Європа	570 666	46 893
Азія	421.034	37 354
Африка	279.147	15 562
Америка	3 636	0
Австралія та Океанія	—	—
Всього у світі	1 274 489	998 091

Як видно з табл. 4, протягом 2011 – 2017 рр. загальна кількість українських туристів які виїздили в зарубіжні країни зменшилася на 22 %. Незважаючи на це, найбільше українських туристів виїздило в європейські країни. Питома вага Європи у мандрівках українських туристів становила у 2010 р. 44,8%, а у 2017 р. підвищилася до 47

%. Як бачимо, Європа була і залишається серед пріоритетів туристичного вибору українців. Особливо це було очевидно у 2010 р. Перше місце займала Російська Федерація, куди виїхало 147 тис. українських туристів, друге – Польща (85 тис. осіб) і третє – Німеччина (37 тис. осіб). Разом на ці країни припадає 47 % всього туристичного потоку з України в Європу.

Це переважно сусідні країни, з якими Україна традиційно мала активні економічні, комерційні, трудові, торговельні, родинні відносини. Окрему групу становили південно – європейські країни, в яких українські туристи любили відпочивати та розважатися. Це Болгарія, Греція, Хорватія, та Італія, куди у 2010 р. виїхало 108 тис. українських туристів.

Азійські країни займають друге місце за привабливістю для українських туристів. У 2010 р. на долю Азії припадало 35 % обсягу виїзду українських туристів. Серед азійських країн найбільший потік українських туристів був в Туреччинну

(переважно в Стамбул та в Анталійський курортний район). На Туреччину припадало 77 % всього туристичного потоку з України в Азію. Далі йдуть із значними відривом Об'єднані Арабські Емірати, Ізраїль і Таїланд. На ці країни припадало 15 % всього туристичного потоку з України в Азію.

Серед туристичних пріоритетів для українців займає Африка, питома вага якої у 2010 р. становила 22 %, а у 2017 р. знизилася до 15 %. Причини цього перш за все у віддаленості цього материка від України. Серед африканських країн найбільш популярним серед українських туристів є Єгипет. У 2010 р. в Єгипті відпочивало 270 тис. українських туристів, що становить 64 % всього африканського потоку туристів з України. Друге місце із значним відривом від Єгипту зайняв Туніс, в який на курорти цієї країни у 2010 р. приїхало близько 8 тис. українських туристів.

Щодо Америки, то вона зайняла лише п'яте місце серед материків, туристично привабливих для українців. Серед американських країн українські туристи їздять переважно у США

(3 тис. осіб у 2010 р.) і значно менше в Канаду. Такі слабкі ці потоки зумовлені віддаленістю цих країн та дорожнечою квитків на літаки. Тому цими поїздками скористалися лише незначна кількість переважно заможних українців.

Отже, аналіз географії міжнародного туризму України як в'їзного, так і виїзного показав складні і нестійкі тенденції та особливості їх географічного поширення в глобальному геополітичному просторі. Врахування їх в комплексних дослідженнях туристичного процесу в Україні дасть можливість розширити та поглибити ці дослідження. Це дасть можливість науково обґрунтувати довгострокові прогнози розвитку туризму в Україні.

Висновки до II розділу

Отже аналіз динаміки і сучасного стану показав, що загальний обсяг туристичних потоків у сфері міжнародного туризму України протягом 1996 – 2010 рр. мав чітко виражену тенденцію зростання, яка в наступний період 2011– 2020 рр. змінилася зменшенням. Причини цих протилежних тенденцій різні, вони зумовлені суттєвими змінами соціально – економічних, геополітичних та інших чинників.

Протягом 1996 – 2010 рр. загальний обсяг міжнародного туризму України значно збільшився. Це свідчить про посилення участі України у міжнародному туризмі. На початку XXI ст. спостерігаємо поступове зростання іміджу України як туристично привабливої країни та посилення її ролі на міжнародному туристичному ринку.

Головним структурним елементом міжнародного туризму України є співвідношення між обсягом виїзних та в'їзних туристів. Це співвідношення на початку XXI ст. зазнало істотних змін. В усі роки двадцятип'ятиріччя, окрім 2005 та 2010 років, питома вага українських туристів, які виїздили за кордон, була вищою порівняно з часткою іноземних туристів, які відвідували Україну. У цьому відношенні 2005 та 2010 рр. не є винятком, тому що ними закінчується тенденція, притаманна кінцю XX та початку XXI ст. В цей період іноземні туристи, особливо представники української

діаспори, масово виїздили в Україну, щоб ознайомитися з молодою українською державою, відвідати рідні місця своїх батьків, дідусів та бабусь, надати українцям матеріальну допомогу. Відвідування України багато в чому розчарували іноземців, а корупція в ній звела нанівець іноземну допомогу. Тому на початку ХХІ ст. ми спостерігаємо тенденцію зменшення кількості іноземних туристів та зниження їх питомої ваги.

Географія в'їзного та виїзного туризму України принципово різні, тому розглядаються диференційовано, щодо в'їзного туризму важливе значення має виявлення областей, куди направлялися найбільші потоки іноземних туристів. Як показав, аналіз чітко виокремлюються туристично привабливі регіони України: Карпатський, та Причорноморський. протягом 2011 – 2017 рр. загальна кількість українських туристів які виїздили в зарубіжні країни зменшилася. Незважаючи на це, найбільше українських туристів виїздило в європейські країни.

Розділ 3. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму України

3.1. Актуальні проблеми розвитку Міжнародного туризму України

Як показав аналіз динаміки та структури міжнародного туризму України, сучасний стан його не забезпечує туристичні потреби українців, має ряд недоліків і гальмує темпи його розвитку. Для прискорення темпів розвитку міжнародного туризму України необхідно вирішити ряд проблем. Важливо зазначити, що для прискорення розвитку в'їзного туризму потрібно вирішити одні проблеми, а для розвитку виїзного туризму – інші. Тому розглянемо їх окремо.

3.1.1 Проблеми розвитку в'їзного туризму в Україні

1.Однією з актуальних є проблема більш повного та ефективного використання природного туристичних ресурсів України в регіонах, які відвідують іноземні туристи. Вони не лише захоплюються унікальними пам'ятками природи, а й звертають увагу в якому стані вони знаходяться, як облаштовані під'їзди до них та інші не менш важливі аспекти.

Проблем, пов'язаних з природними туристичними пам'ятками, багато. З одного боку, це проблеми більш повного та ефективного використання природних об'єктів в туризмі. Наприклад, іноземні туристи приїждять у місто Соледар Донецької області, де у магазині купують сувеніри, виготовлені з кам'яної солі. Проте цього їм мало, вони хотіли б відвідати соляну шахту і побачити кристали в природному стані, а також як добувають цю сіль. Для туристів облаштована одна шахта. Однак туристів інформують, що за технічних причин шахта тимчасово закрита для відвідування туристами. Де тут виникла проблема а де недбалість персоналу неважно, ще сам факт залишив неприємне враження в туристів.

Інші проблеми можуть бути пов'язані з невдалим, або незручним облаштуванням місць, звідки туристи оглядають пам'ятку природи. Від цього у туриста залишається обмежене враження від цієї, чи іншої пам'ятки природи. Спилати дерева, вирізати кущі і той же водоспад буде сприйматися значно краще і емоційніше.

2.Актуальними є екологічні проблеми, пов'язані з охороною природного середовища від забруднення, загазованості та засмічення. Якщо іноземні туристи відвідують в Україні природні заповідники, природні парки, дендропарки, які знаходяться під державною охороною і в яких чітко виконується природниче законодавство, то немає сумніву в їх чистоті та охайності. Що стосується неохороняємих природних об'єктів, то в них гостро стоять екологічні проблеми.

Наприклад, кожен іноземних турист мріє побувати в Карпатах на вершині найвищої гори Говерли. Коли ця мрія здійснюється, він розчаровується від побаченого. Вершина дуже засмічена. Це найвища вершина України, якою гордиться кожен українець. Не можна сказати, що там не прибирають сміття, біда в тому, що з

роками кількість його збільшується. Головне, що засмічують не стільки українці, як деякі іноземці (росіяни, якути, буряти, білоруси тощо).

3.Актуальними є проблеми використання історико-культурних туристичних ресурсів України, які включають декілька проблем. Надзвичайно важливою є проблема розширення мережі пам'яток оборонної архітектури шляхом реконструкції деяких замків, розташованих у Подільському та Карпатському регіонах. Ми вбачаємо у цій проблемі три різні напрями її вирішення :

Перший полягає у завершенні реставрації тих замків, яка розпочалася ще в 90-х роках XX ст. і триває дотепер. Якщо точніше сказати, то ця реставрація через відсутність фінансування була зупинена. Це дуже прикро, тому, що ці замки майже на 90 % готові до здачі в експлуатацію. Вони відвідуються туристами, але законсервовані. До цих замків ми відносимо замок у місті. Скалат на Тернопіллі, який включений до туристичного маршруту « Замки Тернопілля», замки XVII ст. на Львівщині у селах Підгірці та Свірж.

До другого напрямку ми віднесли замки, які потребують значних інвестицій для їх реставрації, але вони мають величезне туристичне та архітектурне значення і будуть для іноземних туристів дуже привабливими об'єктами. Це найбільший замок в Україні і Старому Селі на Львівщині, збудований у XV ст, який й зараз вражає іноземних туристів своєю величчю. Популярним серед туристів є напівзруйнований Невицький замок, що знаходиться поблизу м.Ужгорода, оптовий загадковими легендами.

Для залучення більшої кількості іноземних туристів в Україну конче потрібно відбудувати зруйновані замки, від яких залишилися окремі вежі та фрагменти мурів, але які розташовані в туристичного привабливих для туристів містах і селищах. Перш за все це Високий замок у Львові, а також руїни замків у Тереховлі, Кременці та Острогі.

Актуальною є також проблема розвитку релігійного туризму в Україні шляхом більш ефективного використання широкої мережі

християнських храмів (соборів, монастирів та церков), з яких повна частина є пам'ятками культової архітектури та образотворчого мистецтва. За роки незалежності кількість цих храмів значно збільшилася, а їх духовний вплив на українців без сумніву поглибився. Величезний туристичний потенціал, закладений в українських храмах, як в мурованих,т так і в дерев'яних, використовується дуже слабо.

Ми вважаємо актуальною проблему заміни численних пам'ятних знаків, меморіальних дощок, низьких за художнім рівнем та тих, що знаходяться в аварійному стані, пам'ятників на високохудожні та досконалі меморіальні комплекси, меморіали, стели, обеліски тощо. Найважливіші події в історії українського державотворення (битви тощо) мають бути відображені в певній системі пам'яток.

Актуальною є також проблема побудови нових високохудожніх пам'ятників видатних українських історичних діячів, козацьких гетьманів, полководців, героїв сучасної російсько-української війни, відомих українських вчених, письменників, діячів культури і мистецтва.

4.Важливим є вирішення правових проблем, пов'язаних з необхідністю удосконалення нормативно-правової бази, що стимулюватиме розвиток в'їзного туризму в Україну. Актуальною є проблема імплементації законодавства Європейського Союзу у сфері туризму в українське законодавство.

5.Проблема зміцнення соціальної інфраструктури в туристичних центрах України (містах, селищах та селах), які розташовані на туристичних маршрутах рекомендованих для іноземних туристів створення мережі сучасних закладів, що мають надавати іноземним туристам соціальні послуги (торговельні, культурні, інформаційні, фінансові, з охорони здоров'я тощо). Не менш важливе зміцнення транспортної інфраструктури шляхом збільшення автобусного парку, ремонту автошляхів з твердим покриттям, прокладки нових сучасних автошляхів.

6. Проблема поліпшення маркетингу в'їзного туризму в Україні полягає в тому, що іноземні туристи повинні мати достатню рекламну – інформацію про всі природні та історико-культурні пам'ятки, що знаходиться на обраному ним туристичному маршруті.

7. Існує також проблема зайнятості українців, які знаходять собі роботу в туристичних закладах (готелі, ресторани, мотелі, кемпінги, тощо), що обслуговують іноземних туристів. До обслуговуючого персоналу пред'являються високі вимоги щодо якості надання послуг іноземним туристам.

8. Проблема посилення участі України на міжнародному ринку туристичних послуг та просування національного туристичного продукту, який би відповідав міжнародним стандартам якості туристичних послуг.

3.1.2 Проблеми розвитку виїзного туризму з України

1. Проблема удосконалення нормативно правової бази виїзного туризму. У проблема полягає перш за все у спрощенні процедури митного контролю на прикордонних пунктах пропуску українських туристів. Не менш важлива адаптація національного законодавства у сфері міжнародного туризму до норм міжнародного законодавства.

2. Проблема поліпшення менеджменту виїзного туризму в умовах жорстокої конкурентної боротьби туристичних компаній та фірм за клієнта та за прибутки полягають у постійному удосконаленні менеджменту. Ця діяльність передбачає використання новітніх інформаційних технологій у сфері туризму, оновлення та перепідготовка персоналу, головним чином операторів з метою підвищення рівня їх кваліфікації впровадження нових форм і видів туризму, періодичний перегляд та доповнення чинних туристичних маршрутів.

3.Проблеми удосконалення маркетингу виїзного туризму передбачають максимальне розширення .популяризації туристичних маршрутів з допомогою рекламно- інформаційних засобів серед широких верств населення України (телебачення, радіо, ЗМІ, інтернет тощо).Важливе значення має також видання ілюстрованих туристичних начерків, довідників, проспектів про туристичного розвинені країни та регіони світу, популярні курорти, міста та рекреаційні комплекси, що мають високий туристичний імідж у світі.

4.Проблема забезпечення належного рівня безпеки українських туристів у зарубіжних країнах. За безпеку туристів з України мають відповідати в першу чергу туристичні компанії та фірми, які продали туру своїм туристам. Тут, звичайно, є проблема якщо трапляються терористичний акт, напад розбійників на українських туристів, автомобільна, аварія, в якій постраждали українські туристи та інші випадки. У всіх цих випадках в разі травм чи загибелі українських туристів має втрутитися українська влада і надати ефективну допомогу (медичну, фінансову, транспортну тощо). Були випадки, коли туристична компанія (чи фірма) не могла (чи не захотіла) надати українським туристам потрібної допомоги, тоді цю допомогу надавали українська держава з допомогою українського посольства чи консульства в країні перебування українських туристів, де трапилося з ними надзвичайна подія

3.2. Стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в перспективі

У зв'язку з принциповими відмінностями в'їзного та виїзного напрямків міжнародного туризму України розглядаємо диференційовано стратегії їх розвитку в прогнозованій перспективі до 2040 року.

Після завершення російсько- української війни ми сподівалися перемогою України над російським агресором постануть дуже складні проблем відбудови міст, селищ і сіл, економіки, транспорту, соціальної сфери тощо. Це триватиме десь 5-10 років, після цього

почнеться розвиток всіх галузей економіки, у тому числі й туризму, на новітній науково-технічній базі.

Ми спробували заглянути у майбутнє до 2040-го року уявити собі яким буде міжнародний туризм України. Звичайно розробити прогноз головних параметрів розвитку туризму на довгострокову перспективу дуже складно через неможливість оцінити вплив багатьох чинників, але цілком можливо визначити концептуальні підходи та стратегічні пріоритети розвитку міжнародного туризму України. Важливо зазначити, що цю стратегію-доцільно розробляти окремо для в'їзного та виїзного туризму.

3.2.1. Стратегічні пріоритети розвитку в'їзного туризму в Україну

Україна 30-х років XX століття уявляється нам потужною високорозвиненою відомою в світі країною у Східній Європі, до якої прикута не лише європейців, але й азіатів, африканців та американців. На той час Україна вже стане членом Європейського Союзу та НАТО, що гарантуватиме їй безпеку мирний розвиток та активні взаємозв'язки з європейськими країнами.

В майбутньому очікується посилення уваги іноземних громадян до України та бажання їх ознайомитися з її природою, людьми, економікою та культурою. В 30-х роках XXI ст. Україна залікує всі рани, нанесені війною, і мов той Фенікс відродиться з попелу. Постає принципово нова Україна, унікальна, неповторна і героїчна, з якою захочуть ознайомитися мільйони іноземців. Для багатьох країн світу-нових демократій Україна стане прикладом достойним для наслідування.

Тому ми прогнозуємо поступове збільшення обсягу в'їзного туризму в Україну до 20-25 млн осіб на кінець 2040 р., або збільшиться у 10-15 раз порівняно з 2020 роком.

Очікуються істотні зміни структури в'їзного туризму. Якщо в кінці XX ст. серед в'їзних туристів переважали представники західної української діаспори, які приїздили переважно в західні регіони України, щоб побачити малу батьківщину своїх батьків, дідусів та бабусь. Цей так званий ностальгійний туризм в перспективі зійде

нанівець і поступиться більш прогресивному діловому туризму. Головним потоком в майбутньому поїздки підприємливих ділових людей з метою ознайомлення з умовами та місцями інвестування ними в Україні різноманітних проектів, реалізація яких дасть великі прибутки.

Іноземних туристів зацікавить новий вид туризму, військовий. Після завершення війни в Донбасі передбачається створення військових музеїв під відкритим небом, де іноземні туристи зможуть побачити жахливі наслідки війни (зруйновані міста – Маріуполь, Авдіївка, Бахмут, випалені ліси, непридатні для освоєння землі тощо).

Очікуються певні зміни географії в'їзного туризму в Україні. Окрім традиційних міст (Київ, Львів, Одеса) та західних регіонів іноземні туристи захочуть побувати в повернутому в Україну Криму, Українському Причорномор'ї, зачарованому Поділлі. Незвичайне враження в іноземних туристів залишить відвідування ними широко відомих печер в Поділлі.

До стратегічних пріоритетів в'їзного туризму слід віднести небувалий інтерес до пізнання українців як унікальній нації, яка вразила Європу та весь світ своєю мужністю, незламністю та героїзмом під час російсько-української війни. Цей феномен українців важко зрозуміти європейцям. Для цього потрібно приїхати як туристи і на місці пізнати душу українців, унікальну культуру їх, патріотизм та згуртованість під час епохальних потрясінь. Для отримання повного враження від України та українців дуже важливо, щоб іноземні туристи побували не лише у містах але й у селищах та селах різних регіонів України.

3.2.2 Стратегічні пріоритети розвитку виїзного туризму з України

Після відбудови України в 30-х роках XXI ст. очікується поступове але безперервне збільшення обсягів виїзного туризму в Україні. За нашими, розрахунками, на кінець 2040 р. обсяг виїзного туризму з України може досягнути приблизно 50 млн. осіб, або збільшиться, удвічі порівняно з 2020 роком. Такі параметри розвитку виїзного

туризму зумовлені впливом різних чинників (сприятливих та несприятливих).

В прогнозованій перспективі рівень життя українців зросте дуже мало. Відбудова України у 20-30 роках XXI ст. потребуватиме величезних коштів як державних, так і приватних. Це зумовить стабілізацію рівня життя населення, який негативно впливатиме на забезпечення туристичних потреб. Обсяг виїзного туризму зросте незначними темпами лише за рахунок багатих та дуже багатих українців (олігархів).

В структурі виїзного туризму переважатимуть такі його види, як пляжний, розважальний, пізнавальний, культурний та екстремальний туризм. Українські туристи в майбутньому, як і тепер, надаватимуть перевагу відвідуванням європейських, туристично привабливих країн (Франція, Іспанія, Італія, Хорватія). Проте слід очікувати значне збільшення туристичних потоків в країни Південної Азії, Північної та Східної Африки, Латинської Америки.

Серед туристичних пріоритетів для українців вагому роль займе Африка. Зараз українські туристи їздять лише в Єгипет. В перспективі привабливими для українців стануть. Туніс, Кенія, Уганда, Маврікій, Сейшельські, та Коморські острови.

До стратегічних пріоритетів виїзного туризму слід віднести поїздки українських вчених на світові наукові конгреси та з'їзди (науковий туризм), спортсменів на олімпійські ігри (спортивний туризм), діячів мистецтва на міжнародні кінофестивалі тощо. Хоча ці види виїзного туризму не є масовими в Україні, недооцінювати їх неможливо.

Стратегічними пріоритетами є поїздки українських туристів в екзотичні приморські країни Азії, Африки та Латинської Америки, розташовані в субтропічній та тропічній зонах, з метою розваг та відпочинку на морі.

Це острови Балі в Індонезії та Пхукет в Таїланді, Сейшельські та Канарські острови. До стратегічних пріоритетів для українських туристів ми відносимо знайомство з унікальними природними

туристичними пам'ятками, а саме грандіозними водоспадами (Ніагарський, Ігуасу, Вікторія), печерами (Мамонтова), каньйонами (Гранд-каньйон), вулканами (Кіліманджаро), озерами (Тітікака), льодовиками Перито-Морено). Знайомство українських туристів з цими та іншими унікальними природними об'єктами залишає в їх душах незабутнє враження на все життя.

3.3. Рекомендації щодо нових маршрутів Міжнародного туризму в Україні та світі

Для прискорення темпів розвитку міжнародного туризму України в перспективі важливе значення має більш ефективне використання діючих туристичних маршрутів, а також розробка і освоєння нових маршрутів як в Україні, так і в світі. Нами розроблені і рекомендуються для освоєння нові туристичні маршрути для в'їзного та виїзного туризму.

3.3.1 Нові маршрути в'їзного туризму в Україні

Туристичні компанії України пропонують для іноземних туристів декілька традиційних туристичних маршрутів, зокрема по Києву, Львову, Одесі, «Замки Тернопілля», Золота підкова Львова» тощо. Ці маршрути мають достатньо облаштовану соціальну і транспортну інфраструктуру, але дають мале уявлення про багатий і різнобарвний туристичний потенціал України.

Для більшого уявлення про красоту та різноманітність природи України ми пропонуємо для іноземних новий маршрут водного туризму по гірській річці Карпат.

1. Маршрут на байдарках по річці Прут від селища Ворохта до м. Коломия. Довжина маршрута близько 100 км, тривалість подорожі трое суток. Особливості маршрута :

Це найскладніша та найцікавіша річка для сплавів у Карпатах; ступінчастий ухил річки; значні перепади висот між порогами; вузьке гирло; круті завороти; сплав доступний переважно на каяках та байдарках; малозаселена місцевість; чиста вода.



Маршрут починається в селищі Ворохта. Це відомий гірськолижний курорт. Туристи піднімаються канатною дорогою на гору і оглядають чудовий краєвид карпатських гір. Спустившись вниз, туристи відвідують великий ринок гуцульських сувенірів, виробів з дерева, шкіри, метала тощо майстрів народного прикладного мистецтва. Потім туристам можуть запропонувати автобусу екскурсію на розташований неподалік найбільший в Україні гірськолижний курорт Буковель. Піднявшись канатною дорогою на гору туристи любуються захоплюючими гірськими ландшафтами.

Повернувшись до Ворохти, туристи розпочали свою мандрівку по р. Прут на байдарці. Перша зупинка у м. Яремче. Туристи відвідують багатий ринок сувенірів, вироблених народними майстрами з місцевої сировини. Потім оглядають водоспад р. Прут і відвідують скелі та печери Довбуша, розташовані поблизу міста Яремче. Туристи фотографуються біля пам'ятника українським партизаном і далі вирушають по маршруту. Вони плывуть по Пруту

до селища Ланчин, де зупиняються щоб ознайомитися з цим гуцульським поселенням.

Туристи заходять у запропонованому їм садибу, де оглядають гуцульську дерев'яну хату спочатку ззовні, потім її інтер'єр. Після цього відвідують майстерню якогось майстера по виготовленню знарядь праці, предметів побуту і культури.

Далі туристи мандрують по річці Прут і допливають до м. Коломиї. Це кінцевий пункт мандрівки. У місті туристи відвідують музей

«Писанки» та музей народного мистецтва Гуцульщини та Покуття, оригінальну за архітектурою церкву архистратига Михайла. На згадку про це місто туристи фотографуються біля пам'ятників Т. Шевченка та М. Грушевського.

Після завершення мандрівки по воді туристи автобусом їдуть до м. Косова, де оглядають музей народної архітектури та побуту Гуцульщини, літературно-меморіальний музей відомого українського поета Михайла Павлика. Фотографуються біля пам'ятників Т. Шевченка, М. Павлика та патріарха України Володимира. На цьому туристична подорож іноземних туристів по р. Прут завершується.

2.3 метою більш глибокого вивчення культурної спадщини України ми пропонуємо новий маршрут для іноземних туристів «По Шевченківських місцях Черкащини». Мета його ближче ознайомити іноземців з унікальною пам'яткознавчою спадщиною, пов'язаною з життям і діяльністю видатного українського поета і художника, українського генія і пророка Тараса Шевченка. Маршрут автобусної подорожі с. Моринці – Канів – Черкаси, тривалість поїздки – дві доби.

Починається подорож з села Моринці, де 9 березня 1814 р. народився Тарас Шевченко. В селі туристи оглядають відтворену маленьку білу хату, в якій він народився, а зараз філія музею. На подвір'ї пам'ятник босоногого малого Тараса. В центрі села погруддя Тараса.

Далі іноземні туристи їдуть в село Шевченкове (колишня Кирилівка) де у 1815 р. повернулися батьки і де пройшло дитинство Тараса. У батьковій хаті створено музей Т. Шевченка, перед яким стоїть пам'ятник Тараса. Туристи оглядають пам'ятник матері Катерини на її могилі тут же на городі біля хати.

Поблизу батькової хати знаходиться невеличка хатина дядя Богорського, у якого малий Тарас навчався грамоти та прислуговував. Оглянувши цю хатинку, туристи йдуть в центр села і фотографуються біля величного пам'ятника Тараса Шевченка (на весь зріст).

Неподалік від Шевченкового туристи відвідують село Будище, де зберігся будинок пана Енгельгардта, у якого Тарас був козачком. В школі створена музейна кімната, а поблизу стоять два Шевченкових дуба, в дуплах яких Тарас ховав від пана свої вірші.

Далі маршрут подорожі спрямований до Лисянки, де туристи оглядають оригінальний пам'ятник молодого Тараса- художника. Він сидить на пні з олівцем в руці в задумі про чергову картину, яку прагне намалювати.

З Лисянки туристи направляються до м. Корсуня-Шевченкового, де оглядають в центрі пам'ятник Тараса Шевченка (на весь зріст). Шевченко не раз був у цьому місті, він відвідував свого брата Варфоломія.

Далі шлях туристів спрямований до м. Канева, де травня 1861 р. був похований Тарас Шевченко, на Тарасовій горі. Туристи відвідують величний пам'ятник Тараса Шевченку, збудований у 1939 р. скульптор М. Манізер, оглядають експонати національного літературного музею Тараса Шевченка.

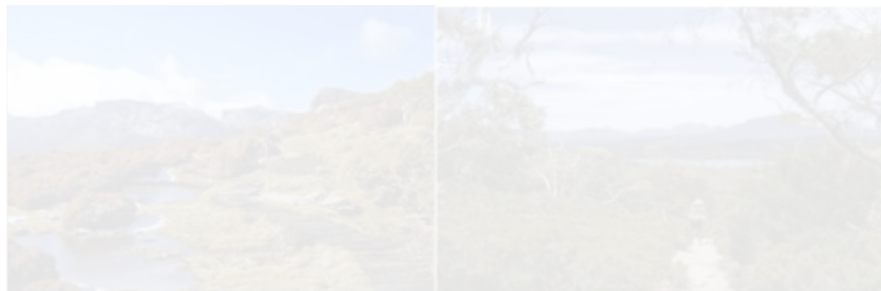
Далі туристичний маршрут спрямований до м. Черкаси, де туристи оглядають унікальний музей однієї книги - Кобзаря Тараса Шевченка, виданий у багатьох країнах світу на різних мовах. В центрі міста туристи фотографуються біля пам'ятника Т. Шевченка. На цьому туристична подорож закінчується.

3.3.2 Нові маршрути виїзного туризму з України

Якщо проаналізувати географію туристичних подорожей українських туристів, то виявляються, що вона досить обмежена.

Дуже мало українських туристів було в Африці та Південній Америці, зовсім не було в Австралії та Океанії. З метою ліквідації «білих плям» на українській туристичній мапі світу ми пропонуємо для українських туристів два чудових нових туристичних маршрута.





1. ОВЕРЛЕНД ТРЕК, АВСТРАЛІЯ

Прокладено в найбільш мальовничій місцевості дикої і загадкової Тасманії. Веде через вершини Осса (1614м) і Cradle Mountain (1545м), мінає десятки озер і водоспадів, льодовикові цирки і ущелини, густі ліси і запашні луки. Як і в Новій Зеландії, тут дуже стежать за чистотою. На маршруті немає ні натяку на сміття, та й ознак цивілізації взагалі. Ця «автономка» подарує самотність, умиротворення і чисту красу природи.

Стежки застелені дошками, йти зручно і легко. Протяжність – 74 км, які проходяться за 5-7 днів, не напружуючись, без різких перепадів висоти. Рекомендуємо його як ідеальний для першого знайомства з трекінгом. Якщо опинитеся в тих місцях, пам'ятайте, що майже половина Тасманії відведена під активний відпочинок.

2. O-TRACK, ПАТАГОНІЯ І ВОГНЯНА ЗЕМЛЯ (АРГЕНТИНА / ЧИЛІ)

Трійку лідерів замикає маршрут, який подарує не просто подорож, а Пригоду! Хто не мріяв опинитися на Краю Землі і пройти по стопах улюблених дитячих героїв? Крім матеарізованих дітей капітана Гранта Вас чекають грандіозні льодовики, величні фіорди, Магелланова протока, Ушуайя, де стартують експедиції на Південний полюс, карликові ліси, безкраї пампаси і, звичайно ж, милі пінгвіни. Патагонія здобула масову популярність після того, як кілька років тому частину маршруту в нац. парку Торрес-дель-Пайне (так званий W-track) включили в трекингіві Топ – списки. Але ми гарантуємо, що весь цей парк (або O-track) вартує відвідування!). Особливо вражають вежі Торрес-дель-Пайне і два

величезні льодовики – Перріто Морено і Грей, який видно з космосу. Наші трекінги в Патагонії.

Якщо будете в Торрес-дель-Пайне, обов'язково загляньте в сусідній парк Ель-Чалтен, де знаходиться Свята святих фотографів світу – гора Фіцрой.



Висновки до III розділу

В результаті проведеного дипломного дослідження нами сформульовані такі загальні наукові висновки :

1.В сучасний період міжнародний туризм перетворився в самостійну розвинену, прибуткову та особливу галузь світової економіки. Міжнародний туризм є важливим напрям міжнародного співробітництва, побудованим на повазі до головних інтересів кожної держави, рівноправних відносинах. Міжнародний туризм є одним із важливих чинників соціально-економічного розвитку сучасного суспільства.

2.Розвиток міжнародного туризму сприяє виконанню його головних функцій : забезпеченню зростаючих потреб населення в туристичних послугах, збільшенню прибутків та надходжень до державного бюджету. Прискорення темпів розвитку міжнародного туризму ґрунтується та використанні сприятливих чинників і мінімізації впливу несприятливих. Розвиток міжнародного туризму має важливе суспільне значення, тому що він сприяє розвитку інших галузей економіки та соціальної сфери.

3.В сучасний період Україна в силу різних причин відіграє незначну роль в розвитку міжнародного туризму і на світовому

туристичному ринку. Проте вона має сприятливі передумови для прискорення темпів його розвитку.

Як показав аналіз динаміки міжнародного туризму України, кількість українських туристів, які виїздили за кордон, протягом 1996-2020 років мала тенденцію без перервного зростання і за цей період збільшилася вдвічі, незважаючи на дію ряду негативних чинників. Щодо кількості іноземних туристів, які приїздили в Україну, то вона залежала від впливу багатьох чинників.

Збільшення обсягу в'їзного туризму спостерігалось лише до 2010 року. Пізніше під впливом несприятливої політичної, економічної, військової та епідеміологічної він різко зменшився. Відповідні зміни відбулися в структури та географії міжнародного туризму України.

4. Для прискорення темпів розвитку міжнародного туризму України необхідно вирішити низку проблем : економічних, соціальних, демографічних, екологічних.

Темпи і напрями розвитку міжнародного туризму України у прогнозованій перспективі залежатимуть від впливу багатьох як існуючих, так і нових чинників, сприятливих і несприятливих. Для вирішення цих завдань необхідно розробити концепцію та стратегію розвитку міжнародного туризму України на віддалену перспективу. Нами розроблена стратегія розвитку міжнародного туризму України, в якій визначені стратегічні пріоритети в'їзного та виїзного туризму на перспективу до 2040 року.

Джерела з Інтернету

350

Сторінка 47 з 50

21	http://samzan.ru/184219	1.01%
22	http://eadnurt.diit.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14894/1/Yukhnovska.pdf	2 джерела 0.97%
23	https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=600719	0.96%
24	http://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/12911/4/%d0%bc%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b	2 джерела 0.8%
25	https://sport.bobrodobro.ru/22767	0.78%
26	http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/25455/23.%d0%9a%d0%b0%d0%bb%d0%b0%d0%bc%d0%b0%d0%bd%2...	0.66%
27	http://eprints.library.odeku.edu.ua/id/eprint/5897/1/BunyakovaYuYa_Heohraf_tur_ta_turys_resurs_Uk_SRS_MV_2019.t	3 джерела 0.65%
29	http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/8962	3 джерела 0.62%
30	http://mdu.in.ua/Nauch/Konf/2017/dekada-2017/epf_sbornik.pdf	4 джерела 0.62%
31	http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/40955/1/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%8...	0.6%
32	http://vtel.com.ua/doc/11konf/zb20.pdf	0.58%
33	http://referatwork.ru/refs/source/ref-110352.html	5 джерел 0.57%
34	http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/927/3/MEMTim-51%20Dmytro%20Chorny.pdf	5 джерел 0.54%
35	https://uchni.com.ua/ekonomika/133/index.html?page=2	0.53%
36	https://nk.org.ua/obshchestvo/nazvani-naipopuliarnishi-krayini-dlia-turizmu-v-sviti-lidiruie-frantsiia-00383994	4 джерела 0.5%
37	https://ep.nmu.org.ua/pdf/econ_glob_2018.pdf	0.49%
38	http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/967/1/Parfan%20V.V.,%20MUNzmi-51.pdf	3 джерела 0.49%
39	http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/34535/1/%d0%91%d0%be%d0%bd%d0%b4%d0%b0%d1%80%20%	2 джерела 0.48%
40	https://econom.udpu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/04/Zbirnyk_2016_tom_3.pdf	0.47%
41	http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/3073/1/%d0%9a%d0%be%d0%bd%d1%81%d0%bf%d0%b5%d0%ba%d1%82%20...	0.46%
42	http://www.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2336	0.43%
43	http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/78787878/1875/%d0%93%d0%b5%d1%80%d0%b0%d1%81%d0%b8%d0%bc...	0.43%

71	https://polpred.com/?cnt=84&ns=1&page=2	0.11%
72	https://shron1.chtyvo.org.ua/Ohirko_Oleh/Dukhovno-moralni_aspekty_vykhovannia_pidrostaichoho_pokolinnia_v_tr 16 джерел	0.11%
73	http://idpnan.org.ua/files/12345panchenko-l.e.-novitni-formi-mijnarodno-pravovogo-regulyuvannya-mirotvorchoyi-di 15 джерел	0.11%
74	http://merega.kiev.ua/baza_met/analiz_58.php 41 джерело	0.09%
75	http://www.referatu.net.ua/referats/7569/162235	0.09%
76	http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/12170 2 джерела	0.08%
77	http://ej.kherson.ua/journal/economic_26/economic_26_2.pdf 4 джерела	0.08%
79	http://www.prosvitjanyn.org.ua/index.php/winter/e/nppe.hhpnop/index-id-59 6 джерел	0.08%

Джерела з Бібліотеки

7

28	Студентська робота	ID файлу: 1015130018	Навчальний заклад: Open International University of Human Deve...	0.62%
63	Студентська робота	ID файлу: 1011488269	Навчальний заклад: Open International University of Human Deve...	0.16%
65	Студентська робота	ID файлу: 1015827368	Навчальний заклад: Open International University of Human Deve...	0.13%
66	Студентська робота	ID файлу: 1015335120	Навчальний заклад: Open International University of Human Deve...	0.13%
69	Студентська робота	ID файлу: 1015242858	Навчальний заклад: Open International University of Human Deve...	0.12%
70	Студентська робота	ID файлу: 1013389495	Навчальний заклад: Open International University of Human Deve...	0.12%
78	Студентська робота	ID файлу: 1011487287	Навчальний заклад: Open International University of Human Deve...	0.08%