

Г. О. Шамборовський,
д. е. н., доцент, професор кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8558-150X>

І. М. Грабинський,
д. е. н., професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6373-4023>

І. В. Приходько,
к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3366-1185>

DOI: 10.32702/2306-6814.2022.24.12

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК ЗРОСТАННЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

G. Shamborovskyi,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department
of International Economic Relations, Ivan Franko National University of Lviv
I. Hrabynskyi,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department
of International Economic Relations, Ivan Franko National University of Lviv
I. Prykhodko,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department
of International Economic Relations, Ivan Franko National University of Lviv

INTERNATIONAL TOURISM AS A FACTOR OF THE WORLD ECONOMY GROWTH

В статті визначено міжнародний туризм як самостійний вид міжнародних відносин, який набуває особливого значення в умовах глобалізації світової економіки. В наш час, міжнародний туризм є вагомим чинником соціально-економічного розвитку країн світу. Крім того, туризм є однією з найважливіших галузей економіки, оскільки надходження від туризму складають значну частину бюджету країн та здатні вирішити проблеми дефіциту платіжного балансу. Окрім позитивних аспектів, необхідно враховувати й негативні наслідки розвитку міжнародного туризму в слаборозвинених регіонах, таких як втрата самобутності регіону, комерціалізація його культури, вузька спеціалізація регіону.

Надто бурхливий розвиток міжнародного туризму в країні створює залежність від туристичного потоку, який зменшується в період економічного спаду. Туризм також не сприяє диверсифікації економіки та створює додаткові ризики.

У статті зазначено, що чинники, які впливають на ринок туристичних послуг, поділяються на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх належать: рівень стабільності економічної та політичної ситуації, державна політика, рівень розвитку дипломатичних відносин з іншими країнами. Внутрішні чинники характеризуються економічним та соціальним розвитком країни. Крім того, існує чинник ринкової кон'юнктури.

Наголошено, що дослідження ефективності міжнародного ринку туристичних послуг вимагає максимально враховувати ринково-інституційні взаємозв'язки та взаємозалежності. Сучасна політична ситуація створює глобальні виклики для туристичної галузі. Низка країн змушені перебудовувати свою політику у галузі туризму, що створює напругу на ринку міжнародного туризму у світі.

The article defines international tourism as an independent type of international relations, which acquires special importance in the conditions of globalization of the world economy. Nowadays, international tourism is an important factor in the socio-economic development of the countries of the world. In addition, tourism is one of the most important branches of the economy, since tourism revenues make up a significant part of the country's budget and can solve the problems of the balance of payments deficit. In addition to the positive aspects, it is necessary to take into account the negative consequences of the development of international tourism in underdeveloped regions, such as the loss of the identity of the region, the commercialization of its culture, and the narrow specialization of the region.

Tempestuous development of international tourism in the country could lead to dependence on the tourist flow, which decreases during the period of economic recession. Tourism also could decrease the diversification of the economy and creates additional risks.

The article states that the factors affecting the tourist services market are divided into external and internal. The external ones include: the level of stability of the economic and political situation, state policy, the level of development of diplomatic relations with other countries. Internal factors are characterized by the country's economic and social development. In addition, there is a factor of market conditions.

The article analyzes the impact of the covid-19 pandemic on the dynamics of international tourism and provides a forecast for its further development. The trend shows that income from tourism is still decreased in the world GDP.

It is emphasized that the study of the effectiveness of the international market of tourist services requires maximum consideration of market-institutional interrelationships and interdependencies. The current political situation creates global challenges for the tourism industry. A number of countries are forced to restructure their policies in the field of tourism, which creates tension in the market of international tourism in the world.

Ключові слова: міжнародний туризм, індустрія туризму, ринок туристичних послуг, туристичний бізнес, чинники розвитку туристичної галузі, туристичні маршрути, індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму.

Key words: international tourism, touristy industry, market of tourist services, tourism business, factors for the development of tourism galleys, tourist routes, travel and tourism competitiveness index.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Туризм є не лише важливою галуззю економік країн світу, а й ефективною сферою діяльності населення щодо використання природних та культурних ресурсів з метою матеріального та духовного збагачення, як суб'єктів туристичного бізнесу, так і суспільства в цілому.

Людські потреби у відпочинку, оздоровленні, розвагах, подорожах та ін. формують складну систему туристичних послуг у глобальній економіці. Не зважаючи на проблеми та перешкоди (пандемії, війни, візи тощо), світова індустрія туризму невпинно зростає, створює нові продукти та робочі місця. Ця тенденція спонукає уряди країн вживати додаткових заходів задля стимулювання розвитку туристичного сектору таких як пільгове інвестування та лібералізація візового режиму.

Однак, хоча існує загальна думка про те, що туристична галузь є надійним джерелом прибутку, питання щодо методів та інструментів його отримання продовжує бути предметом наукових досліджень та дискусій.

Міжнародний туризм є одним із ключових чинників розвитку економіки країн, тому питання розвитку туристичної галузі в Україні в умовах воєнного стану повинні також бути включені у порядок денний.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Відзначимо, що туризм має давню історію, однак, до нині немає загальноприйнятого визначення, особливо, в економічній теорії. У законі України "Про туризм", туризм трактується, як тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного місця проживання з пізнавальною, оздо-

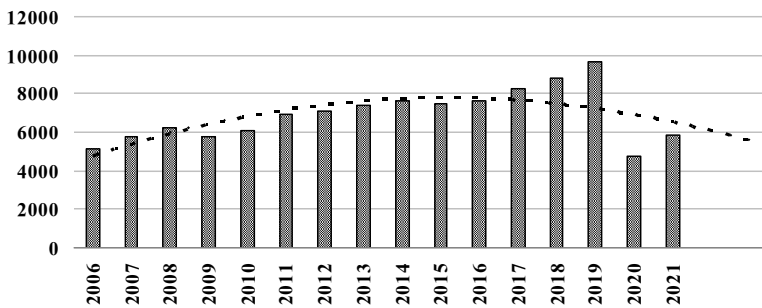


Рис. 1. Частка міжнародного туризму у світовому ВВП, 2006—2021 рр. (млрд дол. США)

Джерело: згідно [15].

ровною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою [1].

Сутність туризму як економічної категорії досліджували вітчизняні і зарубіжні вчені. Серед зарубіжних авторів можна назвати Д. Маклеод [10], Р. Шарплей [12] та Є. Тоффлер [8]. Зокрема Є. Тоффлер вважає, що "туризм притаманний суперіндустріальній стадії розвитку суспільства". Д. Маклеод визначає міжнародний туризм частиною процесу глобалізації [9]. О. Ключник стверджує, що міжнародний туризм може розглядатися як соціально-економічний процес, пов'язаний із наданням туристичних послуг особам за межами країни їхнього постійного проживання і спрямованого на задоволення духовних, фізичних та інших некомерційних потреб [4]. А. Самойленко визначає міжнародний туризм як економічну категорію тому, що держава, приймаючи туриста, продає йому місцеві послуги, створює робочі місця для своїх громадян [6]. Вагомий внесок у дослідження проблематики міжнародного туризму зробили науковці Львівського національного університету імені Івана Франка. Зокрема, Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. визначили понятійний апарат та запропонували нові теоретико-методологічні основи дослідження даної проблематики [5].

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета дослідження — проаналізувати проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму. Визначити вплив міжнародного туризму на економічний розвиток країн світу та світової економіки загалом. Оцінити проблеми та запропонувати шляхи їх вирішення з метою розвитку туристичної галузі в Україні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Значення туризму у світі перманентно зростає, що пов'язано з впливом туризму на економіку країн. Міжнародний туризм виконує низку важливих функцій: міжнародний туризм — джерело валютних надходжень для країни та чинник зростання зайнятості; міжнародний туризм сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, що обслуговують сферу туризму.

Розвиток туризму надає стимулюючий вплив на такі ключові сектори економіки як: транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та, з урахуванням мультиплікативного ефекту, становить одне з найбільш перспективних напрямів структурної перебудови еконо-

міки. В наш час, міжнародний туризм розвивається під впливом чинників, властивих власне індустрії гостинності та туризму, а також факторів зовнішнього середовища таких, як: політика та право, економіка та фінанси, культура, соціодемографічні зміни, розвиток торгівлі, транспорту, інфраструктури та науково-технічного прогресу.

Тлумачення поняття туризму можна поділити за принципом охоплення категорій. Поняття, що мають вузькоспеціальний характер, стосуються деяких економічних, соціальних, правових та інших аспектів туризму. Концептуальні (сутнісні) визначення туризму розглядають предмет взагалі, розкриваючи його внутрішній зміст, численні властивості і відносини, що дозволяють відрізнити туризм від схожих, пов'язаних з ним явищ.

Чинник міжнародного туризму відіграє не лише ключову роль у соціально-економічному розвитку задіяних суб'єктів, а, насамперед, є передумовою взаємопроникнення, синтезу та інтеграції національних культур. Міжнародний туризм також є рушійною силою глобалізації та інтернаціоналізації міжнародних відносин.

Міжнародний туризм багатостороннє явище, яке впливає на економіку кожної країни, оскільки є не лише джерелом валютних надходжень і фактором зростання зайнятості, але й сприяє диверсифікації економіки та підвищенню престижу країни на міжнародній арені. Як відзначають А. Гранило і Н. Мацур "Міжнародний туризм є помітним джерелом валютних надходжень, може мати позитивний вплив на платіжний баланс, прискорити інвестиційні процеси, реорганізувати інфраструктуру країни, підвищити зайнятість населення" [3, с. 146].

Зазначимо, що в теорії туризму поняття "світовий туризм" та "міжнародний туризм" хоч і мають різне смислове навантаження та способи тлумачення, але часто вчені використовують їх як синоніми, особливо при дослідженні чинників міжнародного туризму та його видів. Також прийнято використовувати поняття "індустрія туризму". Індустрія туризму, на відміну від інших галузей, є комплексною і включає в себе різні сектори, такі як житло, транспорт, подорожі, розважальні заклади, ресторани, музеї тощо. Отже, світовий туризм — поняття ширше, воно охоплює всі види туризму, відображає стан і тенденції, здійснює внесок як у зростання світової економіки загалом, так і у розвиток регіонів зокрема.

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), кількість туристів в 2022 р. досягла 1,4 млрд, а доходи від його експорту склали 1,7 трлн дол. США. Однак через COVID-19 у 2020 р. світовий ВВП зменшився на 4,5 трлн дол. США та було скорочено 62 млн робочих місць, що негативно вплинуло на рівень життя та добробут людей у всьому світі [10].

Загальний внесок подорожей і туризму у світовий ВВП у 2021 р. зріс на 21,7 % порівняно з попереднім роком після різкого падіння у 2020 р. через пандемію COVID-19. Загалом внесок подорожей і туризму у світовий ВВП у 2021 р. склав 5,81 трлн дол. США, що означає збільшення приблизно на один трлн дол. США порівняно з 2020 р., але залишається нижчим за показники до пандемії [18]. Представимо тенденцію міжнародного туризму у світовому ВВП у період 2006—2021 рр.

Подорожі та туризм склали 6,1 % світового ВВП у 2021 р., що означає зростання порівняно з 2020 р., але залишається нижчим за показники, зареєстровані до пандемії COVID-19. Розглянемо частку загального ВВП, створеного подорожами та туризмом у всьому світі з 2000—2021 рр. та прогноз на 2022—2023 рр. на рис. 2.

Як видно з Рис. 2, згідно з трендом на 2022—2023 рр., очікується зменшення частки світового ВВП, створеного подорожами та туризмом.

Вакцинація проти COVID-19 і пом'якшення обмежень для подорожей туристів частково сприяють відновленню міжнародного туризму, однак — має нерівномірну динаміку через проблеми в розподілі вакцин, а також нові штами вірусу.

Розвиток міжнародного туризму один з показників економічного зростання держави. Існують країни, для яких саме туризм головне джерело зростання ВВП. Проте країни, що приймають туристів, отримують не лише переваги — надходження валюти, збільшення зайнятості. Трапляється також, що туристична галузь скорочує диверсифікацію економіки, оскільки більшість ресурсів спрямовують у туристичну галузь.

Крім того, стрімкий розвиток туризму може погіршити екологічний баланс держави. Щоб цього уникнути, необхідно інвестувати кошти в природоохоронні заходи, що може бути пов'язане з обмеженням туристичного потоку.

Найбільш універсальне, уніфіковане визначення туризму використовується у його статистиці. Якщо розглядати туризм з погляду статистики, то туризм — це одна з форм міграції населення, не пов'язана зі зміною постійного проживання або трудової діяльності.

Розглянемо рейтинг країн, які найбільше цікавлять туристів у 2022 році.

Для багатьох країн, власне, питання розвитку туризму стоять у низці першочергових завдань економічного прогресу, адже значення туризму у світі постійно зростає. Це пов'язано з тим, що надходження від міжнародного туризму є важливим показником економічного зростання країн світу. Розвиток міжнародного туризму в країнах, що спеціалізуються у цій галузі, зумовлено прагненням збільшити приплив іноземної валюти та створити нові робочі місця. Вартує, однак, врахувати, що різноманітність — це основа економічної стабільності. І. Шмара, Г. Гапоненко і Д. Кривулькіна характеризують туризм, як сектор, що складається з широкого спектру галузей, має на меті обслуговувати та підтримувати внутрішніх, міжнародних, ділових туристів та рекреантів [9, с. 129]. Коли одна галузь зазнає економічного занепаду, а інша процвітає, ймовірність кризи знижується або — якщо вона все ж таки настає — її наслідки не критичні. Однак, трапляється, що туризм замість того, щоб сприяти диверсифікації економіки — заміщає сектор сільського господарства.

Розглянемо частку туризму у ВВП країн-лідерів (Табл. 2).

Як видно з порівняння таблиць 1 та 2, з країн, що займають перші місця в рейтингу пошукових запитів, лише Мальдіви. Однак, у Туреччині, згідно з цим самим рейтингом, відсоток становить 17,2, а в більшості європейських країн приблизно 4—5 %. Отже, головним чинником зростання частки міжнародного туризму у ВВП країни є її спеціалізація у цій галузі.

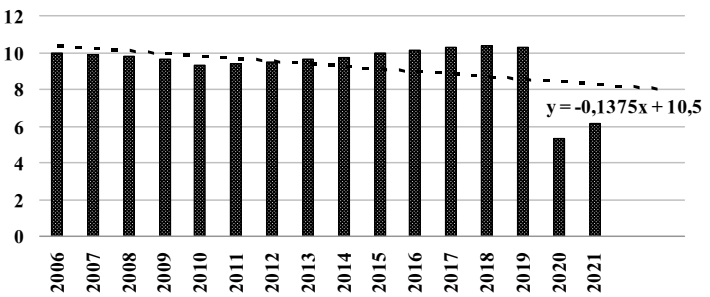


Рис. 2. Частка світового ВВП, створеного подорожами та туризмом з 2000 по 2021 рік та прогноз на 2022—2023 рр., %

Джерело: згідно [15].

Таблиця 1. Дані пошукових запитів Google

Країна	Кількість пошукових запитів на місяць
Туреччина	102 100
Греція	89 800
Мальдіви	83 700
Іспанія	83 700
Тайланд	57 200
Кіпр	57 180

Джерело: складено на основі [17].

Таблиця 2. Частка туризму у ВВП країн

Країна	Частка туризму у ВВП %
Макао	87,6
Палау	86,3
Мальдіви	85,3
Гренада	84,3
Антигуа і Барбуда	84,3
Аруба	82,0

Джерело: складено на основі [12].

Як зазначає В. Сливенко, одним з основних показників, що характеризують привабливість країни з погляду міжнародного туризму, є індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму [7, с. 82].

До показників, що ефективність туристичної галузі у країні можна віднести Індекс (показник) конкурентоспроможності країн з подорожей та туризму (Travel and Tourism Competitiveness Index), який обчислюють згідно формули.

$$\text{Індекс конкурентоспроможності туристичної галузі країни (за зазначений період)} = \frac{\text{Прибуток від туризму (за зазначений період)}}{\text{Сума збитків від утримання туристичної інфраструктури (за зазначений період)}} \cdot \frac{\text{Кількість іноземних туристів, які відвідали країну (за зазначений період)}}{\text{Загальна кількість туристичних подорожей в світі (за зазначений період)}}$$

Цей індекс, запропонований Всесвітнім економічним форумом, містить 14 груп показників, які об'єднують 73 чинники.

Розглянемо дані країн-лідерів згідно Travel and Tourism Competitiveness Index.

Згідно таблиць 1, 2, 3, за індексом конкурентоспроможності лідирують не ті країни, що мають найбільшу популярність і велику частку туризму у ВВП. Тобто важлива економічна ефективність туризму — співвідношення витрат і прибутків.

Дослідити конкурентоспроможність країни на світовому ринку туристських послуг можна на основі фак-

Таблиця 3. Місце країн за Travel and Tourism Competitiveness Index

Країна	Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму
Іспанія	5,43
Франція	5,32
Німеччина	5,28
Японія	5,26
Великобританія	5,20
США	5,12
Австралія	5,10
Італія	4,99
Канада	4,97
Швейцарія	4,94

Джерело: складено на основі [13].

торного аналізу теорії міжнародної конкуренції М. Портера та застосування системи рейтингу.

Якщо туристична галузь розвинена на високому рівні, це свідчить, що вона виходить з теорії міжнародної конкуренції М. Портера [10], застосовуваної у виміру конкурентоспроможності країн у світовій торгівлі туристичними послугами. Конкурентні переваги визначаються детермінантами, представленими рисунку 3.

Для успішного розвитку туризму країна повинна розвивати стратегічне планування, що сприяє реалізації кінцевих цілей. Стратегічне планування передбачає врахування обставин — довкілля країни, її внутрішніх можливостей, визначення поточних та перспективних цілей, основних засобів їх вирішення. Завдання полягає в тому, щоб виробити головну мету, створити певний імідж. Головними цілями, що спрямовані на отримання довгострокового прибутку є підвищення чи утримання частки ринку та вихід на нові ринки.

Концептуально управління конкурентними перевагами країни у сфері розвитку туризму направлене на ефективніший відносно конкурентів рівень управління, що забезпечує формування та посилення ринкових переваг, яке полягає у розробці якісніших послуг.

Туристична галузь країни повинна ґрунтуватися на певних принципах, до основних з яких належать: принципи наукової обґрунтованості, ефективності, безперервності, гнучкості та адаптивності.

Ефективність функціонування механізму полягає у досягненні найкращого результату при мінімальних вит-

ратах. Гнучкість та адаптивність механізму обумовлюється врахуванням усіх можливих зовнішніх та внутрішніх чинників, серед яких формування зв'язків та відносин, розробка та вибір методів управління, які дозволяють ефективно реалізовувати як стратегічні цілі розвитку, так і забезпечувати інтереси та потреби громадян країни.

У процесі туристичної діяльності неминує відбувається зміна довкілля. Вплив туризму на довкілля може бути прямим, непрямим, спонукальним, а також позитивним чи негативним. Позитивний вплив включає: охорону та реставрацію історичних пам'яток, створення національних парків та заповідників, захист берегів та рифів, збереження лісів тощо. Однак, у багатьох країнах не робилося жодних кроків для захисту та збереження природи через відсутність необхідних коштів. Світова спільнота прагне скоординувати зусилля держав та приватного сектору, щоб просунути спрощення та доступність подорожей, зберегти екологічну стійкість туристичних ареалів та збільшити інвестиції у людський капітал. Варто зауважити, що міжнародний туризм породжує певні соціальні витрати та додаткові витрати на підтримку довкілля, які "лягають на плечі" регіону та його мешканців.

Іноді уряди країн розглядають туризм надто оптимістично. Реалізують у пріоритетному порядку активні інвестиційні програми, створені задля розвиток туризму, які можуть перешкодити задоволенню найбільш значимих для країни потреб. Наприклад, кошти, вкладені у міжнародний туризм, могли б бути використані на освіту, охорону здоров'я, та інші соціальні потреби.

Отже, приймати рішення потрібно прагматично, зважаючи на його доцільність і першочерговість. Такий підхід забезпечить ефективний механізм функціонування ринку туристичних послуг.

Багатий туристично-рекреаційний потенціал України не використовується повною мірою, тоді як Україна має великі можливості для розвитку "зеленого туризму", має багато архітектурних пам'яток та морських курортів, можливостей для релігійного туризму. В Україні багато природних місць, які можуть бути цікавими для іноземців. На цю тему Г. Гритчук і С. Філюк пишуть: "В Україні є велика кількість курортів, на котрих лікування відбувається природними ресурсами, до них належать мінеральні води, лікувальні грязі та озокерит, соляні печери, природні комплекси із сприятливими кліматичними умовами, придатні для використання у профілактиці, лікуванні та організації відпочинку. Проте головною перешкодою на шляху іноземних туристів на курорти України є відсутність належного сервісу" [2, с. 83].

У сучасних умовах неможливо уявити роботу туристичного підприємства без налагодженої мережі маркетингових комунікацій. Цьому може допомогти активне стимулювання підприємницької ініціативи, створення сприятливого інвестиційного та підприємницького клімату, залучення підприємців до створення туристичних інформаційних центрів, використання інструментів фінансової допомоги грантових програм розвитку

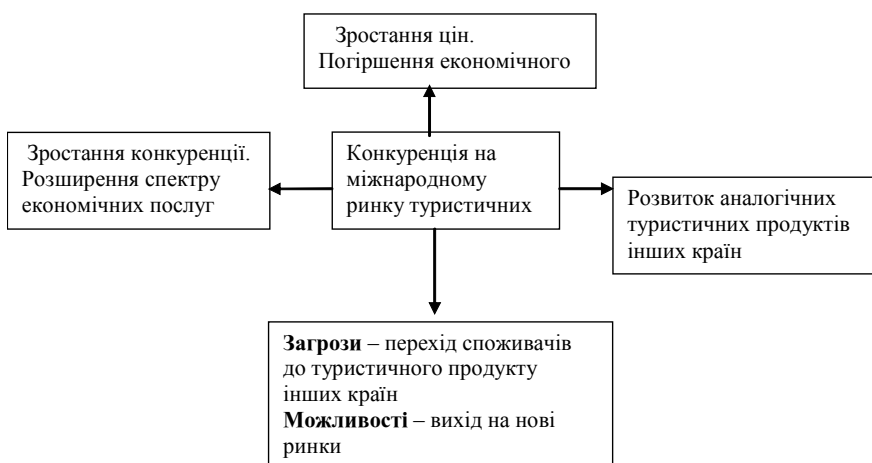


Рис. 3. Схема міжнародної конкуренції за М. Портером стосовно міжнародного туризму

Джерело: авторська розробка.

туризму, розробка нових туристичних маршрутів, формування туристичної маркетингової стратегії.

Однак для успішного ведення справ необхідно надавати якісні туристичні послуги, керуючись принципом досягнення цілей, враховувати потреби споживачів. У цьому випадку на допомогу приходять маркетинг та його широкий інструментарій, який дедалі більше зміщує акцент із масового ринку до цільового ринку.

Таким чином, туристичні підприємства України характеризуються наявністю потенціалу розвитку у галузі міжнародного туризму. При цьому вони повинні враховувати тенденцію інтернаціоналізації та концентрації капіталу на ринку туристичних послуг, яка перед'являє нові вимоги до менеджменту в сфері міжнародного туризму.

Військовий агресія Росії проти України чинить вкрай негативний вплив для міжнародного туризму. Військові дії і загрози ескалації збільшили витрати на транспорт і логістику, призвели до невизначеності і перебоїв у подорожах у Східній Європі. Разом з тим, останні дані вказують на позитивні тенденції.

Аналіз, проведений ForwardKeys, свідчить, що продаж авіаквитків зростає. У той час як відновлення міжнародних поїздок у всьому світі в 4 кварталі відстежується на 30 % нижче рівня 2019 року, європейський континент перевершує середній світовий показник на -24%. Це також є прискоренням порівняно з -30%, зареєстрованим у Європі в третьому кварталі.

Зазначимо, хоча Південна Європа все ще лідирує (-14% у міжнародних прибуттях), інші частини континенту також прискорили відновлення: Північна Європа (-20%), Західна Європа (-26%), Центральна та Східна Європа (-55%) [16].

ВИСНОВКИ

Значення міжнародного туризму як чинника зростання світової економіки поступово відновлюється, хоча наслідки пандемії і військова агресія РФ в Україні суттєво знижує його потенціал.

Криза COVID-19 стала глобальною проблемою для туристичної галузі, негативно вплинула на розвиток світової економіки. Оскільки пандемія все ще не завершилася, всі збитки — не з'ясовано. На протипагу негативним тенденціям, уряди країн та міжнародні організації докладають зусиль для відновлення потоку міжнародних туристів. Надання цілеспрямованої та швидкої допомоги туристичним підприємствам, працівникам і туристам було і продовжує мати вирішальне значення.

Дослідження підтверджує широку застосовність гіпотези позитивного впливу міжнародного туризму на економічне зростання. Міжнародний туризм може стимулювати економічне зростання в країнах, і, тому важливо розвивати індустрію туризму.

Державні керівники і представники бізнесу мають бути краще інформовані, підготовлені та мотивовані для діяльності у галузі міжнародного туризму, а також прагнути до тіснішої координації та вирішенню поточних проблем — на місцевому, національному та міжнародному рівнях.

Література:

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Дата оновлення: 02.10.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (дата звернення: 8.12.2022).

2. Гритчук Г. В., Філюк С. М. Сучасний стан світового туризму як рушійної сили зростання рівня котирування української туристичної індустрії. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове. 2019. Вип. 25. Ч. 1. С. 81—84.

3. Грянило А., Мацур Н. Міжнародний туризм: проблеми та перспективи розвитку в Україні. Фінансовий простір. 2013. № 4. С. 144—148.

4. Ключник А. В. Теоретичний аналіз поглядів на визначення міжнародного туризму. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 3. С.39-44. URL: <http://global-national.in.ua/vipusk-3-2015/327-klyuchnik-a-v-teoretichnij-analiz-poglyadiv-na-viznachennya-mizhnarodnogo-turizmu> (дата звернення: 8.12.2022).

5. Мальська М. П., Антонюк Н.В, Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Київ: Знання. 2008. 661 с.

5. Самойленко А. О. Роль туризму у світовій економіці. Інвестиції: практика та досвід. 2013. № 20. С. 72—76.

6. Сливенко В. А. Тенденції та проблеми розвитку міжнародного туризму на сучасному етапі. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2014. Вип. 6. С. 80—84.

7. Тоффлер Е. Третя Хвиля / 3 англ. пер. А. Євса. Київ: Вид. дім "Всесвіт", 2000. 480 с.

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

9. Macleod D. Tourism, globalization, and cultural change: An island community perspective. Clevedon: Channel View Publications. 2004. 244 p.

10. Porter M. E. The competitive advantage of Nations. New York: Macmillan Business. 1990. 875 p.

11. Sharpley R., Telfer D. Tourism and development: concepts and issues. Clevedon: Channel View Publications. 2014. 568 p.

12. Рейтинг стран по развитию сектора туризма и путешествий. URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/travel-tourism-competitiveness> (дата звернення: 8.12.2022).

13. Страны мира с наибольшей долей туризма в экономике. URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/international-tourism> (дата звернення: 8.12.2022).

14. Economic Impact Reports. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (дата звернення: 8.12.2022).

15. Development of the tourism sector in Ukraine from 1995 to 2020. URL: <https://www.worlddata.info/europe/ukraine/tourism.php> (дата звернення: 8.12.2022).

16. European city tourism on track to recovery in Q4. URL: <https://forwardkeys.com/european-city-tourism-on-track-to-recovery-in-q4/> (дата звернення: 8.12.2022).

17. Названы 10 самых популярных у туристов стран в 2022 году. URL: <https://tengritravel.kz/my-country/nazvani-10-samyh-populyarnyih-u-turistov-stran-v-2022-godu-466340> (дата звернення: 8.12.2022).

18. Total contribution of travel and tourism to GDP worldwide 2019—2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/> (дата звернення: 8.12.2022).

References:

1. Verkhovna Rada of Ukraine (1995), The Law of Ukraine "On Tourism", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (Accessed 8.12.2022).
2. Hrytchuk, H.V. and Filiuk, S.M. (2019), "The current state of world tourism as a driving force for the growth of the Ukrainian tourism industry", *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove*, vol. 25, no. 1, pp. 81—84.
3. Hrianylo, A. and Matsur, N. (2013), "International tourism: problems and prospects of development in Ukraine", *Finansovyj prostir*, vol. 4, pp. 144—148.
4. Kliuchnyk, A.V. (2015), "Theoretical analysis of views on the definition of international tourism", *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, vol. 3, pp. 39—44, available at: <http://global-national.in.ua/vipusk-3-2015/327-klyuchnik-a-v-teoretichnij-analiz-poglyadiv-naviznachennya-mizhnarodnogo-turizmu> (Accessed 8.12.2022).
5. Mal's'ka, M.P. Antoniuk, N.V. and Hanych, N.M. (2008), *Mizhnarodnyj turizm i sfera posluh* [The role of tourism in the world economy], Znannia, Kyiv, Ukraine.
6. Samoilenko, A.O. (2013), "The role of tourism in the world economy", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 20, pp. 72—76.
7. Slyvenko, V.A. (2014), "Trends and problems of international tourism development at the current stage", *Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Seriya: Svitove gospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny*, vol. 6, pp. 80—84.
8. Toffler, E. (2000), *Tretia Khvyliia* [The Third Wave], Vsesvit, Kyiv, Ukraine.
9. Shamara, I.M. Haponenko, H.I. and Kryvul'kina, D.I. (2020), "Problems and prospects of the development of the tourist market of Ukraine in the context of global trends", *Visnyk KhNU imeni V.N. Karazina. Seriya "Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turizm"*, vol. 11, pp. 128—139.
10. Macleod, D. (2004), *Tourism, globalization, and cultural chang: An island community perspective*, Channel View Publications, Clevedon, UK.
11. Porter, M.E. (1990), *The competitive advantage of Nations*, Macmillan Business, New York, USA.
12. Sharpley, R. and Telfer, D. (2014), *Tourism and development: concepts and issues*, Channel View Publications, Clevedon, UK.
13. WEF (2017), "Rating of countries by the development of the tourism and travel sector", available at: <https://nonews.co/directory/lists/countries/travel-tourism-competitiveness> (Accessed 8.12.2022).
14. UNWTO (2019), "Countries of the world with the largest share of tourism in the economy", available at: <https://nonews.co/directory/lists/countries/international-tourism> (Accessed 8.12.2022).
15. WTTC (2022), "Economic Impact Reports", available at: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (Accessed 8.12.2022).
16. WorldData.info (2021), "Development of the tourism sector in Ukraine from 1995 to 2020", available

at: <https://www.worlddata.info/europe/ukraine/tourism.php> (Accessed 8.12.2022).

17. ForwardKeys (2022), "European city tourism on track to recovery in Q4", available at: <https://forwardkeys.com/european-city-tourism-on-track-to-recovery-in-q4/> (Accessed 8.12.2022).

18. TravelDailyNews (2022), "Named the 10 most popular countries for tourists in 2022", available at: <https://tengritravel.kz/my-country/nazvani-10-samyih-populyarnyih-u-turistov-stran-v-2022-godu-466340> (Accessed 8.12.2022).

19. Statista (2021), "Total contribution of travel and tourism to GDP worldwide 2019—2021", available at: <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/> (Accessed 8.12.2022).

Стаття надійшла до редакції 09.12.2022 р.



www.agrosvit.info

Передплатний індекс: 23847



Виходить 24 рази на рік

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)

Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292