

ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТА ІМІДЖ ОКРЕМОЇ КРАЇНИ

© 2017 **ЄВТУШЕНКО В. А., РАХМАН М. С., МАНГУШЕВ Д. В.**

УДК 338.46(48).017

Євтушенко В. А., Рахман М. С., Мангушев Д. В.

Вплив міжнародного туризму на економічний розвиток та імідж окремої країни

Мета статті полягає у дослідженні динаміки економічних показників міжнародного туризму, основних проблем, тенденцій і перспектив розвитку галузі на світовому ринку й окремо взятої країни, ролі іміджу країни та його впливу щодо створення конкурентоздатного туристичного продукту. Проаналізовано статистичні показники структури міжнародного туризму в динаміці, зокрема туристичний потік, внесок у ВВП і зайнятість світу, та національну економіку. Проведено аналіз стану туристичної галузі України у розрізі основних економічних показників і готельної інфраструктури, зокрема Харківської області. Виявлено роль іміджу і його вплив на конкурентоздатність національного туристичного продукту. На основі кореляційного аналізу створено прогностичні моделі для ряду показників. Виявлено сучасні тенденції розвитку та наведено рекомендації щодо вдосконалення конкурентоздатності туристичної галузі України.

Ключові слова: міжнародний туризм, надходження, зайнятість, туристичний потік, Україна, імідж, прогноз, рекомендації.

Рис.: 7. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 12.

Євтушенко Вікторія Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: ethicalmarketing@ukr.net

Рахман Махбубур Сидикович – кандидат економічних наук, доцент, кафедра маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: rahmanms@yandex.ua

Мангушев Дмитро Валерійович – кандидат економічних наук, доцент, кафедра маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: mangushevd@mail.ru

УДК 338.46(48).017

UDC 338.46(48).017

Євтушенко В. А., Рахман М. С., Мангушев Д. В. Влияние международного туризма на экономическое развитие и имидж отдельной страны

Yevtushenko V. A., Rahman M. S., Mangushev D. V. The Impact of International Tourism on the Economic Development and the Image of an Individual Country

Цель статьи заключается в исследовании динамики экономических показателей международного туризма, основных проблем, тенденций и перспектив развития отрасли на мировом рынке и отдельно взятой страны, роли имиджа страны и его влияния на создание конкурентоспособного туристического продукта. Проанализированы статистические показатели структуры международного туризма в динамике, в частности туристический поток, вклад в ВВП и занятость мира, и национальную экономику. Проведен анализ туристической отрасли Украины в разрезе основных экономических показателей и гостиничной инфраструктуры, в том числе Харьковской области. Выявлены влияние и роль имиджа на конкурентоспособность национального туристического продукта. На основе корреляционного анализа созданы прогностические модели для ряда показателей. Выявлена роль имиджа и его влияние на конкурентоспособность национального туристического продукта. На основе корреляционного анализа созданы прогностические модели для ряда показателей. Выявлены современные тенденции развития, и приведены рекомендации по совершенствованию конкурентоспособности туристической отрасли Украины.

The aim of the paper is to study the dynamics of economic indicators of international tourism, the main problems, trends and prospects of the industry development in the world market and an individual country, the role of the country's image and its impact of on the creation of a competitive tourist product. There considered the dynamics of statistical indicators of the international tourism structure, in particular the tourist flow, contribution to the world GDP and employment, and national economies. The analysis of the status of the tourist industry of Ukraine in the context of the main economic indicators and hotel infrastructure is conducted using the example of Kharkov region. The role of the image and its influence on the competitiveness of the national tourist product is revealed. On the basis of correlation analysis, forecast models for a number of indicators are created. The present trends in the development of the tourist industry of Ukraine are identified and recommendations on improving its competitiveness are given.

Keywords: international tourism, income, employment, tourist flow, Ukraine, image, forecast, recommendations.

Fig.: 7. **Tbl.:** 3. **Bibl.:** 12.

Yevtushenko Viktoriia A. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Head of the Department of Marketing and Management of Foreign Economic Activity, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: ethicalmarketing@ukr.net

Rahman Mahbubur S. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Marketing and Management of Foreign Economic Activities, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

Рис.: 7. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 12.

Євтушенко Вікторія Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент, заведуючий кафедрою маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: ethicalmarketing@ukr.net

Рахман Махбубур Сидикович – кандидат економічних наук, доцент, кафедра маркетингу та менеджмента внешнеэкономической деятельности, Харьковский національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: rahmanms@yandex.ua

Мангушев Дмитрій Валерьевич – кандидат економічних наук, доцент, кафедра маркетингу та менеджмента внешнеэкономической деятельности, Харьковский національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: mangushev@mail.ru

E-mail: rahmanms@yandex.ua

Mangushev Dmitriy V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Marketing and Management of Foreign Economic Activity, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: mangushev@mail.ru

З року у рік зростає кількість міжнародних туристів, з'являються нові напрями та види туристичних послуг і продуктів, залучається все більше підприємств в інших сферах економіки, які безпосередньо або віддалено працюють на туристичну галузь, тим самим створюючи робочі місця та збільшуючи внесок до ВВП приймаючої країни. У світі існує чимало країн, у яких туристична галузь є єдиним чинником утворюючим дохід, найважливішою складовою зростання та процвітання національної економіки, джерелом валютних надходжень, створення робочих місць та основним компонентом соціально-економічного розвитку. Розвиваючи туристичну галузь приймаючі країни прагнуть створити всі умови для іноземних туристів, які відвідують країну, бо саме їх враження формують і поширюють позитивний чи негативний відгук про стан і внутрішні процеси, що відбуваються в ній, зокрема, добробут її громадян, рівень культурного розвитку тощо.

Дослідження та вирішення проблем щодо залучення потоку як іноземних, так і внутрішніх туристів шляхом створення іміджу країни й умов розвитку конкурентоспроможної туристичної галузі, раціонального використання природно-кліматичних, водних, людських і туристично-рекреаційних ресурсів, подолання бідності, проведення заходів і впровадження екологічних технологій, будуть сприяти надходженням до бюджетів усіх рівнів від туристичної діяльності, як на світовому, так і на національному ринку.

Питанням дослідження структури світового ринку послуг присвячено багато праць провідних українських учених, таких як: Н. Даниленко, В. Козик, А. Мазаракі, Ю. Макогон, В. Мочерний, серед зарубіжних: А. Булатов, А. Михайлушкін, М. Портер, П. Шимко та ін.

Метою статті є дослідження динаміки економічних показників міжнародного туризму, основних проблем, тенденцій і перспектив розвитку галузі як на світовому ринку, так і окремо взятої країни, впливу та ролі іміджу країни на створення конкурентоздатного національного туристичного продукту.

Зростаючі щорічні показники міжнародної туристичної діяльності у 2016 р. є підтвердженням слів Генерального секретаря ЮНВТО Талеба Ріфаї: «туризм продемонстрував надзвичайну силу і життєздатність, незважаючи на багато труднощів, особливо ті, які пов'язані з питаннями безпеки». За останній рік було прийнято 1235 млрд міжнародних туристів (табл. 1), що на 51 млрд більше порівняно з аналогічним періодом 2015 р. [1]. Абсолютний приріст показника за 12 років склав 436,0 млрд туристів з середнім темпом зростання у 103,7 %. У географічній структурі ту-

ризму 2016 р. зростання понад 7,0 % мали Південно-Східна Азія та Океанія, приріст у 8,1 % зафіксовано на Карибах та 4,6 % – у країнах Європи [1]. Капітальні інвестиції галузі в середньому щороку становили 674,4 млрд дол. США з середнім темпом зростання у 104,7 %, галузь згенерувала 107,8 млн прямих і 283,6 млн непрямих робочих місць, тобто 9,5 % від загальної зайнятості [2; 3].

Внесок у ВВП міжнародної індустрії подорожей та туризму становив 7420,5 млрд дол. США, що на 250,2 млрд дол. США або на 3,5 % більше, ніж у 2015 році при середніх темпах зростання за 12 років у 104,5 %. Серед регіонів світу переважна частка туризму у ВВП припадає на країни Карибського басейну до 14,3 %, Південно-Східної Азії та Північної Африки по 12,1 %, Океанії – 10,8 %, Латинської Америки у 9,1 %, Європейського Союзу – 9,2 %, а на інші – від 8,8 до 6,6 %. В розрізі груп країн і територій найбільший показник мають країни Середземноморської асоціації туризму – 11,9 %, по 8,6 % припадає на G20 та країни Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва, 8,5 % у країн, які входять в Організацію Економічного Співробітництва та Розвитку [2].

Особливу роль туризм у ВВП окремо взятої країни відіграє у Макау – 89,1 %, на Арубі – 88,7 %, Антигуа та Барбадосі – 64,1 %, Сейшелах – 57,0 %, Мальдівах – 50,1 %.

Надходження від міжнародного туризму у 2016 р. досягли 1324,5 млрд дол. США проти 1309,0 млрд дол. США у 2015 р., абсолютний приріст за період склав 532,1 млрд дол. США, тобто у 1,7 разу при середньому темпі зростання у 104,5 % [2]. До країн, які спеціалізуються на туристичних послугах, надходження яких від міжнародного туризму перевищують доходи від експорту товарів (нерідко в багато разів) насамперед відносяться до країни Океанії: Тонга – 64,5 %, Вануату – 66,9 %, Фіджі – 38,4 %; представником Північної Азії є Макау з часткою у 80,4 %; Південної Азії – Мальдіви у 59,5 %; серед країн Європи – Хорватія та Чорногорія по 43,7 % та 43,0 %; доходи України становлять 6,0 % та поступаються Молдавії з показником у 8,0 % [2].

На 13 країн-лідерів міжнародного туристичного бізнесу припадає 47,3 % експорту та 53,8 % імпорту у загальному обсязі 581,2 та 653,7 млрд дол. США відповідно [4]. Неперевершеним лідером у експорті туристичних послуг протягом багатьох років залишаються США, а незмінним його супутником – Китай, з часткою у 14,5 та 9,3 % світового експорту туристичних послуг відповідно (табл. 2). В імпорті, навпаки, Китай попереду з обсягом імпорту у 292,2 млрд дол. США [4]. За розміром частки внеску ту-

Таблиця 1

Показники розвитку світової туристичної індустрії за 2005–2016 рр.

Показники	Роки												Середній показник
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Кількість туристів, млн осіб	799,0	844,0	899,0	917,0	882,0	939,0	982,0	1035,0	1087,0	1133,0	1184,0	1235,0	994,7
Темп зростання, %	100,0	105,6	106,5	102,0	96,2	106,5	104,6	105,4	105,0	104,2	104,5	104,3	103,7
Внесок у ВВП млрд дол. США	4415,4	4768,2	5366,9	5807,1	5408,7	5875,9	6214,4	6462,4	6716,9	6955,8	7170,3	7420,5	6048,5
Темп зростання, %	100,0	108,0	112,6	108,2	93,1	108,7	105,8	104,0	103,9	103,6	103,1	103,5	104,5
Надходження від туризму, млрд дол. США	792,4	863,0	993,2	1097,6	977,4	1067,7	1200,8	1243,0	1324,0	1383,8	1309,0	1324,5	1131,4
Темп зростання, %	100,0	108,9	115,1	110,5	89,0	109,2	112,5	103,5	106,5	104,5	94,6	101,2	104,6
Витрати внутрішніх туристів, млрд дол. США	2073,5	2254,2	2487,5	2631,3	2418,5	2599,5	2876,4	3417,0	3532,0	3642,1	3419,9	3533,9	2907,2
Темп зростання, %	100,0	108,7	110,3	105,8	91,9	107,5	110,7	118,8	103,4	103,1	93,9	103,3	104,8
Споживання внутрішніх туристів, млрд дол. США	2904,2	3158,2	3526,5	3780,2	3448,4	3723,2	4138,0	4658,0	4857,0	5025,9	4727,9	4880,2	4069,0
Темп зростання, %	100,0	108,7	111,7	107,2	91,2	108,0	111,1	112,6	104,3	103,5	94,1	103,2	104,6
Витрати на бізнес-туризм, млрд дол. США	750,9	839,3	934,3	975,3	841,9	898,8	992,2	1017,4	1065,4	1175,7	1106,9	1149,9	979,0
Темп зростання, %	100,0	111,8	111,3	104,4	86,3	106,8	110,4	102,5	104,7	110,4	94,1	103,9	103,9
Капіталовкладення, млрд дол. США	482,0	545,2	641,0	737,6	641,0	648,2	667,1	695,2	705,7	743,7	774,6	811,0	674,4
Темп зростання, %	100,0	113,1	117,6	115,1	86,9	101,1	102,9	104,2	101,5	105,4	104,2	104,7	104,7

Джерело: сформовано авторами на основі [1; 2; 4]

Таблиця 2

Лідери експорту та імпорту туристичних послуг у 2015 році

Рейтинг країн	Експорт		Імпорт		Рейтинг країн
	Обсяг, млрд дол. США	Частка, у %	Обсяг, млрд дол. США	Частка, у %	
Світ	1230,0	100,0	1215,0	100,0	Світ
США	178,3	14,5	292,2	24,0	Китай
Китай	114,1	9,3	120,5	9,9	США
Таїланд	44,5	3,6	34,9	2,9	Російська Федерація
Макао	37,5	3,0	29,4	2,4	Канада
Гонконг	35,9	2,9	25,0	2,1	Корея
Австралія	29,7	2,4	22,9	1,9	Гонконг
Туреччина	26,6	2,2	21,9	1,8	Австралія
Японія	25,5	2,1	21,1	1,7	Сінгапур
Індія	21,0	1,7	20,7	1,7	Саудівська Аравія
Малайзія	17,7	1,4	17,4	1,4	Бразилія
Мексика	17,5	1,4	16,0	1,3	Швейцарія
Сінгапур	16,7	1,4	15,9	1,3	Японія
Швейцарія	16,2	1,3	15,8	1,3	Норвегія
Всього 9 країн	581,2	47,3	653,7	53,8	Всього 9 країн

Джерело: сформовано авторами на основі [4]

ризму у ВВП 8,5 % США займає 114 місце у світовому рейтингу та поступається Україні, яка займає 113 місце [2].

У світовому туристичному бізнесі зайнято 10 % населення планети, серед лідерів – Кариби (11,5 %), країни Океанії (12,3 %), Північної Африки (11,8 %), Південно-Східної Азії (9,7 %). В Україні зайнятість у туристичній галузі серед країн Європи становить 7,6 % та 1,4 % зайнятості світу (рис. 1).

В індустрії готельного господарства жіноча праця складає понад 50,0 %. Частка зайнятих жінок у сфері послуг у країнах Латинської Америки і на Карибських островах становить 84–86 % від загальної кількості працездатного населення [2]. У країнах Північної Європи (Франції і Німеччині) 25,0 % зайнятих у туристичній сфері становлять іноземці. Пріоритети чоловічої зайнятості у сфері послуг найбільш притаманні мусульманським країнам.

Китай та Індія, маючи великий відсоток зайнятості у туристичній галузі, невпинно збільшує і капіталовкладення у галузь, у країнах активно розвивається індустрія відпочинку та розваг, будуються нові 5-зіркові готелі на узбережжі з використанням останніх досягнень науки та техніки на всі смаки та гаманець.

Гучні події 2013–2014 рр. – майдан, відчуження Криму, війна на Сході істотно вплинули на стан галузі «... Україна як напрямок не в числі безпечних напрямків для

іноземних туристів» [5], що призвело у 2014 р. до спаду обсягів в'їзного туристичного потоку на 49,5 %, а у 2016 р. відбулося зростання виїзного потоку на 6,6 % та в'їзного на 7,3 %, проте загальна кількість туристів не перевищила рівня 2013 р. (рис. 2). Найбільше іноземних громадян було зафіксовано у 2008 та 2013 р. у кількості 25,4 та 24,6 млн осіб відповідно.

За останні три роки кількість громадян України, що виїжджають за кордон, зросла, насамперед це пов'язано з відсутністю робочих місць для молоді, яка в пошуках кращого життя, отримуючи освіту на Батьківщині, виїжджає і розвиває економіку інших країн, з більш стабільним і сприятливим економіко-політичним кліматом.

Загальний обсяг зовнішньої торгівлі туристичними послугами України у 2016 р. становив 795,3 млн дол. США, при чому експорт туристичних послуг за останні 3 роки скоротився майже вдвічі та до 220,9 млн дол. США [6], до 2010 р. баланс був активним, у 2008 р. сальдо становило 66,9 млн дол. США, а у 2009 р. – 15,4 млн дол. США (рис. 3).

У географічній структурі туристичного експорту переважають представники Азії з часткою у 34,0 %, друге місце займають представники країн СНД з часткою у 25 %, Європи – з часткою у 18 %, Африканського континенту – 17 % загального експорту туристичних послуг України (рис. 4).

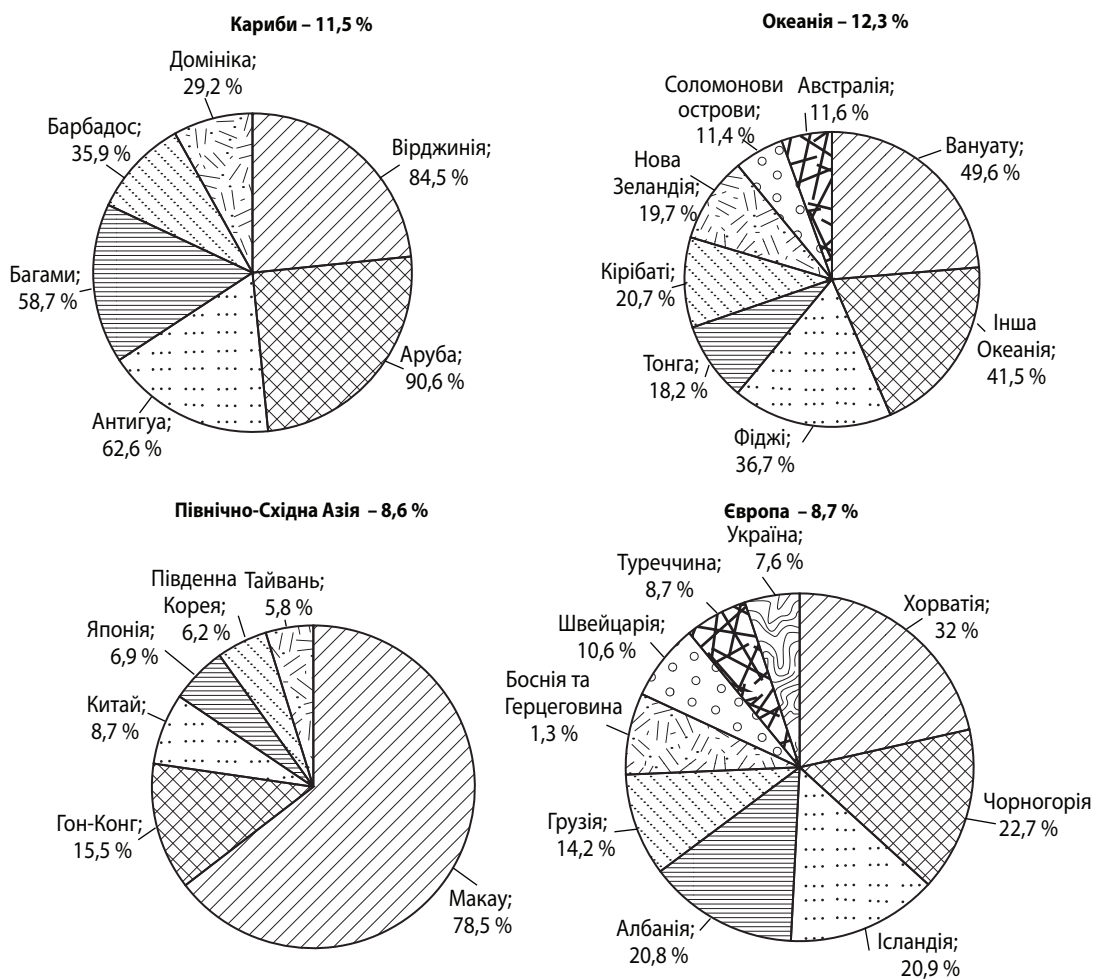


Рис. 1. Структура зайнятості у туризмі в окремо взятих країнах у 2015 р.

Джерело: сформовано на основі [2; 3]



Рис. 2. Структура туристичного потоку України за 2006–2016 рр. в динаміці (ліва шкала, у млн осіб) та їх ланцюгові темпи зростання (права шкала, у %)

Джерело: сформовано авторами на основі [6; 7]

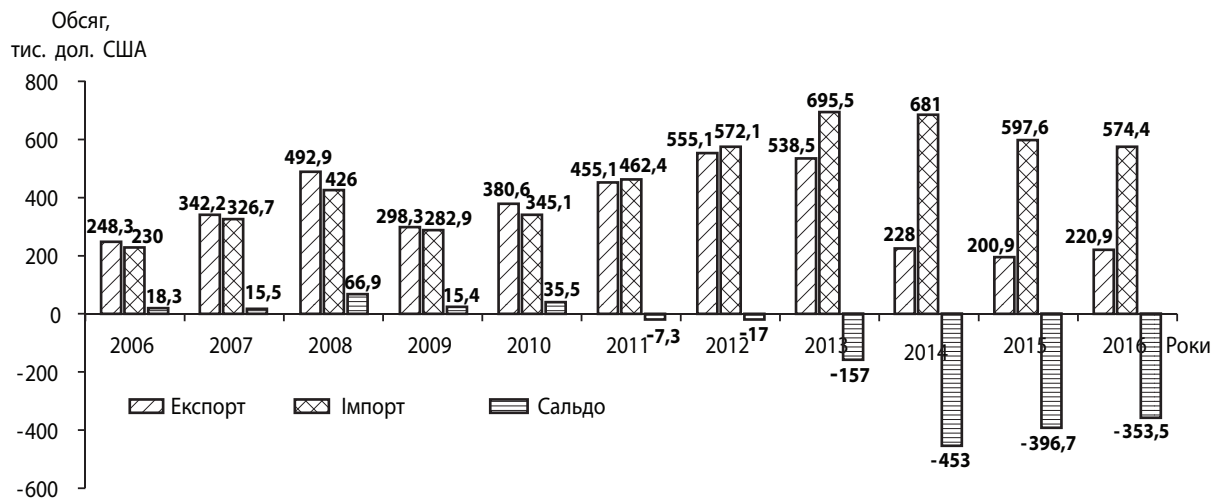


Рис. 3. Структурні зміни у динаміці експортно-імпорتنних операцій України за статтею туризм за 2006–2016 рр., у тис. дол. США

Джерело: сформовано авторами на основі [6; 7]

Суб'єктами туристичного ринку України у 2015 р. було обслуговано 1925344 особи, що становлять 8,3 % візного туристичного потоку та 16681 осіб візного туристичного потоку. Найбільше осіб подорожувало з метою дозвілля і відпочинку (1510668 осіб) [6].

На ринку України в 2015 р. працювало 2478 готелів та аналогічних засобів розміщення проти 2644 в 2014 р., причому 1021 одиниця – це юридичні особи. В цих готелях було розміщено 4497340 осіб, в тому числі 577194 іноземця, проти 609755 осіб (485048 іноземців) у 2014 р. 94,6 % іноземців зупинилися в готелях юридичної власності [6]. В Харківській області у 2015 р. працювали 191 готель та інші місця для тимчасового розміщення, з загальної кількості засобів розміщення припало 123 готелі (з яких 46 – юридичної власності та 77 – ФОП) проти 138 у 2014 р.,

в яких налічується 4,2 % загального номерного фонду готелів України (1755 від 5759 усіх номерів), в яких було розміщено 166821 особу, з яких 28249 – іноземці.

Загальний сукупний дохід від операційної діяльності готелів в 2015 р. становив 5897288,7 тис грн проти 4415386,3 тис грн в 2014 р. Вартість перебування у вітчизняних готелях юридичної власності становила у 2015 р. 3805652,8 тис грн, що на 14,2 % більше проти минулого року, абсолютне зростання становило 471896,5 тис грн; аналогічний показник по Харківській області зріс з 66825,5 до 85597,0 тис грн на 18771,5 тис грн, або на 28,1 % [6]. Фактичні витрати на один ліжко-день (людино-день) в середньому за рік у готелях та аналогічних засобах розміщення юридичної власності зросли з 489,5 грн у 2014 р. до 652,8 грн на 1 особу у 2015 р. Аналогічний показник по Харківській

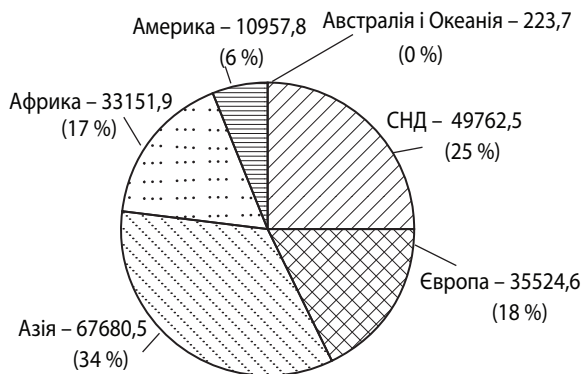


Рис. 4. Структура експорту міжнародних туристичних послуг країнами світу за 2015 р., млн дол. США

Джерело: сформовано авторами на основі [6; 7]

обл. коливався з 277,0–311,0 у 2014 р. до 393,4 грн у 2015 р.; стосовно готелів ФОП по Україні зростання становило з 236,6 у 2014 р. до 305,2 грн у 2015 р., а стосовно області відбулося зниження показника з 260,3 до 249,3 грн відповідно. Кількість ночівель, проведених приїжджими у готелях області становила 378086 ліжко-днів, середня тривалість перебування в готелях юридичної власності становила 1,6, а у ФОП – 2,2 ліжко-днів. Доходи від надання послуг готелів та аналогічних засобів розміщення юридичної власності склали 118996,0 тис грн (110162,3 тис грн – готелі), а витрати – 154400,7 тис грн (147476,2 тис грн – готелі) на галузевих підприємствах області працювало 1183 особи, з яких 776 жінок (у готелях – 1068 осіб, з яких 693 – жінки) [6].

Хоч фінал європейського чемпіонату з футболу Євро-2012 і не став туристичним дивом, але в цілому додав балів іміджу України як туристичного напрямку, у 2013 р. країна піднялася за індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму на 9 позицій за 2 роки (з 140 країн), проте

у рейтингу 2017 р. опустилась на 5 позицій до 81 (зі 136 країн, які увійшли у рейтинг) (табл. 3) [8]. До рейтингу 2015 р. Україна не увійшла, проте Туреччина та Росія покращили свої позиції, особливо в субіндексах пріоритетності туризму зі 101 до 59 та зі 127 до 114 відповідно й ефективності маркетингу до 58 та 103 місця [9].

Український туристичний продукт оцінюється як менш конкурентоспроможний та привабливий, тому для забезпечення ефективного механізму управління конкурентоспроможністю необхідним є формування туристичного іміджу, як для підприємства, так і для брендингу країни, який, на думку С. І. Уліганець, Д. І. Басюк та Л. В. Мельник, буде «працювати» або «впливати на формування позитивного іміджу окремо взятої країни або регіону так само, як і вже сформований імідж території вливатиме на туристичну галузь» [10] в єдиному комплексі разом з економічними та наявними туристсько-рекреаційними ресурсами в регіоні. Багато країн світу презентують себе завдяки створеному іміджу високотехнологічних або туристичних брендів, підкреслюючи унікальність і свої особливості: наприклад, для Іспанії, Греції та Єгипту – це сонячні пляжі та залишки древніх цивілізацій, для Парижу та Японії – поширення національної кухні та традицій, для Австрії – віденські кав'ярні, Естонія поширює себе як «зелена скандинавська» країна [11]. Успішними логотипами володіють Кіпр, Туреччина, Греція, Болгарія, Іспанія та активно експлуатують їх в туристичному бізнесі.

Інноваційною складовою для України стала наявність логотипу. Презентуючи його, Валерій Пекар заявив, що «туристичне позиціонування має дати туристам вагому причину їхати саме в Україну. В основу брэнда було покладено ідею «і – і» – об'єднання нібито несумісних ідей та речей, які доповнюють одне одного» (рис. 5) [12].

Комплексне маркетингове дослідження вітчизняного або міжнародного туристичного ринку не обмежується аналізом сучасного стану чи ситуації на ринку, що склалася, та причин, які призвели до цього, а є умовою для прогнозування розвитку ринку. Якість ретропрогнозу та якість інтерполяції визначають точність остаточного

Таблиця 3

Місце країни за Індексом глобальної конкурентоспроможності (ІГК) подорожей і туризму в 2013–2016 рр.

Показники рейтингу	Польща			Туреччина			Росія			Україна	
	2013	2015	2016	2013	2015	2016	2013	2015	2016	2013	2016
ІГК в туризмі	42	47	46	46	44	44	63	45	43	76	81
Оцінка, балів	4,47	4,08	4,1	4,44	4,08	4,14	4,04	4,08	4,15	3,98	3,5
Субіндекс людських, культурних, природних ресурсів	29	43	44	46	29	94	38	38	46	103	115
Субіндекс цінової конкурентоспроможності туризму	105	46	23	73	94	70	108	41	21	116	65
Пріоритетність туризму для уряду	126	132	130	101	59	66	127	114	89	125	122
Ефективність маркетингу та брендингу	114	108	105	88	58	66	122	103	81	113	103

Джерело: сформовано авторами на основі [9]

прогнозу показників, тому було обрано авторегресію 2-го порядку, кількість точок ретропрогнозу при довірительному інтервалі 0,7. Згідно з побудованою моделлю прогнозу «Внесок туризму у ВВП світу» у 2017 р. очікується в обсязі $7734,885 \pm 33,795$ млрд дол. США; у 2018 р. – $7986,02 \pm 53,44$ млрд дол. США; у 2019 р. – $8220,61 \pm 67,59$ млрд дол. США (рис. 6).

«Прибуття міжнародних туристів» очікується у 2017 р. в кількості $1278,085 \pm 5,115$ млрд осіб; у 2018 р. – $1324,1 \pm 8,09$ млрд осіб; у 2019 р. – $1370,02 \pm 10,23$ млрд осіб (рис. 7). За прогнозами Барометра міжнародного туризму ЮНВТО, в 2017 р. число міжнародних туристських прибуттів по всьому світі зростає на 3–4 %, що співпадає з розрахованим теоретичним прогнозом методом екстраполяції; зокрема, в Європі зростання складе 2–3 %, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та в Африці – 5–6 %, в Амери-

канському регіоні – 4–5 %, а на Близькому Сході – 2–5 % у зв'язку з високою нестійкістю в регіоні [2].

За прогнозами протягом найближчих десяти років міжнародний туризм буде випереджати ряд інших глобальних секторів економіки, таких як зв'язок, фінансові та ділові послуги, виробництво продукції, роздрібну торгівлю та дистрибуцію; зі зростанням доходів від туризму до 2 трильйонів доларів і кількості туристів на планеті до 1 млрд 600 мільйонів осіб [2].

До 2027 р. у галузі буде створено більше 380 мільйонів робочих місць по всьому світі, тобто кожне 9 місце від загальної кількості робочих місць, близько 23,0 % від загальної глобальної мережі робочих місць протягом наступного десятиліття. Загальний обсяг подорожей і туризму досягне 11,4 % світового ВВП і 7,1 % від загального обсягу світового експорту [1; 2].



Рис. 5. Слоган «Ukraine: It's all about U» [бренд]

Для досягнення запланованих високих показників розвитку галузі необхідними умовами мають стати задоволення вимог споживачів і дотримання сучасних тенденцій, зокрема:

- побудова стійкої інфраструктури, яка б сприяла всебічному та сталому розвитку індустріалізації та стимулюванню інновацій;
- скорочення нерівності між країнами та всередині кожної з них;
- стимулювання зростання валового внутрішнього продукту в найменш розвинених країнах;
- високого рівня економічної продуктивності за рахунок диверсифікації, модернізації технологій та інноваційної діяльності, в тому числі шляхом акцентування на високу додану вартість і трудомісткість сектора, повної і продуктивної зайнятості та гідної роботи для всіх;
- стимулювання розвитку виробничої діяльності підприємництва у напрямках розвитку творчості та інновацій, а також заохочення розвитку малих і середніх підприємств, в тому числі шляхом доступу до фінансових послуг;
- захисту прав працівників, сприяння створенню безпечного та надійного робочого середовища

для всіх, в тому числі і трудящих-мігрантів, зокрема жінок-мігрантів, а також осіб із сезонною зайнятістю;

- забезпечення сталого розвитку міст і місцевих громад;
- бережливе ставлення до використання ресурсів океанів і морів в інтересах сталого розвитку; проведення заходів щодо боротьби зі зміною клімату та його наслідками;
- здійснення способів зміцнення та активізації глобального партнерства в інтересах сталого розвитку світу та кожної окремо взятої країни [1–3].

Висновок. Укріплення позицій України на світовому туристичному ринку можливе за умов створення національного конкурентоздатного туристичного продукту, іміджу країни / регіону, прийняття дострокової стратегії та виконання політики стійкого розвитку щодо вирішення нагальних проблем:

- забезпечення безпеки перебування іноземних громадян;
- використання інформаційних технологій для просування туристичного продукту, задоволення потреб споживачів та удосконалення менеджменту та маркетингу ЗЕД у туризмі;

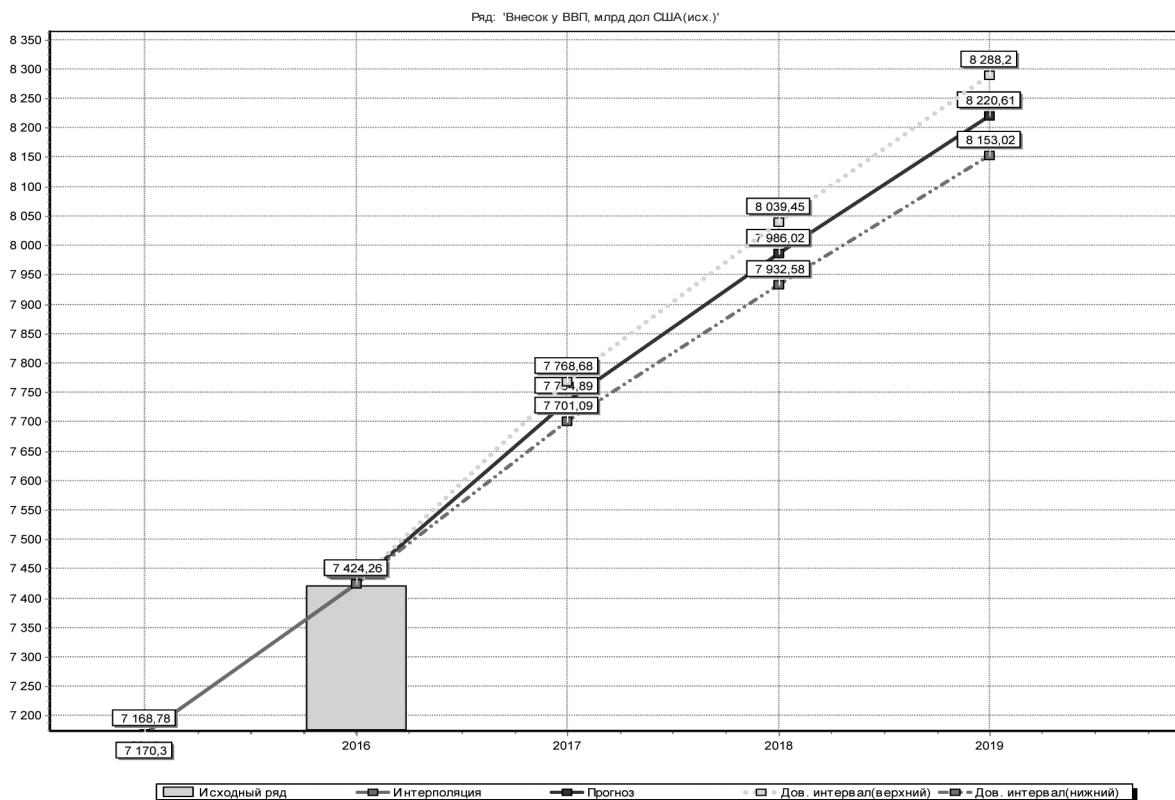


Рис. 6. Прогнозування ряду «Внески туризму у ВВП» на 2017–2019 рр., у млрд дол. США

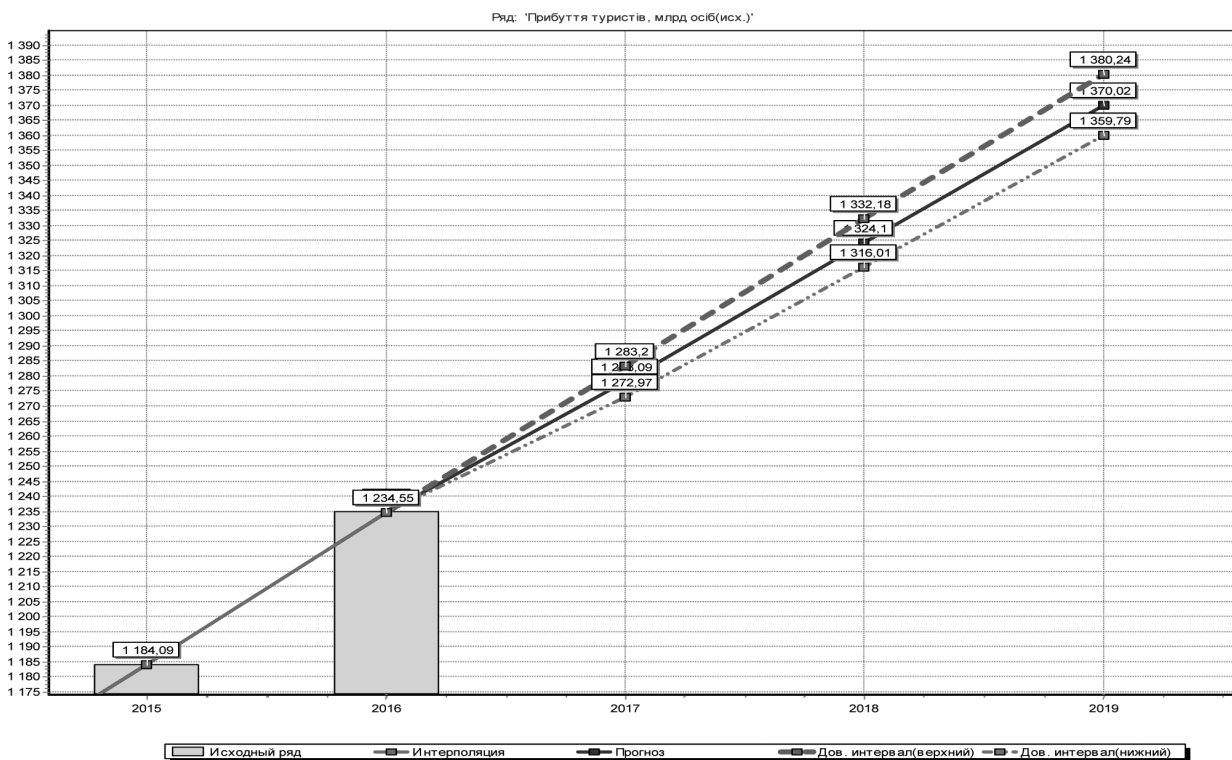


Рис. 7. Прогнозування ряду «Прибуття туристів» на 2017–2019 рр., у млрд осіб

- вдосконалення національних транспортних сполучень і доріг;
- втілення принципів корпоративної соціальної відповідальності у туристичному бізнесі;
- закупівлі екологічно чистої продукції та розвитку зеленого будівництва;
- відповідальності до природних ресурсів; захисту, відновлення і сприяння сталому використанню наземних екосистем, розумного використання лісів, заходів проти деградації земель і припинення втрати біорізноманіття;
- моніторингу та збору інформації про відгуки клієнтів і своєчасного діалогу між представниками туристичних підприємств і споживачами та клієнтами (оскільки 82,0 % клієнтів схильні приймати рішення на основі відгуків, отриманих від інших клієнтів, ніж офіційної інформації, а 57,0 % клієнтів стверджують, що відповіді готелів на відгуки, розміщені в мережі, підвищують прихильний вплив на репутацію бренду та посилюють довіру споживачів).

ЛІТЕРАТУРА

1. World Tourism Barometer // UNWTO. 2015. URL: <http://media.unwto.org/press-release/2015-09-10/21-million-more-international-tourists-first-half-2015>
2. World Travel & Tourism Council // WTTC. 2017 URL: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/>
3. Global Business Travel Spending Outlook 2011–2015 // Global Business Travel Association. URL: <http://www.gbta.org/foundation/pressreleases/Pages/rls082311.aspx>
4. World Trade Organization. URL: <http://www.wto.org>
5. Новий туристичний імідж України та інструменти його популяризації для підтримки інтересу до України як дестинації. URL: <http://www.premier-international.net/ua/about/our-news/84/27.01.2016>
6. Державна служба статистики України: офіц. сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Міністерство інфраструктури України: офіц. сайт. URL: <http://www.mtu.gov.ua>
8. Рахман М. С. Кон'юнктурний аналіз розвитку готельної індустрії як складової туризму України. *Бізнес Інформ*. 2015. № 11. С. 205–211.
9. The Travel & Tourism Competitiveness Report: 2013–2017 // World Economic Forum. URL: http://www.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report
10. Уліганець С. І., Басюк Д. І., Мельник Л. В. Значення туристичного іміджу для розвитку Закарпатської області. *Географія та туризм*. 2013. Вип. 24. С. 162–173.
11. Желдак Ю. Государственный брендинг: как использовать туристов для популяризации Украины в мире. URL: <http://forbes.net.ua/opinions/1405367-gosudarstvennyj-brening-kak-ispolzovat-turistov-dlya-populyarizacii-ukrainy-v-mire>
12. У Києві презентують новий український туристичний бренд // Радіо Свобода. URL: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/25305543.html.27.01.2016>

REFERENCES

- Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: ofits. sait. <http://www.ukrstat.gov.ua>
- "Global Business Travel Spending Outlook 2011-2015" Global Business Travel Association. <http://www.gbta.org/foundation/pressreleases/Pages/rls082311.aspx>
- Ministerstvo infrastruktury Ukrainy: ofits. sait. <http://www.mtu.gov.ua>
- "Novyi turystychni imidzh Ukrainy ta instrumenty yoho populyaryzatsii dlia pidtrymky interesu do Ukrainy yak destynatsii" [New tourist image of Ukraine and tools of its popularization for maintaining interest in Ukraine as a tourist destination]. <http://www.premier-international.net/ua/about/our-news/84/27.01.2016>
- Rakhman, M. S. "Koniunkturnyi analiz rozvytku hotelnoi industrii yak skladovoi turizmu Ukrainy" [Conjunctural analysis of the development of the hotel industry as part of tourism of Ukraine]. *Biznes Inform*, no. 11 (2015): 205-211.
- "The Travel & Tourism Competitiveness Report: 2013-2017" World Economic Forum. http://www.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report
- Ulihanets, S. I., Basiuk, D. I., and Melnyk, L. V. "Znachennia turystychnoho imidzhu dlia rozvytku Zakarpatskoi oblasti" [The value of the tourist image for the development of Transcarpathian region]. *Heohrafiia ta turizm*, no. 24 (2013): 162-173.
- "U Kyievi prezentuiut novyi ukrainskyi turystychnyi brend" [In Kiev presented a new Ukrainian tourism brand]. Radio Svoboda. <http://www.radiosvoboda.org/content/article/25305543.html.27.01.2016>
- "World Tourism Barometer" UNWTO. <http://media.unwto.org/press-release/2015-09-10/21-million-more-international-tourists-first-half-2015>
- "World Travel & Tourism Council" WTTC. <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/>
- World Trade Organization. <http://www.wto.org>
- Zheldak, Yu. "Gosudarstvennyy brening: kak ispolzovat turistov dlya populyarizatsii Ukrainy v mire" [State branding: how to use tourists for popularization of Ukraine in the world]. <http://forbes.net.ua/opinions/1405367-gosudarstvennyj-brening-kak-ispolzovat-turistov-dlya-populyarizacii-ukrainy-v-mire>