

УДК 379.85

О.С. Трегубов, к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства Донецького національного університету

### ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ТА ЇЇ РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ

У статті розглянуто специфічні особливості туристичної діяльності, підходи до визначення поняття туризму. За допомогою статистичних даних проілюстрована роль туристичної індустрії в світовій економіці. Зроблено висновок, що туризм є невід'ємним атрибутом життя будь-якого цивілізованого суспільства, а рівень розвитку туризму в тій чи іншій країні свідчить про добробут населення і наявності економічних можливостей для здійснення подорожей. Проведений аналіз розвитку туристичної індустрії в Україні свідчить про негативні тенденції, які є наслідком політичних і економічних подій в країні. Розглянуті в статті склад, структура і особливості туристичної індустрії дозволяють зробити висновок, що вона являє собою цілісну відтворювальну систему, що володіє інтегральним ефектом. В силу величезного впливу на світову економіку, сприянню розвитку економіки і створення робочих місць у багатьох частинах світу, вкрай важливо, щоб країни заохочували політику, що сприяє неухильному зростанню туризму.

**Ключові слова:** туризм, туристична індустрія, туристичний потік, конкуренція, галузь.

Рис. 1., Табл. 6, Літ. 13

А.С. Трегубов

### ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ И ЕЕ РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ

В статье рассмотрены специфические особенности туристической деятельности, подходы к определению понятия туризма. С помощью статистических данных проиллюстрирована роль туристической индустрии в мировой экономике. Сделан вывод, что туризм является неотъемлемым атрибутом жизни любого цивилизованного общества, а уровень развития туризма в той или иной стране свидетельствует о благосостоянии населения и наличии экономических возможностей для совершения путешествий. Проведенный анализ развития туристической индустрии в Украине свидетельствует о негативных тенденциях, являющихся следствием политических и экономических событий в стране. Рассмотренные в статье состав, структура и особенности туристической индустрии позволяют сделать вывод, что она представляет собой целостную воспроизводственную систему, обладающую интегральным эффектом. В силу огромного влияния на мировую экономику, способствованию развития экономики и созданию рабочих мест во многих частях мира, крайне важно, чтобы страны поощряли политику, содействующую неуклонному росту туризма.

**Ключевые слова:** туризм, туристическая индустрия, туристический поток, конкуренция, отрасль.

O.Tregubov

### ESPECIALLY THE TOURISM INDUSTRY AND ITS ROLE IN THE ECONOMY

The article describes some specific features of tourism activities, approaches to the definition of the concept of tourism. The role of the tourism industry in the world economy has been illustrated with the help of statistics.

It has been concluded that tourism is an inherent part of the life of any civilized society, and the level of the development of tourism in a country demonstrates the

population's welfare and the availability of economic opportunities for travelling. The analysis of the development of the tourism industry in Ukraine demonstrates the negative trends are the result of political and economic happenings in the country. The composition, structure and features of tourism industry that the article looks at lead to the conclusion that it is a holistic reproductive system with an integral effect. Due to the enormous impact on the world economy, the facilitation of economic development and new jobs in many parts of the world, it is imperative that the country encourage policies that promote steady growth of tourism.

**Key words:** tourism, tourist industry, the tourist flow, competition, industry.

**Постановка проблеми.** Сучасний розвиток світового туристичного ринку і його глобалізація свідчать про те, що туризм є невід'ємним атрибутом життя будь-якого цивілізованого суспільства. Щорічно зростає кількість міжнародних прибуттів, збільшується частка туристичного експорту в загальному обсязі експорту товарів і послуг. Внесок туризму в світовий валовий внутрішній продукт (ВВП) оцінюється приблизно в 10%. Загальна кількість робочих місць по всьому світу, що прямо або опосередковано стосується туризму, становить 9%.

Питання розвитку туризму як на рівні окремих туристичних напрямків, так і на рівні підприємницьких структур стають дуже актуальними, оскільки тісно пов'язані з підвищенням рівня життя населення.

Одним з критеріїв рівня розвитку країни є ступінь соціальної орієнтованості її економічного розвитку. Одним з головних напрямків розвитку нашої країни є підвищення рівня життя українських громадян, в тому числі за рахунок розвитку інфраструктури відпочинку і туризму, а також забезпечення якості, доступності та конкурентоспроможності туристичних послуг. Розвиток туристичної індустрії є одним з найважливіших факторів, що сприяють формуванню нової соціально-орієнтованої економіки.

У зв'язку з цим в умовах формування і становлення українського туристичного ринку особливого значення набуває наукове вивчення туристичного бізнесу, його особливостей і значення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням розвитку світового та вітчизняного ринків туристичних послуг присвячені наукові дослідження і публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких слід виділити праці українських авторів - Л. Гонтаржевської, Ю. Забалдіної, Р. Заблоцької, В. Кифяка, О. Любіцевої, Г. Михайліченко, С. Соколенка, Д. Стеценка, Т. Ткаченко, Н. Чорненко та ін., а також іноземних фахівців І. Балабанова, М. Біржакова, В. Гуляєва, Н. Кабушкіна, В. Квартальнова, Н. Морозової, М. Морозова А. Чудновського Р. Бартона, Д. Боуена, Р. Браймера, Н. Реймерса, Ч. Робінсона, Д. Холловея та ін.

Однак недостатньо досліджена специфіка організації туристичної індустрії та особливості її впливу на світову економіку та економіку окремих держав.

**Мета статті** – дослідження специфіки організації туристичної індустрії як цілої відтворювальної системи та особливостей впливу цього сектору на розвиток економіки країн і світу.

**Виклад основного матеріалу.** Розвиток сфери туризму в Україні розпочався з початку 90-х років двадцятого століття, коли в туризмі закінчився монополізм найбільших компаній, таких як «Інтурист», «Супутник», що існували багато років ще за часів Радянського Союзу. Можливість займатися підприємницькою діяльністю в туризмі сприяла створенню великої кількості турфірм. Всі турфірми починали свою діяльність практично не маючи досвіду роботи в цій сфері; українські громадяни, не розбещені закордонними подорожами, були невибагливими туристами і не шкодували грошей на свої перші подорожі за кордон. Турфірми досить легко знаходили свою

нішу і завойовували нових клієнтів.

В даний час необхідно приділяти серйозну увагу проблемі розвитку українського туристичного ринку.

Туристична діяльність має ряд специфічних особливостей. У зв'язку з цим слід розглянути основні поняття теорії туризму.

У сучасній науковій вітчизняній та зарубіжній літературі існує досить велика кількість підходів до визначення поняття туризм. Туризм – це процес пересування людей до різних туристичних пунктів призначення і їх зупинка там з метою задоволення туристичних потреб в розміщенні, харчуванні, розвагах. Подорож передбачає виїзд з країни або регіону постійного проживання і цей рух туристів до різних туристичних пунктів призначення є тимчасовим, туристи повернуться до місць постійного проживання через кілька днів, тижнів або місяців. Мандрівники відвідують туристичні місця з різними цілями, які не передбачають постійне проживання і отримання прибутку.

Туризм визначають як [1, с.34]:

особливу форму пересування людей за маршрутом з метою відвідування конкретного об'єкта або задоволення туристичного інтересу;

рух (переміщення), знаходження поза постійним місцем проживання і тимчасове перебування в об'єкті інтересу (поїздки);

особливу форму розумового та фізичного виховання, що реалізується через його соціально-гуманітарні функції (виховну, освітню, оздоровчу, спортивну);

популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля; галузь господарства з обслуговування людей, які перебувають тимчасово поза місцем постійного проживання (це так званий промисловий підхід у визначенні туризму);

сегмент ринку, на якому сходяться підприємства традиційних галузей господарства (транспорт, громадське харчування, готельне господарство, культура, торгівля та ін.) з метою пропозиції своєї продукції і послуг споживачам (це визначення з точки зору теорії маркетингу).

Всесвітня туристська організація UNWTO характеризує туризм як соціальний, культурний та економічний феномен, який відноситься до діяльності відвідувачів [2]. Відвідувачем є мандрівник, який здійснює поїздку в основний пункт призначення далеко від свого звичайного місця проживання на період менше одного року з будь-якою основною метою (з діловою метою, з метою дозвілля або з іншою особистою метою), за винятком роботи за наймом в організації-резиденті в відвідуваній країні або місці відвідування. Такі здійснювані відвідувачами поїздки кваліфікуються як туристичні.

Закон України «Про туризм» визначає туризм як «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [3].

Туризм є невід'ємним атрибутом життя будь-якого цивілізованого суспільства, а рівень розвитку туризму в тій чи іншій країні свідчить про добробут населення і наявність економічних можливостей для здійснення подорожей.

За даними Всесвітньої ради з туризму і подорожей WTTC, внесок галузі у світовий ВВП наближається до 10% (табл. 1). Вона випереджає, наприклад, хімічну промисловість (8,6%) і автопром (7%). Крім прямих витрат туристів на проживання та транспорт стимулюються багато галузей від торгівлі до сільського господарства. Кожне 11-е робоче місце на планеті так чи інакше залежить від туризму. Його частка в світовому експорті становить 5,4%, а в експорті послуг досягає 30%.

Незважаючи на періодичні шоки, понад півстоліття ця сфера демонструє безперервне зростання. Кількість туристів в світі збільшилась з 25 млн. в 1950 році до 278 млн. дол. в 1980-му, перевищило 0,5 млрд. в 1995-му і досягло 1,1 млрд. дол. в

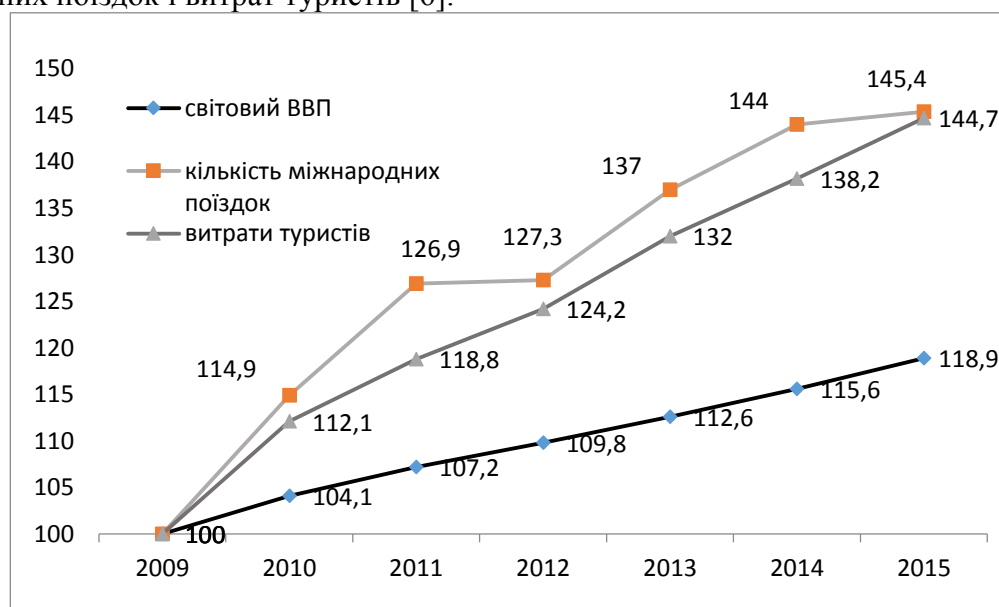
2014 році. Доходи від туризму збільшилися з 2 млрд. дол в 1950 році до 1,245 трлн. дол. в 2014-му. За прогнозами Всесвітньої туристської організації, кількість туристів продовжить збільшуватись в середньому на 3,3% на рік. В економіках, що розвиваються, зростання буде в середньому в два рази випереджати розвинені (4,4% проти 2,2%) [5].

Таблиця 1

## Внесок туризму в світовий ВВП и зайнятість в 2014 році [4]

Внесок до ВВП (млрд.дол / %)	Прямий		Сукупний	
	2365	3,1	7581	9,8
Внесок в зайнятість (млн.робочих місць / %)	105,4	3,6	276,8	9,4

На рис. 1 наводиться порівняння динаміки зростання світового ВВП, кількості міжнародних поїздок і витрат туристів [6].



\* за 100% береться значення за 2009 рік

**Рис. 1. Порівняння динаміки збільшення світового ВВП, кількості міжнародних поїздок і витрат туристів (%)**

У 2015 році кількість міжнародних туристичних прибуттів збільшилася на 4,4% і склала в цілому 1 184 млн. Це означає, що в порівнянні з 2014 роком в минулому році приблизно на 50 млн. більше туристів здійснили подорожі в міжнародні турнапрямки в усьому світі [2].

У табл. 2 показана кількість міжнародних туристичних прибуттів за країнами, що мають найбільші туристичні в'їзні потоки, і доходи від туризму за ними [2]. Найпопулярнішим для туристів регіоном є Європа - на неї припадає понад 50% турпотоків і більше 40% всіх доходів від туризму. Регіон виграє за рахунок багатой культурної спадщини, відмінної інфраструктури і сервісу.

Не дивно, що відразу шість європейських країн на чолі з Іспанією увійшли в десятку рейтингу конкурентоспроможності в сфері туризму ВЕФ. При цьому найбільш високе зростання турпотоків (на 9%) в 2014 році зафіксоване в Північній Америці. На перше місце регіон вивела Мексика - кількість візитів в країну в минулому році збільшилася відразу на 20%. Головний постачальник туристів - Китай. Витрати китайців за кордоном зросли на 27%, до 165 млрд. дол. Частка країни в глобальних витратах на туризм досягає 13%.

Таблиця 2

**Міжнародні туристичні прибуття за країнами, що мають найбільші туристичні в'їзні потоки, і доходи від туризму за ними \***

Регіон	Млн. міжнародних відвідувачів у 2014 р.	Зміни за рік (%)	Частка (%)	Доходи від туризму в 2014 році (млрд дол)	Зміни за рік (%)
<b>Світ</b>	<b>1133</b>	<b>4,3</b>	<b>100</b>	<b>1245</b>	<b>3,7</b>
<b>Європа</b>	<b>581,8</b>	<b>2,7</b>	<b>51,4</b>	<b>508,9</b>	<b>3,6</b>
<b>в т. ч. Європейський союз</b>	<b>455,1</b>	<b>4,9</b>	<b>40,2</b>	<b>422,6</b>	<b>3,7</b>
Франція	83,7	0,1	14,4	55,4	-2,3
Іспанія	65	7,1	11,2	65,2	4,2
Італія	48,6	1,8	8,3	45,5	3,7
<b>Азіатсько-тихоокеанський регіон</b>	<b>263,3</b>	<b>5,4</b>	<b>23,2</b>	<b>376,8</b>	<b>4,1</b>
Китай	55,6	-0,1	21,1	56,9	10,2
Гонконг	27,8	8,2	10,5	38,4	-1,4
Малайзія	27,4	6,7	10,4	21,8	1,5
<b>Північна та Південна Америка</b>	<b>181</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>274</b>	<b>3,1</b>
США	74,8	6,8	41,3	177,2	2,5
Мексика	29,1	20,5	16,1	16,3	16,5
Канада	16,5	2,9	9,1	17,4	-1,2
<b>Африка</b>	<b>55,7</b>	<b>2,4</b>	<b>4,9</b>	<b>36,4</b>	<b>2,9</b>
Марокко	10,3	2,4	18,5	7,1	2,9
ЮАР	9,5	0,1	17,1	9,3	1,2
Туніс	6,1	-3,2	10,9	2,3	6,9
<b>Ближній Схід</b>	<b>51</b>	<b>5,4</b>	<b>4,5</b>	<b>49,3</b>	<b>5,7</b>
Саудівська Аравія	15,1	12,8	29,6	8,2	7,7
Єгипет	9,6	5	18,9	7,2	19,2
Йорданія	4,0	1,1	7,8	4,4	-

\* Для кожного регіону наведено три найбільш відвідувані країни. Для окремих країн зазначена частка в турпотязі регіону, для регіонів - частка в турпотязі світу

Найпривабливішим для туристів містом залишається Лондон (табл. 3). Склад першої десятки найбільш відвідуваних міст за останні три роки не змінювався. Разом з тим, в десятку найбільш швидкозростаючих напрямків не увійшло жодне місто Західної Європи і Північної Америки. Примітний приклад Токіо - місто вже є популярним напрямком (11-е місце, 8 млн. туристів в рік) і одночасно показує двозначне середньорічне зростання турпотязу. Лідирує за темпами зростання кількості гостей Коломбо (табл. 4). Разом з тим, за кількістю іноземних туристів і розміром їх

витрат на душу населення з великим відривом лідирує Дубай - 5,7 осіб і 4,668 тис. дол відповідно.

Таблиця 3

## Рейтинг міст за популярністю серед туристів [6]

Рейтинг	Місто	В'їзний потік (млн осіб)
1	Лондон	18,82
2	Бангкок	18,24
3	Париж	16,06
4	Дубай	14,26
5	Стамбул	12,56
6	Нью-Йорк	12,27
7	Сінгапур	11,88
8	Куала-Лумпур	11,12
9	Сеул	10,35
10	Гонконг	8,66

Таблиця 4

## Міста з найбільшим зростанням популярності серед туристів (2009-2015 роки) [6]

Рейтинг	Місто	Збільшення турпотоку	В'їзний потік, млн осіб на рік
1	Коломбо (Шрі-Ланка)	21,1	1,02
2	Ченду (Китай)	20,7	1,49
3	Абу-Дабі (ОАЕ)	20,4	2,70
4	Осака (Японія)	19,8	4,58
5	Ер-Ріяд (Саудівська Аравія)	18,0	4,27
6	Сіань (Китай)	16,2	1,18
7	Тайбей (Тайвань)	14,9	6,55
8	Токіо (Японія)	14,6	8,08
9	Ліма (Перу)	13,9	4,22
10	Хошимін (В'єтнам)	12,9	4,42

За часткою туристичної галузі у ВВП України знаходиться на 118 місці в світі, в 2015 році цей показник становив лише 5,3% і він продовжує зменшуватися (табл.5)

Таблиця 5

## Динаміка частки туризму в ВВП України [7]

Роки	Частка туризму у ВВП України, %	Зміни, %
1	2	3
2015	5,3	-6,74%
2014	5,7	-25,92%
2013	7,7	1,69%

Продовження таблиці 5

1	2	3
2012	7,6	1,03%
2011	7,5	-0,95%
2010	7,6	-9,42%
2009	8,4	4,70%
2008	8,0	-3,19%
2007	8,3	-1,94%
2006	8,4	-2,84%
2005	8,7	-5,39%
2004	9,2	

За даними офіційної статистики (табл. 6), істотно зменшився в'їзний туристичний потік в Україну, скоротилася кількість громадян України, які виїжджають за кордон, що є наслідком збройного конфлікту, що відбувається в країні, та девальвації гривні.

Таблиця 6

## Туристичні потоки України [8]

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон - усього	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну - усього	Із загальної кількості туристів:		
			іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2000	13422320	6430940	377871	285353	1350774
2001	14849033	9174166	416186	271281	1487623
2002	14729444	10516665	417729	302632	1544956
2003	14794932	12513883	590641	344 332	1922010
2004	15487571	15629213	436311	441798	1012261
2005	16453704	17630760	326389	566942	932318
2006	16875256	18935775	299125	868228	1039145
2007	17334653	23122157	372455	336049	2155316
2008	15498567	25449078	372752	1282023	1386880
2009	15333949	20798342	282287	913640	1094170
2010	17180034	21203327	335835	1295623	649299
2011	19773143	21415296	234271	1250068	715638
2012	21432836	23012823	270064	1956662	773970
2013	23761287	24671227	232311	2519390	702615
2014	22437671	12711507	17070	2085273	322746

Динаміка, що ілюструється в табл. 6, суперечить загальносвітовим тенденціям, і, на думку експертів, має тимчасовий характер.

Незважаючи на загальний спад виїзного туризму, туристичні вподобання українських громадян розширюються: поряд з традиційним інтересом до країн з теплими морями, в українців все більш популярними стають країни, де пляжний відпочинок можна поєднати з цікавою культурно-пізнавальною програмою, а також з лікуванням.

Індустрія туризму включає в себе різні види ділової активності, в тому числі транспортне обслуговування туристів, надання готельних послуг, діяльність туроператорів і турагентів та ін. На додаток до цього туризм обслуговується безліччю компаній, в тому числі організацій з обміну валюти, кредитування, страхування і т.д.

У науковій літературі на даний момент немає єдиної думки в тлумаченні терміну туристична індустрія (індустрія туризму).

Балабанов І.Т. розглядає туристичну індустрію в широкому плані як народногосподарський комплекс, що включає пасажирський транспорт (повітряний, водний, автомобільний, залізничний) з його розгалуженою мережею технічних служб; різні спеціалізовані підприємства і підприємства, які не мають яскраво вираженого туристського характеру, так звані «вторинні» для туризму галузі (зокрема, транспортне машинобудування та автомобілебудування, паливна промисловість, капітальне і дорожнє будівництво, промисловість сувенірів, харчова промисловість, багато галузей сільського господарства та ін.), а також широку сферу послуг, якими користується турист [9, с. 25].

Біржаков М.Б характеризує туристичну індустрію як взаємопов'язану систему підприємств і підприємців, що надають туристам всі необхідні для споживання в процесі туризму і достатні для здійснення власне процесу туризму туристичні послуги, роботи і товари [10, с. 28].

Квартальнов В.А. відносить до туристичної індустрії всі фірми і заклади, що цілком або частково, прямо чи побічно виробляють товари для відвідувачів і надають їм послуги [11, с. 31].

Кабушкін Н.І. розглядає туристичну індустрію як сукупність виробництв різних галузей господарства, закладів культури, освіти і науки, що забезпечують створення матеріально-технічної бази туризму, підготовку робочої сили і процесу виробництва, збуту і споживання туристичного продукту на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства [12, с. 34].

Вітчизняні підручники дають наступне визначення туристичної індустрії: це комплекс, сполучення галузей та видів діяльності, функціонування яких спрямоване на задоволення потреб подорожуючої людини в послугах і товарах специфічного призначення, спрямованих на здійснення мети подорожування [13].

Наведені визначення підкреслюють, що організація подорожей і обслуговування відвідувачів на всіх етапах їх подорожі здійснюється за допомогою різних видів діяльності. Кількість цих необхідних видів діяльності велика і різноманітна, в зв'язку з цим важливо окреслити коло цих основних видів діяльності і, тим самим, визначити склад підприємств, що входять в туристичну індустрію. Для цього Всесвітня туристична організація в 1993 році розробила стандартну класифікацію видів діяльності в туризмі, яка дозволила систематизувати і структурувати ті види діяльності, які є найбільш характерними і визначальними для туризму.

У 2008 році ці рекомендації були переглянуті і прийняті нові Міжнародні рекомендації по статистиці туризму Всесвітньої туристичної організації. Документ включає в себе висновки Комітету зі статистики і сателітним рахункам туризму Всесвітньої туристичної організації, дані національних статистичних бюро, національних туристичних адміністрацій та міжнародних організацій, отримані під час всесвітньої консультації за змістом проекту.

Відповідно до міжнародних рекомендацій по статистиці туризму туристична індустрія включає в себе всі організації, у яких основний вид діяльності є характерним видом туристичної діяльності. Термін туристична індустрія аналогічний терміну сукупність характерних видів туристичної діяльності, часто вони використовуються як синоніми.

Характерними видами туристичної діяльності є види діяльності, які виробляють характерні туристичні продукти. Характерними туристичними продуктами є такі продукти, які задовольняють одному з двох або обом нижчевикладеним критеріям:

- туристичні витрати на продукт повинні складати істотну частку в загальних туристичних витратах відвідувачів (умова для попиту);



- туристичні витрати на продукт повинні складати істотну частку в вартості пропозиції продукту в економіці (умова для пропозиції). Цей критерій означає, що у відсутності відвідувачів може припинитися пропозиція характерного туристичного продукту в значній кількості.

Міжнародні рекомендації по статистиці туризму до характерних туристичних продуктів (галузей туристичної індустрії) відносять:

- розміщення відвідувачів,
- громадське харчування,
- залізничні пасажирські перевезення,
- автодорожні пасажирські перевезення,
- водні пасажирські перевезення,
- повітряні пасажирські перевезення,
- оренду транспортного обладнання,
- туристичні агентства та інші послуги резервування (послуги турагентств, туроператорів і інші послуги резервування),
- культурну діяльність (діяльність в сфері творчості, мистецтв і розваг, музейна діяльність і експлуатація історичних пам'яток і будівель, діяльність ботанічних і зоологічних садів і природних заповідників),
- спортивно-розважальну діяльність,
- роздрібну торгівлю характерними туристичними продуктами з урахуванням специфіки конкретної країни,
- характерну туристичну діяльність з урахуванням специфіки конкретної країни.

Економічна діяльність в галузі туризму визначається відповідно до товарів і послуг, які споживаються суб'єктами туризму.

Міжнародні рекомендації по статистиці туризму використовують міжнародну стандартну галузеву класифікацію всіх видів економічної діяльності (МСГК) і класифікації основних продуктів (КОП). Оскільки виробниче походження продукту (галузь МСГК, яка його виробляє) не є критерієм для об'єднання продуктів в межах однієї і тієї ж категорії КОП, немає чіткої взаємно-однозначної відповідності продуктів і галузей, які виробляють їх в якості основного випуску. Два продукти з однаковими характеристиками, але вироблені двома різними галузями МСГК, будуть класифікуватися в одній і тій же категорії КОП.

Міжгалузевий комплекс туристичної індустрії вирізняється:

багатокомпонентністю – значною кількістю різнорідних підприємств, установ, закладів, різних за технологіями, кадровим потенціалом та іншими галузевими ознаками, тобто належних до різних галузей економіки, але об'єднаних у даному випадку спільністю мети та об'єкта, на який спрямовані їх дії;

складністю внутрішньої структури, що обумовлено різнорідністю попиту, який до того ж постійно урізноманітнюється, обумовлюючи диверсифікацію індустрії туризму, тобто ускладнення її структури;

ієрархією цілей функціонування структурних складових, оскільки кожна з них спрямована на задоволення певних потреб: від фізіологічних (харчування, відпочинок) до духовних (екскурсії, музеї, театри тощо);

різноманітністю зовнішніх і внутрішніх комплексоутворювальних зв'язків, яка об'єктивно ґрунтується на полікомпонентності, забезпечує ефект мультиплікативності, коли за кожним компонентом індустрії туризму формується "шлейф" галузей, пов'язаних з нею виробничими зв'язками;

стадійністю споживання та організації обслуговування.

Складовими туристичної індустрії є підприємства та установи, мета функціонування яких полягає в задоволенні потреб (мотиваційних, змістовних, комфортності, безпеки тощо) подорожуючої людини – туриста або особи, яка

тимчасово перебуває поза межами постійного проживання, мандруючи з рекреаційно-пізнавальною або іншою некомерційною метою. Це потреби в наданні притулку, харчуванні, медичній або іншій допомозі в разі необхідності, у наданні побутових, торгових, інформаційних та інших послуг. Це також потреби в товарах специфічного призначення – спеціальне взуття, одяг, спорядження (рюкзаки, намети, байдарки тощо), у спеціальній інфраструктурі: готелі, турбази та притулки, облаштовані стежки та стоянки, підйомники та інше. Тобто, різноманітність туристичних потреб обумовлює полікомпонентність індустрії туризму, а ускладнення туристичного попиту – розвиток пропозиції закладів і номенклатури послуг по кожному зі структурних компонентів.

Таким чином, туристичною індустрією забезпечуються потреби туриста в послугах та товарах специфічного призначення.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Таким чином, туристична індустрія являє собою цілісну відтворювальну систему, що володіє інтегральним ефектом. Міжнародний туризм має величезний вплив на світову економіку. Ефективна діяльність сектора сприяє розвитку економіки і створенню робочих місць у багатьох частинах світу. Тому вкрай важливо, щоб країни заохочували політику, що сприяє неухильному зростанню туризму, включаючи полегшення подорожей, розвиток людських ресурсів і стійкість.

В даний час посилюється конкуренція на світовому туристичному ринку на всіх рівнях. Це пояснюється багатьма причинами, в тому числі:

- світовими кризовими явищами у фінансовій сфері;
- появою на ринку нових учасників - туристичних напрямків, які активно просувають себе як привабливі для туристів і перетягують на себе істотну частку туристичних потоків, наприклад, країни Південно-Східної Азії, Африки;
- виникненням нових форм проведення дозвілля, які з'являються в місцях постійного проживання потенційних туристів і тим самим зменшують потребу в традиційних подорожах, що веде до скорочення туристичних потоків і посилення конкуренції за споживача,
- зниженням темпів зростання туристичних потоків, що викликає посилення конкурентної боротьби за ринкову частку,
- зростанням кількості однотипних порівнянних за споживчими якостями туристичних продуктів (субститутів), що призводить до насичення пропозиції на туристичному ринку.

Однією з особливостей розвитку міжнародного туризму є його глобалізація. Це проявляється, зокрема, в тому, що поряд з міжнародними готельними мережами аналогічні корпорації починають з'являтися і в туризмі. Вони також активно проникають і на український туристичний ринок.

Розвиток світового туристичного ринку неминуче тягне за собою посилення конкуренції як між різними туристичними напрямками, так і окремими туристичними підприємствами та туристичними продуктами, що робить питання конкуренції в туризмі необхідним для подальшого вивчення.

#### СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Морозов М.А. Экономика туризма : учебник / М.А.Морозов, Н.С.Морозова, Г.А. Карпова, Л.В.Хорева. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.
2. World Tourism Organization UNWTO [Electronic Resources] / Access to the resource <http://www2.unwto.org>
3. Закон України «Про туризм» №324/95-вр від 15.09.1995 [Електронний ресурс] / Доступ до ресурсу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
4. The Comparative Economic Impact of Travel & Tourism [Electronic Resources] / Access to the resource [http://www.wttc.org/-/media/files/reports/benchmark%20reports/the\\_comparative\\_economic\\_impact\\_of\\_travel\\_\\_tourism.pdf](http://www.wttc.org/-/media/files/reports/benchmark%20reports/the_comparative_economic_impact_of_travel__tourism.pdf)

5. Туризм больших чисел [Электронный ресурс] / Доступ до ресурсу <http://www.kommersant.ru/doc/2821008>
6. MasterCard Global Destination Cities Index 2015 [Electronic Resources] / Access to the resource <http://newsroom.mastercard.com/digital-press-kits> / mastercard-global-destination-cities-index-2015/
7. Украина - Общий вклад туризма в ВВП [Электронный ресурс] / Доступ до ресурсу <http://knoema.ru/atlas/Украина/topics/Туризм> / Общий-вклад-туризма-в-ВВП / Общий-вклад-в-ВВП-доля-percent
8. Туристичні потоки [Электронный ресурс] / Доступ до ресурсу [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/tyr/tyr\\_u/potoki2006\\_u.htm](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm)
9. Балабанов И.Т. Экономика туризма / И. Балабанов, А. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2003. - 176 с.
10. Биржаков М.Б. Введение в туризм / М. Биржаков. — М–СПб.: «Издательский Дом ГЕРДА», НП «Издательство «Невский Фонд», 2014. — 544 с.
11. Квартальнов В.А. Туризм / В. Квартальнов. - Финансы и статистика, 2013. - 336 с.
12. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма / Н. Кабушкин. - Учебник. - Мн.: Новое знание, 2008. - 409 с.
13. Структури індустрії туризму [Электронный ресурс] / Доступ до ресурсу [http://studopedia.ru/2\\_82945\\_strukturi-industrii-turizmu.html](http://studopedia.ru/2_82945_strukturi-industrii-turizmu.html)