

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

ЧЕРНЕНКО ЖЕНЕВА ВІКТОРІВНА

**МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО
РОЗВИТКУ**

Спеціальність 242 Туризм
(код) (назва спеціальності)

Освітня програма Туризм
(назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Науковий керівник:


Торяник Володимир Миколайович,
доктор політичних наук, професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

№ 9 від 14.06.2022р

Завідувач кафедри

 Тетяна Терешченко
(підпис) (І'мя, ПРІЗВИЩЕ)

Дніпро, 2022

АНОТАЦІЯ

Черненко Ж. В. Міжнародний туризм в Україні та перспективи його розвитку: 77 с., 11 рис., 3 табл., 56 джерел літератури.

Дипломна робота на здобуття першого освітнього рівня «бакалавр з туризму». – Дніпровський гуманітарний університет, Дніпро, 2022.

Досліджено теоретичні особливості міжнародного туризму в Україні. Проведено аналіз міжнародного туризму в Україні та світі. Розглянуті можливості виходу туроператорів на європейські ринки.

Ключові слова: туризм, міжнародний туризм, туристичні потоки, розвиток міжнародного туризму, європейський туристичний ринок.

ANNOTATION

Chernenko Zh. V. International tourism in Ukraine and prospects for its development: 77 pages, 11 figures, 3 tables, 56 sources of literature.

Thesis for obtaining the first assessment level "bachelor in tourism". - Dnipro Humanities University, Dnipro, 2022.

The theoretical features of international tourism in Ukraine are studied. An analysis of international tourism in Ukraine and the world was carried out. Possibilities of tour operators entering European markets are considered.

Key words: tourism, international tourism, tourist flows, development of international tourism, European tourist market.

АННОТАЦИЯ

Черненко Ж. В. Международный туризм в Украине и перспективы его развития: 77 с., 11 рис., 3 табл., 56 источников литературы.

Дипломная работа на получение первого уровня «бакалавр по туризму». – Днепропетровский гуманитарный университет, Днепр, 2022.

Исследованы теоретические особенности международного туризма в Украине. Проведен анализ международного туризма в Украине и мире. Рассмотрены возможности выхода туроператоров на европейские рынки.

Ключевые слова: туризм, международный туризм, туристические потоки, развитие международного туризма, европейский туристический рынок.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ...	9
1.1. Визначення міжнародного туризму	9
1.2. Нормативно-правове забезпечення міжнародного туризму в Україні та світі	14
1.3. Різновиди міжнародного туризму	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	29
2.1. Аналіз туристичних потоків України	29
2.2. Аналіз світових туристичних потоків	36
2.3. Аналіз чинників розвитку туризму в Україні.....	41
РОЗДІЛ 3. МОЖЛИВОСТІ ВИХОДУ ТУРОПЕРАТОРІВ НА ЄВРОПЕЙСЬКІ РИНКИ	44
3.1. Стратегічні напрямки розвитку в'їзного та виїзного туризму.....	44
3.2. Особливості пошуку покупців на (онлайн) торгових та туристичних ярмарках	47
3.3. Рекомендації щодо покращення стимулювання в'їзного та виїзного туризму в Європі.....	61
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	72

ВСТУП

Актуальність роботи. Сьогодні туристична індустрія динамічно розвивається і навіть при сучасному нестабільному економічному становищі є найбільш прибутковою галуззю. Сучасна туристична індустрія у світовій господарській системі посідає провідні позиції: на неї припадає близько 10% від виробленого у світі валового продукту, близько 30% світової торгівлі послугами, 7% загального обсягу світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат. За даними Всесвітньої Туристської Організації, за останні 16 років доходи від міжнародного туризму зростали в середньому на 9% в рік. Для більш ніж 40 країн світу туристична галузь є основним джерелом надходжень національного бюджету, а для 70 – однією з трьох його основних статей.

За прогнозом UNWTO, до кінця 2022 р. число міжнародних туристичних поїздок складе більше 1,4 млрд., а надходження від туризму досягнуть 1,2 трлн. дол. США. Туризм робить величезний вплив на такі сектори господарства, як транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання і багато інших. Туризм сприяє збільшенню надходжень до бюджету, створенню нових робочих місць.

Незважаючи на світовий масштаб, туризм залишився регіональним і національним за змістовим наповненням. Ця галузь підтримує національні традиції, стимулює розвиток народних промислів, відродження рецептів приготування цікавих і смачних страв, вимагає збереження природи і створення сприятливих соціальних умов для свого функціонування, тому в багатьох країнах світу міжнародний туризм розвивається як система, яка надає всі необхідні можливості для ознайомлення з культурою, звичаями, історією, релігійними і духовними цінностями відповідної держави та її народу. Разом із тим міжнародний туризм є джерелом збагачення національної економіки, сприяє диверсифікованості економіки, що переконує у пріоритетності та

важливості розвитку цієї сфери. Тому досить актуальним залишається питання щодо вивчення сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму.

Україна об'єктивно має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатий природний, історико-культурний та потенціал. Таким чином, виникає об'єктивна необхідність дослідження перспектив зростання обсягів міжнародно – туристичних відвідувань, нарощення та диверсифікація туристичного продукту в конкурентних умовах розвитку національної економіки.

Проблематику дослідження розвитку туристичної сфери в Україні та світі викладенні в працях багатьох вітчизняних учених, зокрема А.Ю. Александрової, М.П. Афанасьєва, О.О. Бейдика, М.Г. Бойко, І.І. Винниченка, Л.С. Гринів, В.Г. Гуляєва, Н.А. Гук, М.І. Долішнього, І.В. Зоріна, В.С. Кравціва, В.Ф. Кифяка, В.С. Ковешнікова, О.О. Любіцевої, М.П. Мальської, О.І. Мілашовської, С.І. Мельниченко, С.П. Науменко, Я.Б. Олійника, Т.Г. Сокол, Т.І. Ткаченко, В.К. Федорченка, Л.М. Шульгіної та ін.. При цьому, у працях згаданих вчених майже відсутні дослідження, що дають всебічний і глибокий аналіз міжнародного туризму і його напрямів у цілому.

Отже, незважаючи на велику кількість публікацій, в науковій літературі як зарубіжній так і вітчизняній відсутні дослідження, що дають достатньо глибокий аналіз міжнародному туризму та характеристику сучасних тенденцій його розвитку. Адже сучасний стан розвитку туризму характеризується високими темпами зростання, виникають нові види туризму, розробляються нові туристичні маршрути, покращується сервіс обслуговування туристів, створюються нові робочі місця в цій сфері, розбудовується інфраструктура, впроваджуються нові технології в сферу туризму тощо.

Мета роботи полягає в аналізі сучасного стану міжнародного туризму в Україні та розкритті перспектив його подальшого розвитку.

Завдання дослідження: надати визначення міжнародного туризму; вивчити нормативно-правове забезпечення міжнародного туризму в Україні та світі; визначити різновиди міжнародного туризму; проаналізувати туристичні потоки в Україні; проаналізувати світові туристичні потоки; розглянути особливості ринку туроператорів країн Європи; визначити особливості пошуку покупців на (онлайн) торгових та туристичних ярмарках; проаналізувати стратегію розвитку міжнародного туризму в Україні.

Предметом дослідження є міжнародний туризм в Україні.

Об'єктом дослідження є стан та перспективи розвитку міжнародного туризму.

Методами дослідження є теоретичні положення та роботи вітчизняних та світових вчених в туристичній області, загальнонаукові принципи проведення комплексних досліджень. В робочому процесі використовувалися такі методи: метод групування та статистичного аналізу – при оцінюванні та аналізі туристичних потоків в Україні та світі, метод порівняння та графічний метод – при аналізі кількості міжнародних прибуттів в Україну та світових тенденцій, класифікація факторів впливу на розвиток міжнародного туризму в Україні.

Наукова новизна бакалаврської роботи полягає в: узагальнені теоретичні та прикладні аспекти міжнародного туризму як суспільно-географічного явища, з врахуванням сучасних наукових джерел; зроблено оцінювання факторів, які допомагають визначити привабливість комплексу міжнародного туризму в Україні на теперішній час; запропоновано рекомендації та шляхи вдосконалення для подальшого розвитку міжнародного туризму та можливості виходу вітчизняних туристичних підприємств на туристичний ринок Європи, що надасть можливість в майбутньому розвинути туристичний ринок на міжнародному рівні;

Практичне застосування одержаних результатів. Розроблені в бакалаврській роботі науково-методичні положення та рекомендації є підставою для роботи керівників та менеджерів туристичних підприємств.

ВИСНОВКИ

У сучасних умовах у галузі туризму тісно переплетені інтереси культури, транспорту, безпеки, готельного бізнесу, і інших. З урахуванням внутрішнього туризму, майже половина населення земної кулі щорічно стає туристами.

Існує декілька визначень міжнародного туризму.

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

Міжнародний (іноземний) турист - це міжнародний відвідувач, що здійснює щонайменше одну ночівлю в колективному чи індивідуальному засобі розміщення у відвідуваній країні.

Міжнародний (іноземний) одноденний відвідувач - це відвідувач, що здійснює щонайменше однієї ночівлю в колективному чи індивідуальному засобі розміщення у відвідуваній країні.

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

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

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

Міжнародний туризм характеризується рядом особливостей. По-перше невід'ємною частиною міжнародного туризму і головною його особливістю є туристичні формальності. Перетин державного кордону пов'язаний з певними формальностями: оформленням закордонних паспортів і віз, проходженням митних процедур, валютним до медичних контролем. Ці правила вводяться державою з метою боротьби з незаконною міграцією, міжнародним тероризмом, торгівлею наркотиками, проституцією тощо і забезпечують встановлений порядок в'їзду в країну і виїзду з неї. Спеціальні служби перевіряють дотримання туристами паспортно-візового режиму, вимог про вакцинацію (щеплення), правил і умов провезення через кордон речей, товарів, валютних засобів і проведення операцій по обміну валюти.

Інша особливість міжнародного туризму носить економічний характер і розкривається через вплив, яке міжнародний туризм має на платіжний баланс країни. Іноземні туристи, оплачуючи товари і послуги, забезпечують надходження валюти до бюджету приймаючої країни і тим самим активізують її платіжний баланс. Тому приїзд іноземних туристів одержав назву активного туризму. І навпаки, виїзд туристів пов'язаний з відтоком національної грошової одиниці з країни їх постійного мешкання. Міжнародні платежі по туристських операціях такого роду фіксуються в пасиві платіжного балансу країни - постачальника туристів, а сам туризм іменується пасивним.

Крім перерахованих ознак, характерних для туризму в цілому, міжнародний туризм має деякі особливості. Він відчуває на собі великий вплив публічно-правових норм, пов'язаних з перетином туристами державних кордонів. Як справедливо вважають вітчизняні та зарубіжні фахівці в галузі туризму, відвідування туристом іноземної держави неможливо без дотримання цілого ряду туристських формальностей. Це норми валютного, митного, прикордонного та іншого законодавства, що встановлюються відправляють і приймають державами або групами держав. Основи даного законодавства були закладені міжнародними деклараціями.

Аналіз міжнародного законодавства по туризму дозволяє відзначити, що на сьогоднішній день не існує єдиного підходу до поняття «туризм» через різноманіття виконуваних ним функцій і великого числа форм прояву. Крім того, в міжнародних правових документах відсутнє поняття «міжнародний туризм», хоча і визнаються його роль і значення в житті світової спільноти.

Класифікація туризму полягає у групуванні його за окремими однорідними ознаками, які залежать від певних практичних цілей. Найбільш поширеною класифікацією туризму є його розподіл за видами й формами.

Туризм можна розділити на шість окремих категорій, залежно від мети поїздки. Вони такі:

1) Рекреаційний: відводить людину від буденної рутини. І тут люди проводять своє дозвілля на пагорбах, морських пляжах тощо.

2) Культурний: задовольняє культурну та інтелектуальну цікавість і включає відвідування стародавніх пам'яток, місць історичного або релігійного значення тощо.

3) Спорт/пригоди: поїздки, здійснені людьми з метою гри в гольф, катання на лижах та походів, підпадають під цю категорію.

4) Здоров'я: у цій категорії люди подорожують для лікування, лікування або відвідують місця, де є можливості для лікування, наприклад, гарячі джерела, спа-йога тощо.

5) Конференц-туризм: він стає все більш важливим компонентом подорожей. Люди подорожують країною або за кордоном для участі в конгресах, пов'язаних з їхнім бізнесом, професією або інтересами.

6) Ін센див-туризм: великі компанії пропонують поїздки як стимул для дилерів і продавців, які досягли високих цілей у продажах. Це нове явище в туризмі, що розширюється. Це замість грошових заохочень чи подарунків. Сьогодні інсентив-туризм – це бізнес на 3 мільярди доларів лише у США.

Україна переповнена безліччю як широко відомих, так і зовсім невідомих, але надзвичайної краси туристичних визначних пам'яток: від

затишних старомодних середньовічних вуличок Львова до промислової архітектури та пейзажів півдня України, що захоплюють дух.

Країни з економікою, що розвивається, пропонують більше мандрівників і стають все більш популярними як туристичні напрямки. З сімома пам'ятками, які є частиною Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, Україна має численні історичні, культурні пам'ятки та рекреаційні ресурси, які відкривають значні можливості у сфері туризму.

З 2017 року Україна показала найвищі темпи зростання індексу конкурентоспроможності подорожей та туризму (ТТСІ) у субрегіоні Євразії, піднявшись на 10 позицій та посівши 78-е місце у світі. Зокрема, у міру стабілізації та економічного відновлення країни Україна різко покращила бізнес-середовище (124–103 місце), безпеку (127–107 місце), міжнародну відкритість (78–55 місце) та загальну інфраструктуру (79–73 місце).

Згідно з базою даних туристичного попиту та потоків GlobalData, у період з 2014 по 2019 рік в Україні спостерігалось значне зростання в'їзного туризму: у 2019 році кількість прибутків досягла піку приблизно в 2,5 мільйона осіб, а в 2020 році через пандемію впала на 71 %. Через дванадцять місяців прогнози показали позитивне зростання в 2021 році: очікувалось, що кількість в'їзних поїздок досягне близько 1,2 мільйона.

У першому півріччі 2021 року Україну відвідало 1 400 000 іноземців — це на 31% менше, ніж за аналогічний період 2020 року, і на 75% менше, ніж у першому півріччі 2019 року.

Тим часом у першій половині 2021 року кількість іноземців збільшилася на 9% порівняно з другою половиною 2020 року. У другому кварталі 2021 року спостерігалось значне зростання відвідувачів, їх кількість у 4 рази перевищила кількість прийнятих за відповідний період 2020 року та досягла 3 400 000 осіб. У першому кварталі 2021 року Київ відвідало 116 тисяч іноземних туристів.

70% іноземців, які відвідують Україну, — європейці (на 10% менше, ніж минулого року), 24% — представники азійського регіону (на 8% більше,

ніж у 2020 році), 2,8% прибутку з Північної Америки і лише 1 7% - громадяни Африканського континенту. .

Виручка суб'єктів господарювання, які займаються розміщенням та харчуванням в Україні, у 2020 році досягла 66,5 млрд гривень порівняно з майже 78 млрд гривень роком раніше. Прибуток у 2019 році був найвищим за спостеріганий період.

Пік туристичного потоку, що склав понад 124,4 тисячі осіб, припав на 2019 рік, коли інтерес до цього району викликав міні-серіал НВО про Чорнобильську катастрофу. 1986 року аварія на одному з реакторів Чорнобильської АЕС призвела до сильного радіоактивного забруднення району поблизу Прип'яті, який тоді перебував на території Української РСР.

2020 року 2,4 мільярди іноземних туристів вирушили до інших країн світу. США також відвідало 45,04 мільйона іноземних відвідувачів, що принесло близько 84,21 мільярда доларів доходу та посіло 3-є місце у світовому рейтингу. Перше місце посіла Франція зі 117,11 млн туристів.

Пандемія COVID19 у 2020 та 2021 роках мала значний вплив на галузь, яка неухильно зростала протягом десятиліть. Обмеження на поїздки спричинили масовий спад. [Міжнародний туризм: найбільш популярні країни. <https://www.worlddata.info/tourism.php>]

Число міжнародних туристичних прибутків у всьому світі різко скоротилося в 2020 році в порівнянні з попереднім роком через пандемію коронавірусу (COVID-19) і досягло приблизно 405 мільйонів людей, що є найнижчим показником з 1989 року. У той час як обсяг міжнародних туристичних прибутків збільшився приблизно на 5,4 відсотки. у 2021 році він залишався значно нижчим за допандемічний рівень і становив приблизно 427 мільйонів осіб.

У 2021 році кількість робочих місць у секторі подорожей та туризму в усьому світі склала 289 мільйонів осіб, що означає збільшення порівняно з попереднім роком, але залишається нижчим за показник, зареєстрований до пандемії. Сектор подорожей та туризму включає безліч галузей, включаючи

транспорт, розміщення, туристичні компанії, послуги харчування та напоїв та багато іншого. Пандемія COVID-19 так чи інакше торкнулася всі ці галузі.

Європейський ринок туроператорів є суттєвим та конкурентоспроможним. Проте з початком пандемії COVID-19 ринок змінився і більшість туроператорів переживають непрості часи. Багатьом довелося скоротити чисельність персоналу і припинити, або відкласти заплановані поїздки. Дехто не зберігся. Тим не менш, у міру відновлення туризму у постачальників з'являться нові можливості для тісної співпраці з європейськими покупцями за умови, що для забезпечення безпеки клієнтів можуть бути реалізовані нові правила та протоколи з охорони праці та техніки безпеки.

Сектор туризму має безліч нішевих сегментів, кожен із своїми індивідуальними потребами. Потреби та бажання європейського мандрівника змінюються. Пандемія підвищила попит на стійкі, змістовні та унікальні подорожі, оскільки мандрівники прагнуть звести до мінімуму свій негативний вплив на пункт призначення та зробити позитивний внесок у місцеві спільноти та економіку. Звички до бронювання також змінюються, тому що дедалі більше людей бронюють відпочинок, тури та заходи в Інтернеті. Тому в українських туристичних операторів з'явилась можливість підкорювати європейський ринок.

Основні канали закупівель на європейському ринку

- Спеціалізовані туроператори обслуговують певний тип мандрівників або нішевий сегмент та відносно невелику кількість мандрівників.
- Загальні туроператори охоплюють багато сегментів ринку та обслуговують велику кількість мандрівників.
- Турагенти зазвичай продають відпочинок від імені туроператорів.
- Інтернет-турагенти (OTA) продають різноманітні туристичні продукти в Інтернеті.

В результаті, маршрути закупівель на європейському ринку включають як традиційні, так і нові канали.

Існує два типи туристичних ярмарків: бізнес для бізнесу (B2B) та бізнес для споживача (B2C). Деякі ярмарки поєднують у собі те й інше, присвячуючи певні області чи дні кожному цільовому ринку. Туристичні ярмарки згадуються по-різному, включаючи ярмарки подорожей або туризму (зазвичай B2B), туристичні виставки або споживчі виставки (зазвичай B2C) або їхню комбінацію.

Європейські туроператори часто виставляються на ярмарках B2C, щоб залучити потенційних мандрівників, але також відвідують виставки B2B для встановлення контактів та виявлення нових напрямків. Місцеві туроператори можуть брати участь у ярмарках B2B, щоб залучити покупців та поспілкуватися з організаціями, яким ви хочете продавати. Однак участь у них коштує дорого.

Інтернет-турагенти – це найшвидше зростаючий канал продажу турів, заходів та атракціонів. OTA, що продають неповний день, денні та короткі поїздки та враження, широко використовуються FIT. Європейські туроператори використовують OTA для продажу своїх багатоденних турів. Найдешевший варіант для нових операторів туристичного — створити власний веб-сайт за допомогою онлайн-конструктора веб-сайтів, який пропонує безкоштовну послугу в обмін на розміщення свого бренду на веб-сайті. Веб-компанії пропонують велику онлайн-підтримку, щоб допомогти вам створити надихаючий контент, вихідні зображення та максимізувати пошукову оптимізацію (SEO). В якості альтернативи ви можете найняти позаштатного веб-дизайнера з онлайн-реєстру.

Соціальні мережі - важливий інструмент у туристичній індустрії. Використання соціальних мереж має бути невід'ємною частиною бізнес-маркетингової стратегії новачка на ринку та допоможе зв'язатися з покупцями, підвищити поінформованість про організацію та збільшити продажі. Туроператори регулярно використовують соціальні мережі, щоб

зв'язатися з клієнтами, що подорожують, і знайти постачальників. Зв'язування соціальних мереж з сайтом також покращить SEO.

Онлайн-соціальні мережі, такі як Facebook та Instagram, також широко використовуються мандрівниками для обміну історіями, зображеннями, відео та дослідженнями майбутніх поїздок. Провідними платформами, які регулярно використовуються професіоналами у сфері туризму, є Facebook, LinkedIn, Instagram, Pinterest і Twitter. Хороші зображення та відео-історії в Instagram особливо важливі для самостійних мандрівників, особливо у віці від 16 до 40 років.

Таким чином, навіть знаходячись за тисячі кілометрів можна отримати потенційних споживачів на європейському ринку!

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo37.htm
2. Великочий В.С. Міжнародний туризм [Текст]: навч. посібник для студ. спец. 8.14010301 2015 Івано-Франківськ Видавець Кушнір Г. М. 2015
3. Великочий В.С. Міжнародний туризм [Текст]: навч. посібник для студ. спец. 8.14010301 2015 Івано-Франківськ Видавець Кушнір Г. М. 2015
4. Туризм в Україні.
<https://www.worlddata.info/europe/ukraine/tourism.php>
5. <https://www.indexmundi.com/facts/ukraine/international-tourism>
6. Л. А. Бондаренко. Міжнародний туризм в Україні: проблеми та перспективи подальшого розвитку. *Ефективна економіка* № 11, 2016.
<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5289>
7. Країни світу. Міжнародний туризм. Україна туристична. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://svit.ukrinform.ua/turism.php?page=ukr_tur&id=23762;
8. Парфіненко А. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 126. – Ч. 1. – С. 12–23.;
9. UNWTO. (2015). Barometr svetovoho turyzmu [World tourism Barometer]. Vol. 13.
Retrieved from [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom15_06_december_excerpt_2015.pdf;](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom15_06_december_excerpt_2015.pdf)
10. Карачина Н. Розвиток міжнародного туризму в Україні у контексті світової інтеграції / Н. Карачина, О. Савіцька // Молодий вчений. – 2014. – № 5 (08). – С. 109–113.;
11. Зайцева В. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі / В. Зайцева, О. Корнієнко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 2 (8). – С. 55–65.;

12. Романюк С. Туристична галузь України: руїна чи низький старт? / С. Романюк [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://novosti-turbiznesa.info>.;

13. Концепція розвитку туризму і курортів в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://tourism.gov.ua/>.;

14. Країни світу. Міжнародний туризм. Україна туристична. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://svit.ukrinform.ua/turism.php?page=ukr_tur&id=23762.;

15. Міжнародний туризм [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://wikipedia.org>.;

16. Дяченко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дяченко. — К. : Центр навч. літ-ри, 2007. — 224 с.

17. Про розвиток туристичної галузі України. URL: <http://narodna.pravda.com.ua/travel/5b5f15f4d5bbb/> (дата звернення: 18.02.2021).

18. Гаман П. І. Особливості управління туристично-рекреаційним комплексом регіону. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. 2014. Вип. 2(17).

19. Проект закону України «Про туристичні ресурси». URL: <http://www.tourism.gov.ua>

20. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>

21. Обозна А. О. Аналіз стану розвитку вітчизняної туристичної галузі у відповідності з міжнародними рекомендаціями статистичних показників. Ефективна економіка. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7153>

22. Волчецький Р. В. Роль туристичних інформаційних центрів у сучасній індустрії туризму. Наукові праці. Державне управління. 2012. Вип. 182. Т. 194. С. 126–128.

23. Марченко О. А. Концептуальні засади регіонального розвитку туристичної індустрії. Економіка і суспільство. 2017. № 10. С. 454–458.
24. Білецька, І. Діловий туризм у контексті розвитку міжнародного туризму [Текст] / І. Білецька // Журнал Європейської економіки. – 2011. – : Т.10№2. – С. 178-187.
25. Гарбера, О. Місце міжнародного туризму в системі світового ринку послуг [Текст] / О. Гарбера // Економіка та держава. – 2009. – №12. – С. 54-57.
26. Данильчук, В.Д. Мировой рынок услуг турбизнеса [Текст] : учеб. пособие / В. Д. Данильчук. – Донецк : ДИТБ, 2000. – 146с.
27. Заневська, Л.Г. Знання та вміння з інформаційних технологій рекреаційно-туристській діяльності фахівців фізичного виховання [Текст] / Л. Г. Заневська // Теорія та методика фізичного виховання. – 2007. – №3. – С. 41-44.
28. Заячківська, Г. Міжнародний туризм в Україні: проблеми розвитку та шляхи вирішення [Текст] / Г. Заячківська // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2010. – №4. – С. 129-133.
29. Заячківська, Г.А. Культура як феномен маркетингу міжнародного туризму [Текст] / Г. А. Заячківська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – №3,Т.2. – С. 105-107.
30. Зима, О.Г. Конспект лекцій "Організація міжнародного туризму" з навчальної дисципліни "Організація туризму" [Текст] / О. Г. Зима, Н. А. Дехтяр. – Х. : ХНЕУ, 2008. – 240с.
31. Коляда, О.В. Розвиток міжнародного туризму як чинник формування середнього класу в Україні [Текст] / О. В. Коляда // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – №4,Т.3. – С. 209-212.

32. Кравчук, О.А. Використання інформаційних технологій у міжнародному туризмі [Текст] / О. А. Кравчук // Современные достижения в науке и образовании. – 2007. – С. 177-184.
33. Кравчук, О.А. Використання сучасних інформаційних технологій у туристичній галузі Криму [Текст] / О. А. Кравчук, О. М. Синюк // Актуальні проблеми гуманітарних та природничих наук. – 2009. – Вип.5. – С. 166-168.
34. Ліманський, А. Міжнародний туризм в епоху глобалізації [Текст] / А. Ліманський, Я. Ружковський // Журнал Європейської економіки. – 2005. – №3, Т.4. – С. 295-306.
35. Мацкевич, Н.М. Структура міжнародного туристичного руху [Текст] / Н. М. Мацкевич, С. В. Калитка, Т. Г. Овчаренко // Теорія та методика фізичного виховання. – 2007. – №12. – С. 16-18.
36. Мельниченко, С. Вплив інформаційних технологій на маркетинг туристичних підприємств [Текст] / С. Мельниченко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2007. – №5. – С. 68-74.
37. Мельниченко, С. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності [Текст] / С. Мельниченко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2010. – №2. – С. 131-143.
38. Мельниченко, С. Сучасні інформаційні технології в діяльності підприємств туристичної індустрії [Текст] / С. Мельниченко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2004. – №1. – С. 70-76.
39. Овчаров, А. Развитие международного туризма: факторы риска [Текст] / А. Овчаров // Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – №9. – С. 48-57.
40. Олійник, Г.В. Становлення та розвиток міжнародного туризму [Текст] / Г. В. Олійник // Держава та регіони. – 2006. – №3. – С. 403-405.

41. Ореховська, Т. Міжнародний туризм як вектор регіонального розвитку [Текст] / Т. Ореховська // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2005. – №5-2. – С. 252-256.
42. Пинда, Р. Міжнародний туризм та напрями його розвитку в Україні [Текст] / Р. Пинда // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2005. – №5-2. – С. 247-251.
43. Поліщук, В. Рекомендації щодо застосування сучасних інформаційних технологій у туристичній картографії [Текст] / В. Поліщук, Б. Б. Артамонов // Актуальні проблеми гуманітарних та природничих наук. – 2009. – Т.1№Вип.4.-Вип.4. – С. 144-146.
44. Правик, Ю.М. Маркетинг туризму [Текст]: підручник / Ю. М. Правик. – К.: Знання, 2008. – 303с. – (Вища освіта ХХІ століття).
45. Сахарова, Т. Формування каналів збуту в міжнародному туризмі [Текст] / Т. Сахарова // Маркетинг в Україні. – 2010. – №5. – С. 39-42.
46. Скопень, М.М. Інформаційні системи і технології маркетингу в туризмі [Текст]: навч. посіб. / М. М. Скопень, М. К. Сукач. – К.: Каравела, 2010. – 336с.
47. Смирнов, І.Г. Логістика туризму [Текст]: навч. посіб. / І. Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444с. – (Вища освіта ХХІ століття).
48. Тарасюк, О. Теорія та світовий досвід розвитку міжнародного туризму [Текст] / О. Тарасюк // Держава та регіони. – 2007. – №3. – С. 327-330.
49. Фарина, Л. Глобалізаційні процеси на прикладі розвитку послуг міжнародного туризму [Текст] / Л. Фарина // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2005. – №5-2. – С. 235-241.
50. Стратегічна концепція технології керування корпоративними даними в туризмі як управління неструктурованою корпоративною інформацією [Текст] / Н. Б. Шаховська, Я. І. Виклюк, Д. І. Угрин, Я. П. Кісь // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2009. – №18(653). – С. 207-214.

51. Інформаційні технології та вимірювальні засоби діагностування турбоагрегатів [Текст] / М. Г. Шульженко, Ю. Г. Єфремов, В. І. Цибулько, О. В. Депарма // Автоматизація виробничих процесів у машинобудуванні та приладобудуванні. – 2011. – №45. – С. 445-451.

52. Інформаційні технології в міжнародному туризмі
http://pidruchniki.ws/16381204/turizm/informatsiyni_tehnologiyi_mizhnarodnomu_turizmi

53. Зміст поняття "міжнародний туризм". Туристичні послуги
<http://www.ebk.net.ua/Book/MenedgmentZED/10->

54. Міжнародний туризм http://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo37.htm

55. Застосування інформаційних технологій в туристичній галузі України
http://mdgu-kid.at.ua/publ/zastosuvannja_informacijnikh_tekhnologij_v_turistichnij_galuzi_ukrajini/1-1-0-3

56. Управління суб`єктами туристичної діяльності з застосуванням інформаційних технологій http://tourlib.net/statti_ukr/melnuchenko2.htm

Ім'я користувача:
Федосова Юлія

ID перевірки:
1011660615

Дата перевірки:
03.07.2022 00:52:58 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
03.07.2022 00:54:14 EEST

ID користувача:
100005559

Назва документа: Диплом Черненко Женева Т-18

Кількість сторінок: 73 Кількість слів: 15775 Кількість символів: 119144 Розмір файлу: 286.58 KB ID файлу: 1011527

33.7%

Схожість

Найбільша схожість: 9.89% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1011523037)

29.7% Джерела з Інтернету 339

Сторінка 75

22% Джерела з Бібліотеки 109

Сторінка 79

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0%

Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

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

Замінені символи 1