

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**РОМАНОВА Анна Анатоліївна**



**УДК 338.48:330.35(477)(043.3)**

**СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ  
УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**Спеціальність 08.00.03 – економіка та управління  
національним господарством**

**АВТОРЕФЕРАТ  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
доктора економічних наук**

**Чернігів – 2020**

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Чернігівському національному технологічному університеті Міністерства освіти і науки України.

**Науковий консультант:** доктор економічних наук, професор  
**Шкарлет Сергій Миколайович,**  
Чернігівський національний технологічний  
університет Міністерства освіти і науки України,  
ректор.

**Офіційні опоненти:** доктор економічних наук, доцент  
**Басюк Дарія Іванівна,**  
Національний університет біоресурсів і  
природокористування України  
Міністерства освіти і науки України,  
завідувач кафедри туристичного та  
готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу;

доктор економічних наук, професор  
**Покатаєва Ольга Вікторівна,**  
Класичний приватний університет,  
перший проректор з науково-педагогічної та  
наукової роботи;

доктор економічних наук, доцент  
**Черниш Ірина Володимирівна,**  
Національний університет «Полтавська політехніка  
імені Юрія Кондратюка»  
Міністерства освіти і науки України,  
директор Навчально-наукового інституту фінансів,  
економіки та менеджменту.

Захист відбудеться «23» червня 2020 р. об 11<sup>00</sup> годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 79.051.04 у Чернігівському національному технологічному університеті за адресою: 14035, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95, ауд. 318.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Чернігівського національного технологічного університету за адресою: 14035, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95.

Автореферат розісланий «22» травня 2020 р.

**Вчений секретар**  
спеціалізованої вченої ради,  
доктор економічних наук, професор



**В. В. Виговська**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Туристична індустрія як сукупність видів економічної діяльності, що беруть участь у виробленні та реалізації туристичних продуктів, відіграє помітну роль у сучасній світовій економіці. Згідно з висновками Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО), нині в туристичній індустрії зайнята приблизно десята частина працездатного населення світу. Для багатьох країн світу доходи від діяльності організацій туристичної індустрії забезпечують найбільший обсяг бюджетних доходів.

Як показує світовий досвід, туристична індустрія може відігравати важливу роль у підтримці високих темпів економічного зростання як на рівні національного господарства, так і на рівні окремих територій. Туристична індустрія, на відміну від традиційних галузей промисловості, представлена підприємствами різного масштабу (великими, середніми, малими), у тому числі сімейними та приватними підприємствами.

Економічна діяльність із вироблення різноманітних туристичних продуктів є потенційно високорентабельною та здатна генерувати порівняно високий рівень прибутку (на одиницю вкладеного капіталу). Крім того, ця діяльність має високий експортний потенціал, оскільки значна частина туристичних продуктів споживається нерезидентами, саме тому розвиток туристичної індустрії сприяє поліпшенню показників платіжного балансу, а також зростанню зайнятості.

Значні позитивні наслідки від розвитку туристичної індустрії можуть бути отримані в населених пунктах різного масштабу, зокрема завдяки розвитку сільського зеленого туризму. Зазначене є дуже актуальним для будь-якої країни, оскільки у світі актуалізується проблема підтримки економічного та соціального розвитку сільських населених пунктів та сільських територій. Розвиток туристичного бізнесу стимулює реалізацію інвестиційних проєктів із розбудови готельно-туристичної, відпочинкової, ресторанної та транспортної інфраструктури, що каталізує економічне зростання та підвищення якості життя населення. Водночас у теорії та практиці управління національним господарством виникають труднощі щодо оцінювання внеску туристичної індустрії (діяльності підприємств сфери туризму) у формування макроекономічних показників.

Проблема вироблення стратегічних основ економічного розвитку туристичної індустрії є особливо значущою для країн із перехідними економіками, у тому числі і для України. Зокрема, у нашій державі, з одного боку, нагромаджений багатий туристичний (у тому числі курортний) потенціал, а з іншого – цей потенціал використовується недостатньо, не створені належні організаційно-економічні умови стимулювання ефективного туристичного підприємництва. Крім того, розвиток туристичної індустрії в Україні стримується через неефективну модель державної підтримки розвитку сфери туризму й курортів, недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури, технологічного забезпечення туристичних та курортних операторів,

невідповідності менеджменту та сервісу закладів розміщення світовим стандартам.

Проблемам розвитку сучасної туристичної індустрії та її впливу на економічний розвиток присвячені наукові праці українських учених В. Великочого, О. Гонти, Ж. Дерій, О. Дутчак, М. Забаштанського, С. Захаріна, В. Коваль, М. Мальської, А. Парфіненко, О. Покатаєвої, А. Рогового, Л. Устименко, І. Черниш, С. Шкарлета, В. Шикеринець, а також закордонних дослідників М. Горовитця, В. Джорджа, С. Гріна, М. Ексворфі, І. Йомана, Н. Лунта, М. Моуфорта, Е. Халагер, С. Хорнера, Д. Хорсфолл, Р. Манніон, Р. Шарплі та ін.

Значний внесок у формування засадничих основ дослідження туристичної сфери, розширення категоріального апарату економіки туризму та підвищення конкурентоспроможності українського туристичного продукту зробили В. Антоненко, М. Борушак, Н. Ведмідь, В. Кифяк, Д. Корнева, О. Любіцева, Т. Ткаченко, В. Федорченко, В. Цибух, С. Шепелюк, Є. Щепанський.

Дослідженням економічного розвитку туристичної індустрії присвячено наукові праці таких науковців: Д. Басюк; В. Кулеш, В. Пацюк, Л. Забуранна, Н. Липчук, Ф. Шандор, Л. Божко, А. Гаврилук, Т. Герасименко, Н. Резнікова, О. Іващенко, М. Рутинський, О. Колотуха, С. Нікітенко та ін.

Проте варто зазначити, що зазвичай наукові праці концентруються на розгляді туристичної індустрії як об'єкту управління у державній сфері, через що відчувається дефіцит економічних досліджень, пов'язаних зі стратегічним управлінням туристичною індустрією в контексті динаміки глобалізаційних економічних процесів.

Актуалізує дослідження необхідність розробки ефективної стратегії економічного розвитку національної туристичної індустрії з урахуванням передумов, комплексного аналізу особливостей і сучасних тенденцій розвитку туристичного сектору як складової національного господарства в умовах глобалізації. Важливість дослідження цих питань обумовили вибір теми дисертаційної роботи, визначення її мети, завдань, структури та змісту.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертація виконувалась відповідно до планів науково-дослідних робіт Чернігівського національного технологічного університету МОН України за темами: «Стратегічні пріоритети та механізми фінансового забезпечення інноваційного розвитку базових галузей національного господарства» (номер державної реєстрації 0118U004407), у межах якої розроблено фінансові інструменти запобігання ризикам у туристичному секторі України; «Розвиток економіки в умовах глобалізаційних викликів: національний та регіональний виміри» (номер державної реєстрації 0116U003596), де автором сформовані науково-методологічні підходи до формування стратегічних засад економічного розвитку туристичної індустрії в умовах глобалізації; «Методологія управління регіональними підприємствами різних організаційно-правових форм» (номер державної реєстрації 0115U000892), у межах якої дисертантом запропоновано напрями імплементації досвіду країн ЄС щодо формування туристичного ринку регіону (довідка про впровадження № 203/08 – 2236 від 25.10.2016 року).

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є розробка теоретико-методологічних положень і науково-практичних рекомендацій щодо формування стратегії економічного розвитку туристичної індустрії та механізму її реалізації в умовах глобалізації.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення таких завдань:

- розкрити наукові підходи до розуміння змісту, принципів, функцій та специфічних рис туристичної індустрії як складової національної економіки в умовах глобалізації;
- визначити та розвинути поняттєво-категоріальний апарат туризмології та економіки туризму, зокрема в частині адаптації універсальної міжнародної термінологічної системи з урахуванням соціально-економічних та історичних аспектів розвитку туристичної індустрії в Україні;
- висвітлити діалектику змісту стратегії економічного розвитку туристичної індустрії;
- обґрунтувати вихідні методологічні положення формування стратегії економічного розвитку туристичної індустрії;
- з'ясувати зміст, складові та роль інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ) у стратегічному плануванні економічного розвитку туристичної індустрії в умовах глобалізації;
- розкрити значущість туристичної індустрії у світовій економіці та ідентифікувати ключові загрози її розвитку;
- здійснити комплексне оцінювання стану туристичної індустрії України;
- розробити стратегію економічного розвитку туристичної індустрії в Україні та висвітлити етапи й механізм її реалізації;
- обґрунтувати методичні положення прогнозно-аналітичної оцінки ефективності стратегії економічного розвитку туристичної індустрії в Україні;
- сформулювати науково-практичні рекомендації щодо забезпечення конкурентоспроможності українського туристичного сектору в умовах економічної нестабільності з урахуванням позитивного досвіду країн світу;
- розробити теоретичну конфігурацію системи моніторингу фінансової стабільності туристичних операторів як елемента стратегічного управління розвитком туристичної індустрії;
- обґрунтувати пропозиції щодо перспективної моделі оподаткування підприємств сфери туризму України з урахуванням викликів глобалізації.

*Об'єктом дослідження* є процеси розвитку туристичної індустрії України.

*Предметом дослідження* є сукупність теоретико-методологічних, методичних та прикладних аспектів формування та реалізації стратегії економічного розвитку туристичної індустрії України в умовах глобалізації.

**Методи дослідження.** Методологічною основою дослідження стали загальнонаукові та спеціальні методи пізнання економічних явищ і процесів. При формулюванні понять і категорій використовувався метод абстрагування; для узагальнення ключових глобальних та національних тенденцій розвитку туристичної індустрії застосовувались методи аналізу, синтезу, індукції, дедукції; у процесі дослідження особливостей розвитку туристичної індустрії

на різних етапах функціонування ринкового господарства – методи ретроспективного аналізу; для логічних зіставлень позицій різних учених щодо окремих аспектів розвитку туристичної індустрії використовувався логіко-аналітичний метод; для виявлення характеру, значущості впливу окремих економічних явищ та процесів на обраний об'єкт дослідження – статистичні методи; для спостереження, виміру й опису характеристик досліджуваної системи – метод системного аналізу; для систематизації даних, розрахунку прогнозних даних розвитку туристичної індустрії застосувались економіко-статистичні та прогнозно-аналітичні методи; для наочного відображення інформації – метод графічної візуалізації.

*Інформаційну та фактологічну базу* становлять нормативно-правові та законодавчі акти, монографічні дослідження та наукові публікації провідних вітчизняних і закордонних науковців за напрямом дослідження, аналітична інформація науково-дослідних установ, статистичні матеріали та звітні дані Державної служби статистики України, публікації міжнародних організацій, тексти міжнародних договорів, ресурси мережі Інтернет, особисті спостереження та розрахунки дисертанта.

**Наукова новизна одержаних результатів.** Основні положення дослідження, що характеризують наукову новизну одержаних результатів, які є особистим здобутком автора та виносяться на захист, полягають у наступному:

*уперше:*

- розроблено дескриптивну модель національної стратегії економічного розвитку туристичної індустрії, яка репрезентована описом спеціальної термінології, змісту, етапів такої стратегії, послідовності їх реалізації, об'єктивних взаємозв'язків між етапами стратегічного розвитку туристичної індустрії, умов та механізму реалізації розробленого плану дій, сукупності показників для визначення ефективності стратегії та прогнозування (KPI), що дало змогу сформулювати наукове бачення щодо реалізації проєктів стратегічних документів у сфері державного регулювання розвитку туристичної індустрії;

- обґрунтовано багатофакторну модель розвитку української туристичної індустрії (БМРТ), яку репрезентовано через розкриття сукупності економічних, соціальних і ресурсних факторів формування економічної діяльності у сфері туризму та враховує ключові виклики глобалізації, інтернаціоналізації ринку туристичних послуг і стан еколого-економічної ситуації в окремих країнах світу;

- розроблено методологічні положення оцінювання стратегічних завдань розвитку туризму в розрізі регіонів, що передбачає проведення маркетингового дослідження за обраними алгоритмами та рейтингування туристичних дестинацій на основі результатів досліджень, що дає змогу врахувати регіональні особливості при стратегічному плануванні розвитку туристичної індустрії на національному та регіональному рівнях;

- запропоновано методичний підхід до оцінювання туристичної сегментації територій як необхідного елемента формування стратегічного плану економічного розвитку туристичної індустрії національного господарства, який включає сукупність індикаторів, що дозволяють типізувати території за рівнем

розвитку туризму, його інфраструктури, потенціалом нарощування туристичних потоків і на цій основі окреслити орієнтири, цілі, завдання, методи їх вирішення залежно від регіону країни;

- розроблено теоретико-методичну концепцію туристичного таргетування, яке передбачає стратегічне сегментування туристичного ринку на основі врахування наявного ресурсного потенціалу у сфері туризму та курортів, і на цій основі сформовано перелік пріоритетних аудиторій споживачів українського туристичного продукту та пріоритетних видів туризму, надано рекомендації щодо створення конкурентоспроможного туристичного продукту під обрані цільові аудиторії; проведено районування українських регіонів за спеціалізацією на певних видах туризму;

*удосконалено:*

- класифікацію факторів ефективності реалізації стратегії економічного розвитку туристичної індустрії за рахунок доповнення їх переліку такими ознаками: ступінь інтегрованості всіх зацікавлених сторін (представників влади, туристичного бізнесу та громадянського суспільства, які захищають інтереси споживачів туристичного продукту); врахування наявних ресурсів та зовнішніх ризиків; відповідності повноважень виконавців, здатності ухвалювати рішення та/або наявності політичної волі виконувати стратегію; проміжку часу між моментом розробки стратегії та прийняттям її до виконання (управлінський часовий лаг), що дозволило здійснити наукове обґрунтування перспективних завдань стратегії економічного розвитку туристичної індустрії на довгострокову перспективу;

- методичні положення з оцінювання стану туристичної індустрії, що передбачає використання ряду критеріїв, зокрема продуктивності та впливу туризму на економіку; туристичної привабливості дестинації; інституційної спроможності. Вищевказане дозволить проводити оперативне оцінювання динаміки рівня розвитку туристичної індустрії під впливом глобалізаційних процесів та стати основою для ухвалення управлінських рішень у сфері державного регулювання туристичної діяльності;

- науковий підхід до моніторингу фінансової стабільності туристичних операторів як елемента стратегічного управління розвитком туристичної індустрії, який, на відміну від усталеної практики, передбачає збалансоване оцінювання якісних та кількісних аспектів їх господарської діяльності (якісний полягає у виявленні можливих ризикових сценаріїв, а також у виробленні запобіжних заходів, а кількісний – у вияві впливу можливих сценаріїв на туристичний ринок, ліквідність, прибутковість тощо), який дозволяє здійснювати мінімізацію негативного впливу погіршення фінансової спроможності туристичних операторів на розвиток туристичної сфери обґрунтовано перелік показників, які дають змогу здійснювати вказаний моніторинг;

*набули подальшого розвитку:*

- понятійно-категоріальний апарат туризмології та економіки туризму в частині уточнення змісту понять: «туристична індустрія», яку запропоновано розглядати через сукупність галузей (видів економічної діяльності)

національного господарства, які здатні виробляти туристичний продукт із доданою вартістю та сприяти економічному розвитку держави; «туристична сфера», до якої запропоновано включати об'єкти та заклади історико-пізнавального, ділового, медично-оздоровчого, спортивного, культурно-розважального та відпочинкового призначення, заклади громадського харчування, фінансово-банківські установи, організації, які безпосередньо виробляють туристичні продукти або беруть участь у наданні туристичних та супутніх послуг. Це дозволило розвинути теоретичні положення економіки туризму та методологію прогнозування туристичних потоків на національному та регіональному рівнях;

- експлікація нерозвинутості національної туристичної інфраструктури в частині ідентифікації ключових викликів формування ринку туристичних послуг, зокрема: диспропорція за видами транспортних перевезень; низька якість дорожнього покриття; монополія на ринку авіаперевезень; неефективна логістика залізничних напрямків і застарілий рухомий склад пасажирських потягів; занепад річкового та морського судноплавства; скорочення кількості закладів розміщення; низька кількість категоризованих готелів; несучасний зв'язок; відсутність національної мережі туристичних шляхів, що надало можливість обґрунтувати пропозиції щодо посилення конкурентоспроможності туристичної інфраструктури України, зокрема шляхом імплементації рекомендацій і стандартів міжнародних організацій до стратегічних документів туристичного розвитку України;

- аналітичний базис оцінювання основних трендів та проблем розвитку туристичної індустрії України з урахуванням викликів глобалізації, який ґрунтується на методології сценарного прогнозування, що дало змогу виробити науково обґрунтовані положення щодо внесення змін та доповнень до стратегічних документів із питань розвитку туризму та курортів України на середньострокову перспективу;

- науково-прикладні рекомендації щодо популяризації туристичного продукту України у світовому інформаційному просторі, що, на відміну від загальновідомих, включають реалізацію заходів іміджевого, маркетингового, виставкового та інформаційно-комунікаційного характеру на основі удосконалення організаційно-економічних механізмів фінансування виконання відповідних робіт. Це сприятиме нарощенню туристичних потоків в Україну та зростанню питомої ваги туристичної галузі та ВВП країни;

- комплекс динамічних характеристик процесу сценарного прогнозування розвитку туристичної індустрії, зокрема: розроблено організаційно-управлінську модель проектування та реалізації стратегії туристичного розвитку, що складається з дев'яти етапів, які умовно можна об'єднати в чотири блоки: аналітичний, стратегічний, маркетинговий та практичний;

- науково-теоретичні підходи економічної оцінки впливу «позаекономічних факторів» на розвиток туристичної індустрії (стан розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, збройний конфлікт, візові обмеження, політика візової лібералізації, деструктивні впливи неофіційного



туризму тощо), що дало змогу розширити наукове бачення про напрями та завдання розвитку туристичної індустрії.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що теоретичні та методологічні положення дисертаційної роботи доведено до рівня конкретних методичних і практичних рекомендацій, які можуть бути застосовані у діяльності законодавчих і виконавчих органів влади при формуванні стратегії економічного розвитку туристичної індустрії, а також у нормопроектній практиці.

Основні положення, висновки та рекомендації дослідження були використані у роботі: Комітету Верховної Ради України з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму – при розробці низки законопроектів щодо формування стратегічних засад розвитку туристичної індустрії України в умовах глобалізації (акт № 04-33/19-780/131127 від 19.07.2019 р.); Міністерства молоді та спорту України – при розробці Державної цільової соціальної програми «Молодь України» на 2016–2020 рр. (довідка № 5743/3.3 від 19.07.2019 р.); Управління туризму та промоцій Київської міської державної адміністрації – при розробці міської цільової програми розвитку туризму в м. Києві на 2019–2021 роки (довідка № 065/04-705 від 05.08.2019 р.); Управління туризму, рекреації та курортів Одеської обласної державної адміністрації – при розробці «Програми розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017–2020 роки» та при розробці дорожньої карти та стратегічного портфеля проектів розвитку курорту «Куяльник» (довідка № 01/01-15/498 від 19.07.2019 р.); Департаменту економічного розвитку і торгівлі Закарпатської обласної державної адміністрації – при розробці «Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016-2020 роки» (довідка № 03/749 від 06.09.2019 р.); Державного підприємства «Український центр міжнародної освіти» Міністерства освіти і науки України – при розробці проектів нормативно-правових актів та розробці заходів зі збільшення в'їзних потоків міжнародного освітнього туризму (довідка № 1/181 від 30.07.2019 р.).

Наукові розробки дисертанта використовуються в навчальному процесі Чернігівського національного технологічного університету при викладанні дисциплін «Національна економіка», «Економіка туризму» (довідка № 305/08-424 від 27.05.2019 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертація є самостійно виконаною кваліфікаційною науковою працею. Усі наукові положення, висновки та рекомендації, що викладені в роботі й виносяться на захист, одержані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використані лише ті положення, що є результатом власних досліджень. Внесок автора в праці, опубліковані у співавторстві, зазначено у списку публікацій за темою дисертації. Дисертація не містить наукових положень і результатів, отриманих у дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення та результати дисертаційної роботи доповідалися й одержали позитивну оцінку на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях, зокрема: «Proceedings of

the International Scientific-Practical Conference «Global Marketing: Analysis and Challenges of Our Times» (Грузія, м. Батумі, 2019 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції-фестивалі «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації (м. Київ, 2019 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Напрями та сучасні фактори розвитку міжнародних відносин: економічні та політичні аспекти» (м. Ужгород, 2018 р.); IX Міжнародній науково-практичній конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» (м. Черкаси, 2018 р.); V Науковій конференції «Фундаментальні та прикладні дослідження у сучасній науці» (м. Харків, 2017 р.); XXXII Международной научной конференции «Актуальные научные исследования в современном мире» (г. Переяслав-Хмельницький, 2017 р.); Всеукраїнській науковій конференції «Сучасні тенденції розвитку української науки» (м. Переяслав-Хмельницький, 2017 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні питання фінансів, економіки, обліку та менеджменту: теорія і практика» (м. Полтава, 2017 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Двадцять перші економіко-правові дискусії» (м. Львів, 2017 р.); Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції економічного спрямування «Досягнення і проблеми сучасної економічної науки» (м. Тернопіль, 2017 р.); Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні питання реформування економіки країни» (м. Тернопіль, 2017 р.); IV Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Управління туристичною індустрією: методологія і практика» (м. Полтава, 2017 р.).

Окремі положення дисертації було використано під час підготовки та оприлюднення доповідей на парламентських слуханнях у Верховній Раді України: «Стан, проблеми та перспективи охорони культурної спадщини в Україні» (18 квітня 2018 р.); «Формування та реалізація державної молодіжної політики в Україні в умовах децентралізації» (15 листопада 2017 р.); «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України» (6 квітня 2016 р.).

**Публікації.** За результатами виконаного дослідження опубліковано 40 наукових праць, у тому числі 1 одноосібна монографія (обсягом 23,25 друк. арк.), 2 розділи в колективних монографіях, 20 статей у наукових фахових виданнях та виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз даних, 6 статей у наукових виданнях зарубіжних країн, 11 наукових праць апробаційного характеру, 4 інші публікації. Загальний обсяг публікацій становить 42,8 друк. арк., з них особисто здобувачу належить 39,5 друк. арк.

**Обсяг і структура роботи.** Дисертаційна робота складається зі вступу, п'яти розділів основної частини, висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг дисертації становить 577 сторінок, основний зміст роботи викладений на 446 сторінках. Робота містить 39 таблиць, 86 рисунків. Дисертація має 4 додатки на 48 сторінках. Список використаних джерел налічує 420 найменувань.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У вступі обґрунтовано актуальність теми дисертації, сформульовано мету та завдання, об'єкт і предмет дослідження, визначено методи, наукову новизну, висвітлено практичне значення та апробацію одержаних результатів.

У першому розділі – **«Теоретичні засади економічного розвитку туристичної індустрії»** – наведено наукові підходи до розуміння змісту, принципів, функцій та специфічних рис туристичної індустрії як складової національної економіки в умовах глобалізації; визначено поняттєво-категоріальний апарат економіки туризму; розкрито значущість туристичної індустрії у світовій економіці та виділити ключові загрози її розвитку.

Встановлено, що починаючи з 2010 року темпи зростання індустрії туризму перевищують середньозважені темпи зростання світової економіки, що вказує на антикризову роль туристичної індустрії та її стійкість до глобальної геополітичної невизначеності та економічної нестабільності. Згідно з прогнозом UNWTO про тенденції розвитку туристичної сфери, країни, що розвиваються, за темпами зростання туристських потоків удвічі випередять розвинені країни, зокрема традиційні туристичні європейські дестинації. Вказане дало змогу висунути гіпотезу про доцільність розробки та імплементації комплексних стратегій туристичного розвитку (на рівні національного господарства та рівні регіонів), які мають враховувати кращий іноземний досвід та передбачати реалізацію заходів організаційно-правового, економічного, наукового, освітнього, соціального, маркетингового характеру.

Сформульовано авторське визначення туристичної індустрії, згідно з яким туристична індустрія – це сукупність суб'єктів, об'єктів та послуг, які задіяні у формуванні конкурентоспроможного туристичного продукту з доданою вартістю та його реалізації.

Вказано на різницю в економічному змісті понять «туристична індустрія» та «туристична сфера». Туристична сфера – поняття статичне, і використовується для характеристики доступної частини наявного туристичного потенціалу, а функціонування туристичної індустрії передбачає спрямоване на економічно значущий результат задіяння туристичної сфери, її зорієнтованість на досягнення запланованих економічних вигід (рентабельність, конкурентоспроможність, сталість, попит тощо).

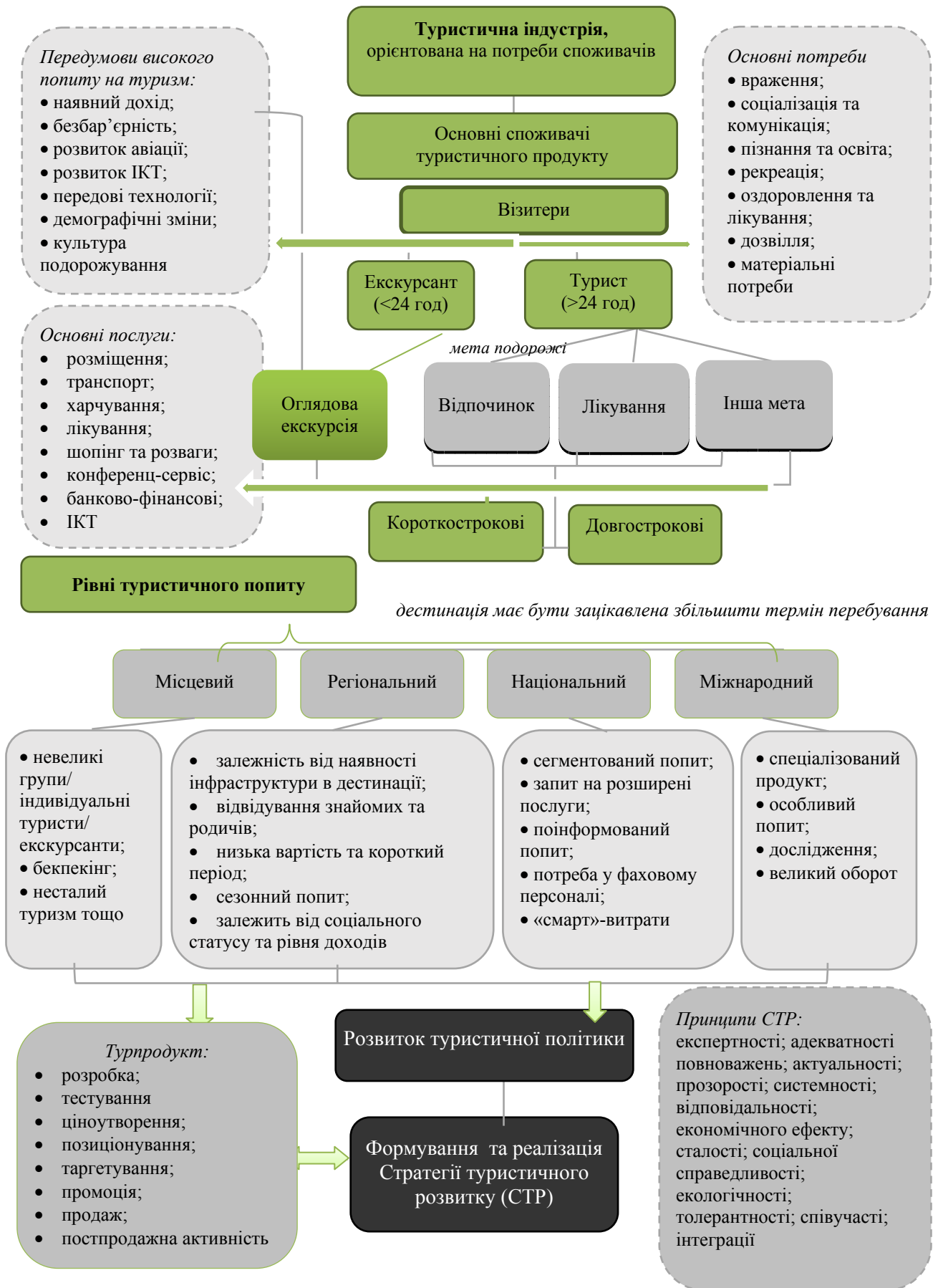
Визначено особливості розвитку туристичної індустрії, які необхідно враховувати при проєктуванні стратегій (при стратегічному плануванні), а саме: інтеграція; міжгалузевий характер; мультиплікаторність (можливість досягнути мультиплікативних ефектів у соціально-економічній структурі дестинації); гіперчутливість до негативних явищ у зовнішньому середовищі; здатність генерувати продукт із доданою вартістю; вторинні ефекти у вигляді створення певного іміджу території; високий вплив на інвестиційну привабливість країни або регіону; швидка адаптація до прогресу в інформаційно-комунікаційних технологіях; позитивна залежність від наслідків глобалізації; поєднання економічних підходів із креативними прийомами маркетингу; доцільність некомерційного маркетингу; належність до економіки

вражень; клієнтоцентризм; задоволення зазвичай нематеріальних потреб людини (у позитивних емоціях, враженнях тощо).

Ідентифіковано ключові світові тенденції розвитку сучасної туристичної індустрії: зміна географічного розподілу міжнародних подорожей; домінування онлайн-продажів туристичних послуг; зростання частки індивідуальних подорожей, особливо серед жіночої аудиторії; стрімке зростання сегмента лікувально-оздоровчого туризму; активізація попиту на індивідуальні засоби розміщення; актуалізація потреби в безпеці; зростання потреби в екологічному туризмі в умовах дружнього до природи середовища; поява та виокремлення нових видів туризму; зміна соціально-демографічного портрета споживача туристичних послуг; зміна тривалості та періодичності подорожей тощо.

Зазначено, що на розвиток туристичної індустрії будь-якої країни значний вплив чинять наслідки глобалізації. Виокремлено позитивні та негативні наслідки глобалізації (з погляду вироблення та розподілу доданої вартості). Встановлено, що серед сфер (секторів) економіки глобалізація найбільше впливає на інвестиційну, транспортну та туристичну. Вплив глобалізації на розвиток туристичної індустрії мають враховувати міжнародні організації, національні уряди, суб'єкти туристичної діяльності. Виділено ключові глобалізаційні фактори, що впливатимуть на туристичну сферу: 1) загострення конкуренції між туристичними напрямками; 2) збільшення можливостей подорожувати; 3) популяризація культури подорожей; 4) зменшення собівартості туристичних послуг за рахунок ефекту масштабу та автоматизації процесів; 5) лібералізація візових режимів держав; 6) запровадження на рівні домогосподарств гарантованого (базового) доходу, що позитивно впливатиме на формування платоспроможного попиту на туристичні послуги; 7) зростання частки сучасних інноваційних технологій (у тому числі онлайн-продажів та блокчейн-технологій) у туристичному секторі; 8) позитивний вплив запитів туристичної індустрії на реалізацію гуманітарних та інфраструктурних проєктів, а також у сфері транскордонного співробітництва; 9) фінансова інтернаціоналізація (що приводить до підвищення доступності туристичних продуктів та забезпечує зручність у подорожі); 10) трудова міграція та мобільність; 11) домінування «економіки вражень», коли споживачам уже замало задовольняти тільки базові потреби, натомість необхідні емоції та обмін враженнями. Отже, глобалізована економіка потребує нових підходів у стратегічному плануванні розвитку туристичної індустрії, але на основі врахування національних інтересів країн.

Показано, що похідними ознаками розвитку туристичної індустрії в умовах домінування «економіки вражень» стають *клієнтоцентризм та орієнтація на нематеріальні потреби споживача* (емоції, задоволення, відчуття, спогади тощо). З огляду на це автором проведено поглиблене дослідження структури туристичного попиту, а також подано стратегічні орієнтири організації роботи з елементами цієї структури. Структуру туристичного попиту в умовах глобалізації туристичної індустрії показано на рис. 1.



**Рис. 1. Структура туристичного попиту в умовах глобалізації**  
 Джерело: складено автором.

Однією з найбільш вагомих сучасних тенденцій розвитку туристичної індустрії є виникнення нових видів та підвидів туризму, спостерігається тенденція до зміни структури потреб споживачів туристичних послуг у видах туризму. Узагальнення прогнозів міжнародних організацій та експертів щодо динаміки структури туристичної індустрії дозволило констатувати: 1) буде сформована клієнтоорієнтована система надання послуг у сфері туризму та подорожей, яка дозволить максимально персоніфікувати послуги відповідно до індивідуальних запитів споживача; 2) розвиватимуться і поглиблюватимуться форми взаємодії між постачальником та споживачем; 3) будуть розширюватися сфери поширення креативного туризму, який передбачає самореалізацію туриста в процесі отримання відповідних послуг; 4) посилюватиметься інтеграція і комплексність різноманітних туристичних послуг; 5) виникнення принципово нових туристичних продуктів у сфері розваг.

Сучасна туристична індустрія характеризується зміною соціально-демографічного портрета туристів. Досліджено основні соціально-демографічні особливості сучасних споживачів туристичних послуг: зростання частки туристів віком до 30 років з одночасним розширенням вікових меж потенційних туристів, популярність подорожування після призначення пенсії, поширення «пенсійного туризму»; збільшення сегменту жіночого туризму; збільшення кількості батьків, які подорожують із немовлятами.

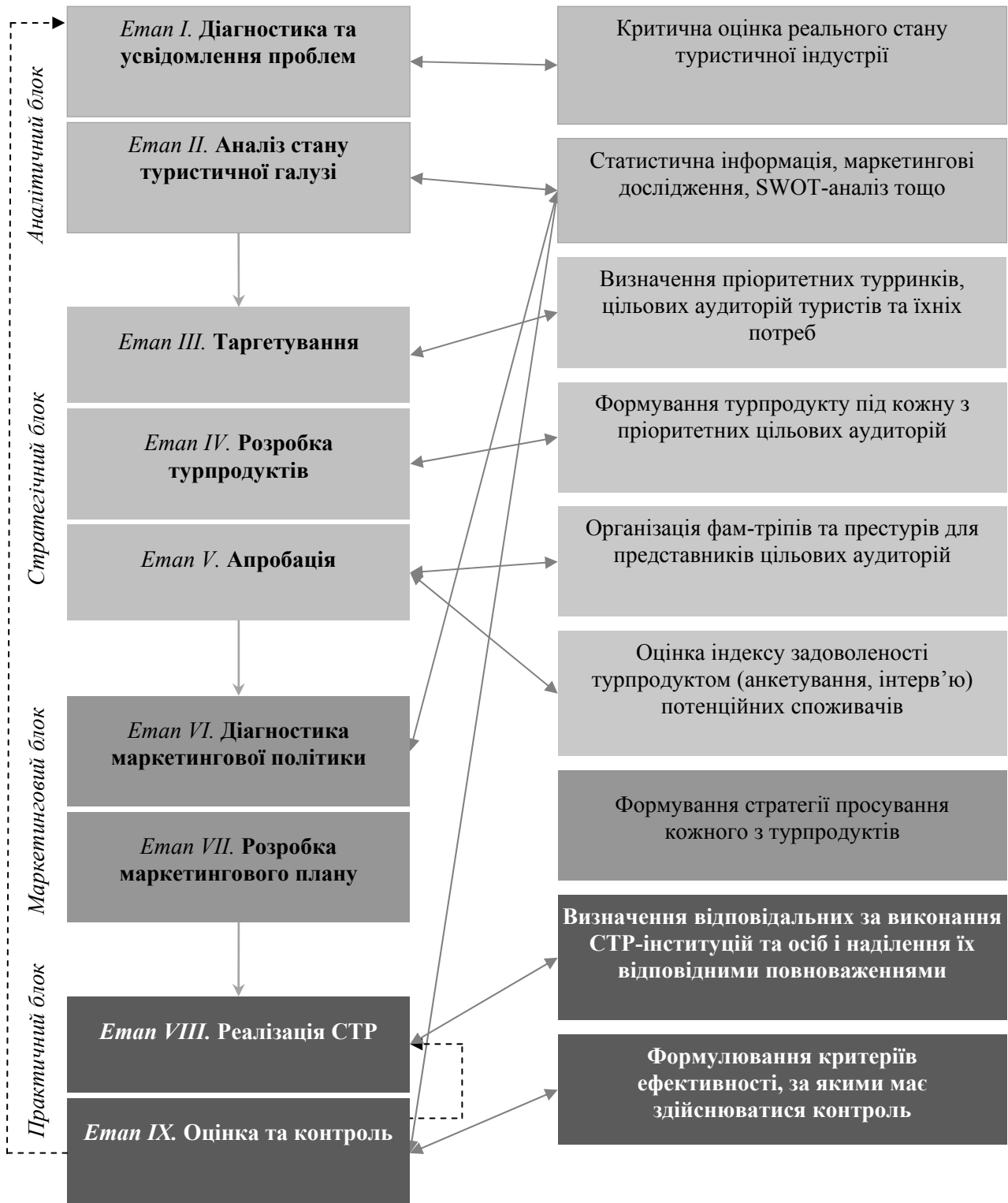
У другому розділі – **«Методологічне забезпечення формування економічної стратегії розвитку туристичної індустрії»** – досліджено діалектику змісту стратегії економічного розвитку туристичної індустрії; обґрунтовано методологічні положення формування стратегії економічного розвитку туристичної індустрії; з'ясовано зміст, складові та роль інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ) у стратегічному плануванні економічного поступу туристичної індустрії в умовах глобалізації.

Запропоновано концептуальні підходи до формування інформаційно-аналітичної бази дослідження індустрії туризму, яка ґрунтується на основних (дані державних органів, у тому числі органів статистики) та альтернативних (соціологічні, маркетингові, експертно-прогнози) джерелах.

З метою поліпшення якості статистичної інформації рекомендовано запровадити Допоміжний (сателітний) рахунок у туризмі на основі міжнародних рекомендацій щодо його обчислення. Вагомою складовою збору та аналізу інформації для ефективного стратегічного планування розвитку туристичної індустрії є застосування оперативних маркетингових досліджень.

Показано соціально-економічні причини трансформації принципів формування та реалізації державної стратегії розвитку туристичної індустрії. Запропоновано нову систему принципів формування та реалізації державної туристичної стратегії, яка актуальна для України, серед цих принципів виділено такі: експертності; інституційної спроможності; адекватності повноважень; актуальності; прозорості та публічності; системності; відповідальності; економічного ефекту; сталості; гнучкості; соціальної справедливості; екологічної відповідальності; толерантності; співучасті; інтегрованості; поетапної реалізації.

Проаналізовано та розвинуто методологічні засади формування державної стратегії розвитку туристичної індустрії. Зокрема, розроблено та описано етапи створення та реалізації стратегії туристичного розвитку. Етапи можна умовно об'єднати в чотири блоки: аналітичний, стратегічний, маркетинговий та практичний (рис. 2).



**Рис. 2. Етапи розробки та реалізації Стратегії туристичного розвитку (СТР)**

Джерело: складено автором.

Визначено чинники ефективності реалізації стратегії туристичного розвитку: ступінь інтегрованості всіх зацікавлених сторін (представників влади, туристичного бізнесу та споживачів); урахування наявних ресурсів та зовнішніх ризиків; відповідності повноважень виконавців; наявність політичної волі та економічних ресурсів; управлінський часовий лаг (проміжок часу між моментом розробки стратегії та прийняттям її до виконання). Завдяки аналізу сформульовано негативні «стрес-фактори», які можуть призвести до низької ефективності стратегії туристичного розвитку.

Опрацювання та адаптація міжнародного досвіду дозволили сформувати методичний підхід, який дозволяє визначити стан розвитку туристичної індустрії та основою якого є використання комплексної системи індикаторів трьох категорій, а саме: індикатори продуктивності та впливу туризму на економіку; індикатори туристичної привабливості дестинації; індикатори інституційної спроможності (рис. 3).



**Рис. 3. Система індикаторів для визначення стану розвитку туристичної індустрії**

Джерело: складено автором.



Проаналізовано програмні документи розвитку сфери туризму й курортів України на основі відповідності принципам та завданням сталого розвитку туризму, у тому числі Стратегію розвитку туризму та курортів України (2017-2026). Запропоновано сприятливу організаційну структуру управління туристичною індустрією країни для ефективної реалізації національної туристичної стратегії.

Досліджено економічний зміст функціонування туристичної інфраструктури, визначено її основні компоненти, зокрема: транспортна, соціальна, екологічна та суто туристична. Обґрунтовано наукові положення про нематеріальну складову туристичної інфраструктури, а саме культурно-духовний потенціал, адміністрування та сервіс.

У третьому розділі – **«Параметричний вимір економічного розвитку туристичної індустрії України»** – здійснено комплексне оцінювання стану туристичної індустрії України; проаналізовано ключові проблеми та фактори забезпечення конкурентоспроможності туристичної індустрії; досліджено динаміку та структуру туристичного потоку (в'їзного та виїзного).

Проаналізовано ключові тенденції розвитку туристичного сектору національного господарства. Визначено систему макропоказників, що об'єктивно характеризують розвиток в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму в Україні. Проведено оцінювання туристичних потоків за видами, періодами, витратами туристів та країнами, громадяни яких відвідують Україну. На цій основі проведено аналіз економічної збалансованості туристичного сектору України (результати наведено в табл. 1).

За результатами проведеного аналізу ідентифіковано ключові соціально-економічні особливості сучасного стану розвитку туристичної індустрії в Україні, зокрема: відсутність комплексних підходів формування політики у сфері туризму та курортів; дисбаланс експорту та імпорту туристичних послуг, зокрема, суттєве переважання виїзного туризму над в'їзним; низька вартість національного туристичного продукту; недосконала система статистики для збору об'єктивних даних про реальний стан туристичної індустрії; недостатня частка категоризованих готелів; диспропорція за видами транспортних перевезень, зі значним переважанням долі автобусних пасажирських перевезень та майже відсутніми морським та річковим судноплавством; несприйняття туристичної індустрії як потужного виду економічної діяльності, що здатен генерувати прибуток та нові робочі місця.

Виділено причини кризових явищ розвитку туристичної індустрії України. Вказано на інституційну слабкість туристичної індустрії України (зокрема, внаслідок відсутності спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері розвитку туризму, відсутність державної стратегії розвитку туристичної індустрії та ін.), значний негативний вплив збройного конфлікту та «інформаційної війни», недостатній розвиток туристичної та транспортної інфраструктури, несприятливий інвестиційний клімат, недостатність кваліфікованих кадрів у сфері розвитку туристичної галузі, відсутність практики імплементації європейських стандартів якості в практику туристичного, готельного та ресторанного обслуговування.

## Оцінка тенденцій розвитку туристичного сектору України у 2013-2017рр.

Макропоказники	Рік				
	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість прибуттів в'їзних туристів, млн	26,03	13,23	13,03	13,73	14,58
Обсяг витрат в'їзних туристів, млн дол. США	5931	2264	1662	1723	1999
Кількість прибуттів виїзних туристів, млн	23,99	22,64	23,34	25,23	27,07
Обсяг витрат виїзних туристів, млн дол. США	6300	5470	5408	6306	7543
Частка в'їзного туризму у ВВП, %	3,2	2,2	2,0	2,0	1,9
Частка виїзного туризму у ВВП, %	3,4	5,4	6,5	7,2	7,1
Туристичний баланс, частка у ВВП (витрати в'їзних туристів мінус витрати виїзних туристів), %	-0,2	-3,2	-4,5	-5,2	-5,2
Туристична відкритість, частка у ВВП (витрати в'їзних туристів плюс витрати виїзних туристів), %	6,6	7,6	8,5	9,2	9,0
Туристичне покриття (співвідношення витрат в'їзних туристів до витрат виїзних), %	94,1	41,4	30,7	27,3	26,5
Частка в'їзного туризму в експорті товарів, %	10,0	4,5	4,7	5,1	5,0
Частка в'їзного туризму в експорті послуг, %	26,2	15,2	13,4	13,8	14,1
Частка в'їзного туризму в експорті товарів і послуг, %	7,3	3,5	3,5	3,7	3,7
Частка в'їзного туризму в поточних кредиторських рахунках, %	6,3	3,0	2,9	3,0	2,9
Частка виїзного туризму в імпорті товарів, %	7,8	9,5	13,9	15,6	15,3
Частка виїзного туризму в імпорті послуг, %	39,1	44,2	47,7	52,7	57,4
Частка виїзного туризму в імпорті товарів і послуг, %	6,5	7,8	10,8	12,0	12,1
Частка виїзного туризму в поточних дебіторських рахунках, %	5,7	6,9	9,6	10,7	10,7

Джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України та даних UNWTO (Всесвітньої туристичної організації).

Проаналізовано стан бюджетного фінансування розвитку туристичного сектору України. Встановлено значну позитивну кореляцію між обсягами фінансування та туристськими потоками у 2011–2013 рр. (щільність зв'язку понад 0,9) та відсутність такої залежності у 2013–2017 рр. (щільність зв'язку від 0,5 до 0,8). Відповідно до нашої позиції, вказане явище пояснюється ліквідуванням виконавчих органів влади у сфері туризму у 2014–2015 рр., недофінансуванням сфери у 2016 р. та неефективним витрачанням бюджетних коштів за програмою «Фінансова підтримка розвитку туризму, створення умов безпеки туристів, розбудови туристичної інфраструктури міжнародних транспортних коридорів та магістралей в Україні» у 2017 р. (рівень фінансування становив 20-30 % від обґрунтованої потреби).

Відзначено, що внаслідок реформи децентралізації державного управління поживалення фінансування туристичної сфери за кошти місцевих бюджетів на рівні відповідних регіонів (територій, дестинацій). Втім, вказане спричинило загострення дисбалансу в туристичному розвитку територій.

Проаналізовано сприйняття України потенційними туристами на основі аналізу авторитетних світових звітів та рейтингів. Наведений аналіз міжнародних рейтингів національних брендів свідчить про незадовільний стан сприйняття України у світі, причинами якого є насамперед високий рівень небезпеки, корупція, бюрократія та незадовільна транспортна інфраструктура. Запропоновано перспективні заходи покращення іміджу України у світових джерелах та рейтингах (табл. 2).

Таблиця 2

### Заходи покращення іміджу України у світових джерелах та рейтингах

Критерій	Джерело	Місце України	Критерії оцінки	Заходи з покращення іміджу
1	2	3	4	5
Національний імідж	Anholt-GfK Roper Nation Brands Index	46 (з 50 країн)	23 національні атрибути, серед яких є туризм	Збільшити рівень безпеки та покращити туристичну інфраструктуру
	Brand Finance Nation Brands	59 (зі 100 країн)  Вартість бренду Україна – 56 млрд дол.	4 критерії: туризм, людський капітал, інвестиції, продукти та сервіс	Працювати над такими критеріями, як рівень корупції, якість життя та туристична інфраструктура
	Future Brand Country Brand Index	74 (зі 118 країн)	Критерії: система цінностей у країні, якість життя, умови для бізнесу, історична спадщина та культура, природні та рекреаційні ресурси, туризм, продукція тощо	Посилювати рівень екологічної відповідальності, захисту природних та культурних ресурсів
Національний туристичний імідж	Рейтинг країн за індексом конкурентоспроможності в туризмі та подорожах від Всесвітнього Економічного Форуму (WEF)	88 (зі 136 країн)	14 критеріїв: міжнародна відкритість, безпека, готовність інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ), здоров'я та гігієна, пріоритетність розвитку подорожей та туризму, цінова конкурентоспроможність, бізнес-клімат, сервіс, кадровий потенціал, інфраструктура авіап перевезень, дороги та порти, природні об'єкти, культурні ресурси та конференц-сервіс	Працювати над такими критеріями, як: навколишнє середовище; природні ресурси; безпека; ставлення держави до розвитку туристичної інфраструктури; кадровий потенціал тощо
	Перелік країн світу за рівнем безпеки для туристів (надає Державний Департамент США)	2 рівень безпеки (з чотирьох рівнів)	Визначається на основі моніторингу стану безпеки в кожній із країн	Посилювати рівень безпеки, знівелювати негативний вплив на імідж країни військових дій на Донбасі, протестних акцій та політичних вбивств

1	2	3	4	5
	Рейтинги міжнародних видань та компаній	Британська компанія «Норра» визначила Київ найдешевшим містом світу для вікенду	Критерії: середньодобова вартість проживання в готелі, харчування, алкоголю, таксі та розваг. Дані для розрахунків компанія брала з чотирьох джерел: Expatisan.com, Numbeo.com, Pintprice.com, Booking.com.	Покращувати якість сервісу та позиціонувати вдале поєднання привабливих цін за високої якості послуг
	Контент-аналіз основних медійних ресурсів світу	BBC, The New York Times, BBC, The Guardian найбільше згадують про Україну в контексті агресії Росії та війни на Сході	Критерії: кількість згадок та їх емоційне забарвлення за шкалою «дуже негативно – негативно – нейтрально – позитивно – дуже позитивно»	Створювати якомога більше позитивних інформаційних приводів світового рівня на кшталт «Євробачення 2017»

Джерело: складено автором.

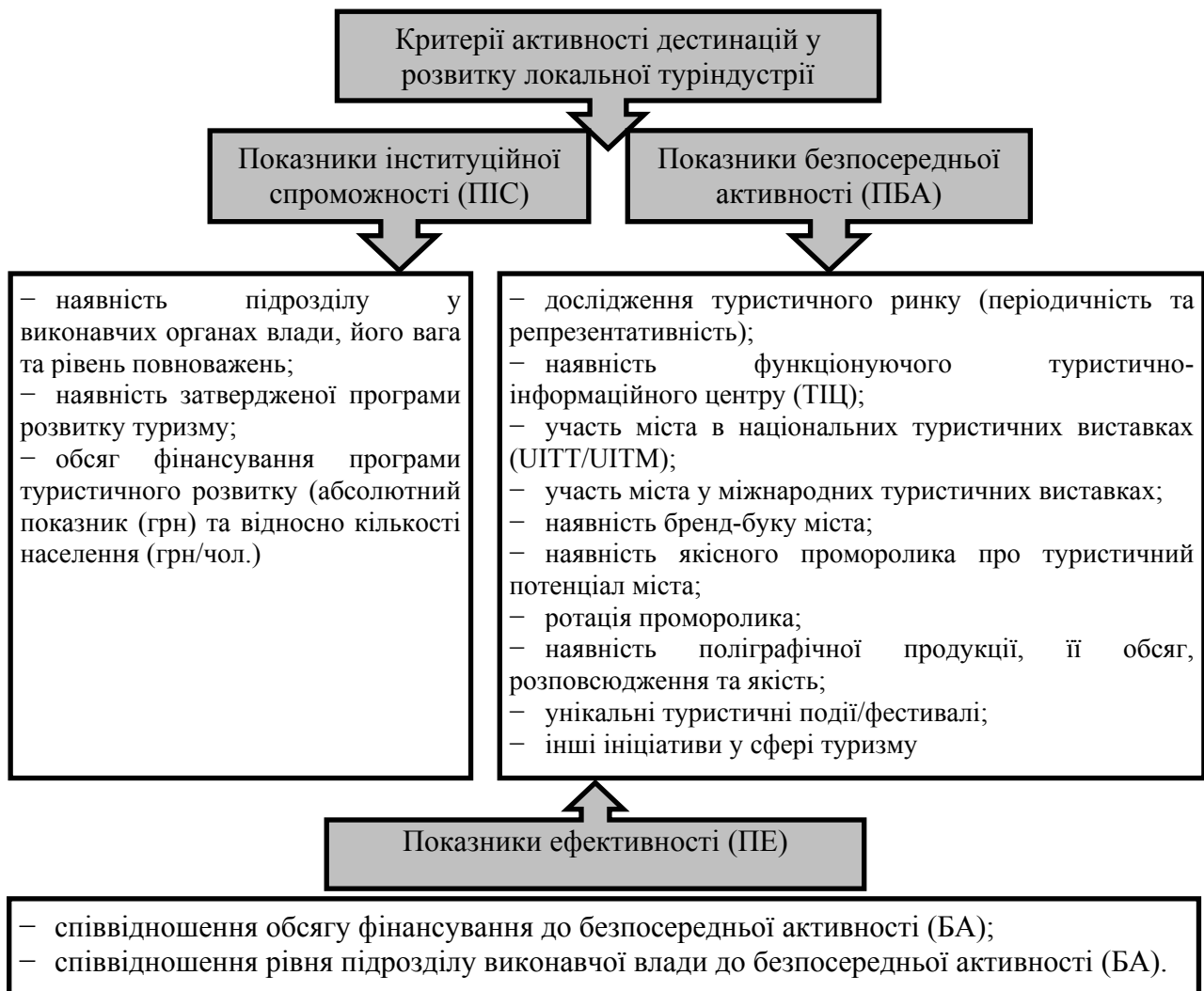
У результаті аналізу сучасного стану вітчизняної туристичної інфраструктури України виділено основні її особливості, а саме: диспропорція за видами транспортних перевезень; низька якість дорожнього покриття; монополія на ринку авіаперевезень; неефективна логістика залізничних напрямків та застарілий рухомий склад пасажирських потягів; занепад річкового та морського судноплавства; скорочення кількості закладів розміщення; низька кількість категоризованих готелів; несучасний зв'язок; відсутність Національної мережі туристичних шляхів. Внесено пропозиції щодо посилення конкурентоспроможності туристичної інфраструктури України, зокрема шляхом імплементації рекомендацій та стандартів міжнародних організацій до стратегічних документів туристичного розвитку України.

Розвиток туристичної індустрії в Україні стрімко набуває ринкових форм функціонування, тому основною умовою забезпечення конкурентоспроможності в туризмі є наявність конкурентоспроможного кадрового потенціалу, що має переважати країни-конкуренти не лише кількісно, але і якісно. Виявлено, що існуюча система підготовки фахівців у сфері туризму має вузькоспрямований характер та не відповідає потребам туристичної галузі та країни загалом. З урахуванням міжнародного досвіду та рекомендацій міжнародних організацій внесено пропозиції щодо удосконалення системи економічних мотиваторів до підготовки кваліфікованих кадрів у туризмі.

Проведено аналіз розвитку туризму в містах. Показано, що міста як туристичні дестинації можуть стати рушієм розвитку туристичної індустрії країни. Виділено особливості туристичного розвитку українських міст:

диспропорційність, суб'єктність, залежність від зовнішніх викликів (політичної ситуації, збройного конфлікту, транспортної інфраструктури), відсутність досвіду та компетенцій в ефективному розвитку туристичної індустрії тощо.

Для вчасного виявлення тенденцій розвитку туристичних дестинацій, уніфікації стратегічних завдань у розвитку туризму на рівні регіонів, а також створення додаткових мотиваторів для місцевих органів влади, було розроблено методику дослідження туристичної активності міст, яка складається з трьох груп показників: 1) інституційної спроможності; 2) безпосередньої активності в туризмі; 3) показників ефективності. Для методики було сформовано систему критеріїв активності українських дестинацій у розвитку локальної туристичної індустрії та визначення їх ваги. Методика дозволяє визначити найбільш ефективні та компетентні у розвитку туристичної індустрії місцеві органи влади, а також розробити стратегію для тих дестинацій, які відстають. Схематично вказану методику представлено на рис. 4.



**Рис. 4. Методичні положення з оцінювання активності українських дестинацій у розвитку локальної туристичної індустрії**

Джерело: складено автором.

Методику було апробовано за допомогою маркетингового дослідження, за результатами маркетингового опитування складено рейтинг активності українських міст у розвитку локальної туристичної індустрії.

У четвертому розділі – **«Світовий досвід державного управління та організації економічної діяльності в туристичній сфері»** – обґрунтовано методичні положення прогнозно-аналітичної оцінки ефективності стратегії економічного розвитку туристичної індустрії в Україні; сформовано науково-практичні рекомендації щодо забезпечення конкурентоспроможності українського туристичного сектору в умовах економічної нестабільності з урахуванням позитивного досвіду країн світу; викладено результати дослідження світових тенденцій розвитку туристичної індустрії, розглянуто закордонний досвід ефективного управління розвитком туризму, у тому числі в умовах збройних конфліктів.

Проаналізовано досвід країн із високим рівнем туристичної конкурентоспроможності (зокрема, Великої Британії, Англії, Таїланду, Іспанії) у формуванні туристичної стратегії держави, вивчено результати діяльності саморегулювальних організацій у сфері туризму. На цій основі внесено пропозиції щодо набору повноважень Національної туристичної організації як спеціалізованої саморегулювальної організації, яка об'єднує юридичних осіб публічного та приватного права, створюється і функціонує на принципах державно-приватного партнерства з метою розвитку національної туристичної індустрії. Водночас дослідження особливостей функціонування саморегулювальних організацій у пострадянських країнах дало змогу виявити ризики делегування стратегічного управління туристичною сферою країни виключно до компетенції таких організацій (монополізація державної політики у сфері туризму; прихований лобізм приватних компаній; одноосібність в ухваленні рішень; непрозорість витрат; некомпетентність (відсутність фаховості); незрілість та неготовність місцевої туристичної спільноти до самоорганізації).

У результаті дослідження закордонного досвіду щодо популяризації турпродукту дестинації за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), а також аналізу основних змін у поведінці споживачів, пов'язаних зі стрімким розвитком ІКТ, визначено засади, завдання та перспективні напрями застосування інформаційно-комунікативних технологій у стимулюванні розвитку туристичної індустрії, зокрема у стратегічному плануванні розвитку туризму.

Охарактеризовано різноманітні наслідки збройних конфліктів у різних країнах світу в контексті зменшення туристичної конкурентоспроможності країни. Зроблено порівняльний аналіз падіння обсягів міжнародного туристичного ринку в Грузії та Україні в результаті зовнішньої збройної агресії. Внесено пропозиції щодо подолання впливу негативного іміджу на туристичну привабливість країни.

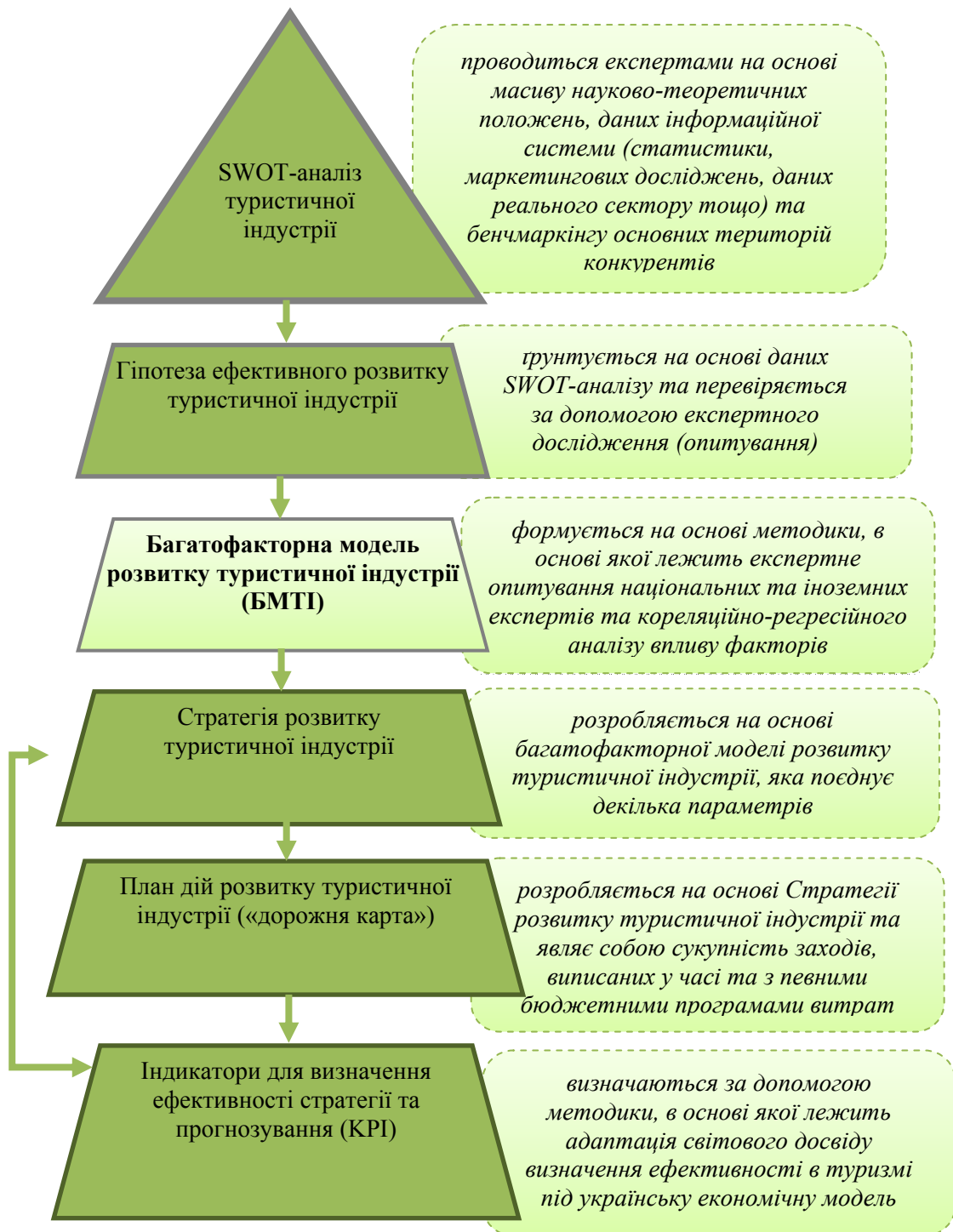
Наведено власне визначення терміну «візова лібералізація» як сукупність різних способів спрощення умов в'їзду до країни, яка ці умови застосовує. Крім того, виокремлено та охарактеризовано механізми та інструменти візової лібералізації, показано їхній вплив на економічну результативність діяльності

суб'єктів туристичної індустрії. У результаті опрацювання досвіду економічно розвинених країн доведено позитивний вплив спрощення візової політики країн G-20 на в'їзні туристичні потоки та доходи від іноземних туристів. Проаналізовано сучасний стан візової політики України та виділено її основні недоліки, що дало змогу розробити відповідні науково-практичні рекомендації щодо удосконалення візової політики України.

На основі аналізу досвіду успішних туристичних країн у стратегічному плануванні розвитку туристичної сфери було розроблено висновки та рекомендації щодо основних засад розробки та реалізації Національної Стратегії туристичного розвитку (СТР). Як свідчить досвід успішних у туристичному плані зарубіжних країн, СТР проектується, ухвалюється і виконується не лише для підвищення туристичної конкурентоспроможності, а як інструмент втримання високих конкурентних позицій та стабільного розвитку. Національна СТР має базуватися на ґрунтовному аналізі туристичних ресурсів, унікальних переваг та незадіяного потенціалу, а також враховувати можливі зовнішні ризики, які виникнуть під час її реалізації. Для більшої ефективності СТР має містити План заходів для реалізації стратегії, а також маркетингову стратегію розвитку дестинацій (або окремої «об'єднаної дестинації»). Національна стратегія туристичного розвитку має бути оприлюднена у світовому медійному просторі різними мовами, а також презентована на інвестиційних форумах. Прозорість та популяризація СТР надають потенційним інвесторам та підприємцям у туристичній сфері сигнал про державне стратегічне бачення розвитку туристичної сфери.

У п'ятому розділі – **«Науково-практична концептуалізація стратегії економічного розвитку туристичної індустрії України»** – розроблено теоретичну конфігурацію системи моніторингу фінансової стабільності туристичних операторів як елемента стратегічного управління розвитком туристичної індустрії; обґрунтовано пропозиції щодо перспективної моделі оподаткування підприємств сфери туризму України з урахуванням викликів глобалізації, обґрунтовано стратегічні напрями удосконалення державної стратегії розвитку туристичної індустрії України в умовах глобалізації.

Удосконалення національної стратегії розвитку туристичної індустрії зумовило об'єктивну необхідність розробки пошукової моделі генезису національної стратегії розвитку туристичної індустрії, що складається із шести етапів та поєднує різні методи дослідження. Схематично цю модель показано на рис. 5. На основі вказаної моделі, із використанням експертного методу, бенчмаркінгу та регресивно-кореляційного аналізу було проведено обґрунтування основних засад державної стратегії розвитку туристичної індустрії, які було покладено в багатофакторну модель розвитку української туристичної індустрії (БМРТ). БМРТ ґрунтується на трьох рівнях факторів, які впливають на конкурентоспроможність української туристичної індустрії: макрофактори, мезофактори та мікрофактори.



**Рис. 5. Пошукова модель генезису національної стратегії розвитку туристичної індустрії**

Джерело: складено автором.

Зокрема, до макрофакторів формування стратегії економічного розвитку туристичної індустрії України, віднесено: вдосконалення транспортної інфраструктури та зв'язку; ефективна реалізація інформаційної політики, брендингу та промоції українського туристичного продукту; візова лібералізація, полегшення умов в'їзду до України; стимулююча податкова політика в туристичній індустрії; збереження та відновлення туристичного потенціалу природних, лікувально-оздоровчих, культурних, історико-архітектурних, паломницьких об'єктів; удосконалення сервісу, імплементація



стандартів якості в туризмі та подорожах; збільшення рівня захисту та безпеки туристів у подорожах Україною; залучення інвестицій в українську туристичну індустрію; державне управління, інституційна спроможність, стратегічне бачення та політична воля для розвитку галузі; розвиток освіти та кадрового потенціалу в туризмі; запровадження репрезентативної статистики та збору даних у туризмі; легалізація заборонених на сьогодні видів діяльності (казино) у спеціально відведених місцях.

Внесено пропозиції про перелік організаційно-економічних заходів (зокрема стимулювання припливу інвестицій) із підвищення безпеки у сфері туризму.

Обґрунтовано перелік мезофакторів, які доцільно врахувати в процесі проектування СТР. Особливо важливим є ефективний розподіл бюджетного фінансування промоції українського туристичного продукту у світі. Також обґрунтовано перспективні маркетингові заходи щодо просування українського турпродукту. За результатами проведеного дослідження доведено, що до процесу створення та популяризації турпродукту доцільно залучати всіх зацікавлених суб'єктів (стейкхолдерів): авіаперевізників, українських туристичних операторів, представників діаспори, місцеву владу, заклади розміщення, туристичні об'єкти тощо. Вказану роботу доцільно проводити з активним використанням механізмів державно-приватного партнерства.

Запропоновано методичний підхід туристичного таргетування, який дозволяє виявити пріоритетні аудиторії споживачів туристичного продукту та перспективні види туризму на основі багатофакторної моделі розвитку туристичної індустрії. Застосування вказаного підходу дало змогу виявити пріоритетні аудиторії споживачів українського туристичного продукту та перспективні види туризму, розвиток яких необхідно підтримувати на державному рівні. До пріоритетних в'їзних туристичних ринків для України віднесено: країни з гіпервеликими туристичними ринками та потенційно зацікавленими туристами в українському турпродукті (КНР, Індія, Канада); країни-сусіди (Польща, Угорщина, Румунія, Словаччина, Білорусь); країни, з якими вже встановився стійкий турпотік та добре логістичне сполучення (Туреччина, Ізраїль, Німеччина); країни потенційних споживачів послуг українського медичного турпродукту (Азербайджан, ОАЕ, Катар). Крім того, виділено країни – «туристичні донори», які можуть чинити значний позитивний вплив на формування платоспроможного попиту: Китай, Індія, Канада. Подано пропозиції щодо формування українського туристичного продукту для споживачів з цих країн.

На основі підходу туристичного таргетування запропоновано перелік пріоритетних видів туризму, що потребують державної економічної підтримки, серед яких: екскурсійно-пізнавальний, гірськолижний, лікувально-оздоровчий, сільський та гастрономічний. Також виявлено деструктивний вплив окремих видів туризму. Запропоновано модель районування та кластеризації регіонів України за пріоритетними видами туризму.

Одним із негативних чинників туристичного ринку України є оголошення банкрутства туристичних операторів, що призводить до порушення прав споживачів туристичних послуг, зменшення рівня безпеки, порушення прав туристів, знижує рівень довіри до інших українських туристичних операторів,

погіршує імідж України. Запропоновано систему моніторингово-аналітичних процедур щодо виявлення ризику неплатоспроможності туристичних операторів на основі методу багатофакторного аналізу. Зокрема, здійснюється моніторинг результативності діяльності туристичного оператора за певними критеріями, кожному з яких залежно від фактично досягнутого результату присвоюється певна бальна оцінка. Розрахунок ризику неплатоспроможності туристичного оператора доцільно здійснювати на основі моделі:

$$R_t = \sum_{i=1}^n S_i, \quad (1)$$

де  $R_t$  – коефіцієнт ризику туристичного підприємства;

$S$  – бали за кожним критерієм, у межах максимального значення (max);

$i$  – кількість балів;

$n$  – кількість оцінених факторів.

Обґрунтовано перелік критеріїв, за якими здійснюється моніторинг ризику неплатоспроможності туристичного оператора, а також максимальне значення ризику за кожним критерієм (таблиця 3).

Таблиця 3

### Критерії моніторингу ризиків неплатоспроможності туроператорів

Критерії	Значення критерію
Банківська гарантія	max - 6
Неподання звітності	max - 6
Заборгованість перед закладами розміщення	max - 6
Заборгованість перед авіакомпаніями	max - 6
недозавантаження авіарейсів	max - 4
Збитковий результат фінансової діяльності підприємства за останній рік	(max - 5
Несвоєчасність виплати зарплати працівникам	max - 4
Наявність кримінального провадження, пов'язаного з несплатою або мінімізацією податків туристичною компанією	max - 4
Наявність судових справ (цивільних позовів споживачів проти компанії) у кількості більше ніж 1 % туристів, обслугованих компанією	max - 6
Наявність порушень кримінальних проваджень відносно засновників (власників) туристичної компанії	max - 5

Джерело: складено автором.

Також запропоновано шкалу оцінювання ризику неплатоспроможності туристичних операторів на основі виділених критеріїв:

якщо  $R_t \leq 4$  балів – мінімальний ризик;

якщо  $5 \leq R_t \leq 12$  балів – середній ризик;

якщо  $R_t \geq 12$  балів – високий ризик.

Зазначено, що одним із ключових факторів активізації економічної діяльності в туристичній індустрії є сприятлива податкова політика. Проведено детальний порівняльний аналіз режимів оподаткування результатів економічної діяльності в туристичній індустрії України та країн ЄС, за результатами якого зроблено висновок, що в Україні система оподаткування суб'єктів туристичної індустрії є несприятливою. Сформульовано та надано рекомендації для вдосконалення податкової політики в частині оподаткування результатів економічної діяльності суб'єктів туристичної індустрії України. На наш погляд, перед запровадженням туристичного податку (туристичного збору) або

маніпулювання його ставками доцільно проводити економічне оцінювання впливу цього податку на стан розвитку ринку туристичних послуг. При цьому «віддалений» позитивний економічний ефект від зниження податків у туристичній індустрії необхідно збалансувати з короткостроковими державними втратами, пов'язаними із тимчасовим зниженням бюджетних надходжень. Ефективнішим за підвищення податків є виведення всіх засобів розміщення з тіні (тим самим уможливиться реалізація принципу нейтральності оподаткування, коли податки не призведуть до нерівних конкурентних умов для різних суб'єктів туристичної індустрії). За рахунок вжиття ефективних заходів детінізації ринку готельних послуг можливо збільшення надходжень туристичного податку (туристичного збору) на 45 %. Запропоновано розширити базу оподаткування за рахунок упровадження податку в окремих сегментах виїзного туризму. Треба також узяти до уваги, що запровадження або підвищення ставок туристичного податку (туристичного збору) є не лише адміністративним питанням, але також впливає на поведінку споживачів. Справляння туристичного податку (туристичного збору) не має надавати будь-яку економічну перевагу деяким туристам над іншими, тому цей податок необхідно розробляти або реформувати з урахуванням принципів соціальної справедливості. Обґрунтовано запровадити цільовий характер туристичного податку (туристичного збору).

Розроблено методичні положення з прогнозування результатів реалізації національної стратегії розвитку туристичної індустрії. Вказаний підхід ґрунтується на виробленні щонайменше трьох варіантів (сценаріїв) динаміки попередньо визначених соціально-економічних детермінантів функціонування туристичної індустрії: 1) *песимістичний сценарій* (якщо розроблена стратегія не демонструватиме позитивного впливу на чинну тенденцію туристичного розвитку країни); 2) *реалістичний сценарій* (якщо розроблена стратегія помірно вплине на поточні показники розвитку туристичної індустрії); 3) *оптимістичний сценарій* (якщо розроблена стратегія значно активізує розвиток туристичної індустрії). При формуванні трьох сценаріїв було застосовано методи кореляційно-регресійного аналізу, екстраполяції та бенчмаркінгу. Для екстраполяції тренду позитивних результатів від реалізації стратегії туристичного розвитку (реалістичний та оптимістичний сценарії) було застосовано методику бенчмаркінгу з країнами, які успішно реалізують стратегії туристичного розвитку. Також було узагальнено та адаптовано економічні інструменти реалізації стратегій, що використовуються в Польщі та Грузії (ці країни можуть бути порівняні з Україною за різними чинниками розвитку ринку туристичних послуг). Під час прогнозування було враховано, що детермінантами туристичного розвитку стануть: кількість іноземних відвідувачів, витрати іноземних відвідувачів по існуючих країнах-донорах та пріоритетних туристичних ринках.

Розвинуто наукові положення про «туристичних країн-донорів», тобто країн, з яких до приймаючої країни приїжджає найбільша кількість споживачів туристичних послуг (туристів). На основі аналізу розвитку ринків туристичних послуг світу та окремих країн обґрунтовано перелік «туристичних країн-донорів» для України (табл. 4).

Таблиця 4

## Прогнозування в'їзних туристичних потоків з країн-донорів до України за умови реалізації СЕТР

Група країн	Пріоритетна країна	2018	Песимістичний сценарій		Оптимістичний сценарій		Реалістичний сценарій		Песимістичний сценарій	Оптимістичний сценарій	Реалістичний сценарій			
			2019	2020	2019	2020	2019	2020			2023 (через 5 років)			
		<i>тис. прибуттів</i>	<i>тис. прибуттів</i>	<i>тис. прибуттів</i>	<i>тис. прибуттів</i>	<i>тис. прибуттів</i>	<i>тис. прибуттів</i>	<i>тис. прибуттів</i>	<i>тис. прибуттів</i>	<i>тис. прибуттів</i>	<i>разів</i>	<i>тис. прибуттів</i>	<i>разів</i>	<i>тис. прибуттів</i>
Країни з гіпервеликими туристичним ринком	Індія	42,53	43,64	51,53	72,25	122,75	63,82	95,77	285,42	6,71	601,87	14,15	323,64	7,61
	Канада	37,98	42,25	45,82	53,24	74,62	47,03	58,22	97,45	2,57	205,5	5,41	110,5	2,91
	КНР	46,08	49,74	58,36	76,01	125,37	67,14	97,81	266,79	5,79	562,59	12,21	302,52	6,57
Країни-сусіди	Білорусь	2678,52	3044,76	3345,49	3540,97	4681,12	3127,77	3652,37	5128,78	1,91	10815,2	4,04	5815,61	2,17
	Польща	1102,83	1128,24	1122,84	1274,25	1472,31	1125,55	1148,74	1076,99	0,98	2271,08	2,06	1221,23	1,11
	Румунія	742,47	834,22	868,55	914,97	1127,55	808,2	879,75	1000,69	1,35	2110,18	2,84	1134,7	1,53
	Угорщина	916,01	1089,78	1103,09	1075,92	1263,74	950,37	986,01	971,12	1,06	2047,82	2,24	1101,17	1,2
Країни, з якими вже встановився стійкий турпотік	Ізраїль	318,31	373,06	427,57	491,39	758,59	434,05	591,87	1323,5	4,16	2790,9	8,77	1500,74	4,71
	Німеччина	238,27	261,62	288,52	321,08	432,68	283,62	337,59	502,12	2,11	1058,83	4,44	569,36	2,39
	Туреччина	313,56	365,53	417,98	466,45	693,89	412,02	541,4	1083,26	3,45	2284,29	7,29	1228,32	3,92
Країни потенційних споживачів медичного турпродукту	Азербайджан	89,41	88,31	87,21	110,68	137,02	97,76	106,91	123,27	1,38	259,95	2,91	139,78	1,56
	Катар	0,73	0,71	0,85	1,35	2,51	1,2	1,95	7,5	10,24	15,83	21,59	8,51	11,61
	ОАЕ	3,54	3,67	4,4	7,43	15,58	6,56	12,16	68,12	19,22	143,66	40,54	77,25	21,8
<b>Усього за пріоритетними країнами</b>		6530	7326	7822	8406	10908	7425	8511	11935	-	25168	-	13533	-
<b>Загалом по Україні – в'їзні потоки</b>		14 342,29	14 927,84	15 434,13	17 160,42	20 532,29	15 157,94	16 019,97	16 678,05		35 169,46		18 911,52	

Згідно з результатами прогнозування, оптимістичний сценарій застосування СТР надасть змогу впродовж 2019–2023 рр. залучити лише з пріоритетних туристичних ринків (9 країн – донорів) 10,65 млн осіб, що на 5,6 млн більше, ніж при збереженні існуючої динаміки; витрати цих відвідувачів при оптимістичному сценарії складуть 11 040,82 млн дол. США, що на 5805,05 млн дол. США більше, ніж у разі збереження наявної динаміки. Реалістичний сценарій реалізації СТР відповідно надасть змогу залучити 5,73 млн осіб із пріоритетних туристичних ринків (на 676,57 тис. осіб більше, ніж при збереженні динаміки); витрати відвідувачів становитимуть 5936,93 млн дол. США (на 701,16 млн дол. США більше, ніж при збереженні існуючої динаміки). На п'ятий рік застосування СТР за оптимістичним сценарієм до України відбудеться 35,169 млн прибуттів, за реалістичним – 18,916 млн прибуттів, а за песимістичним – 16,678 млн прибуттів.

## ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі запропоновано новий підхід до вирішення актуальної наукової проблеми – розробки теоретико-методологічних положень і науково-практичних рекомендацій щодо формування стратегії економічного розвитку туристичної індустрії та механізму її реалізації в умовах глобалізації. Основні висновки теоретико-методологічного, методичного та практичного змісту полягають у наступному.

1. На основі вивчення наукових джерел та дослідження еволюції, глобальних трендів та успішного закордонного досвіду формування та реалізації стратегій економічного розвитку сфери туризму удосконалено понятійно-категоріальний апарат у сфері туризму та внесено пропозиції щодо розробки новітньої універсальної національної термінологічної системи в туризмі, яка має бути уніфікованою з міжнародною та водночас адаптована до використання в Україні з урахуванням лінгвістичних, соціально-економічних та історичних аспектів. За результатами дослідження обґрунтована авторська позиція тлумачення поняття «туристична індустрія», під яким автор розуміє сукупність суб'єктів туристичного сектору та споріднених секторів національного господарства, що спрямовані на отримання економічно значущих результатів, а також зорієнтовані на досягнення запланованих економічних вигід (рентабельність, конкурентоспроможність, сталість, попит тощо). Обґрунтовано, що стійкий економічний розвиток туристичної індустрії в умовах глобалізації, розвитку інформаційних технологій та трансформації глобальних економічних моделей є одним із ключових чинників розвитку національного господарства, а також підтримки позитивних трансформацій в інституційній, інфраструктурній та соціогуманітарній сферах.

2. Доведено необхідність уніфікації науково-пізнавального процесу вибору концепції стратегічного управління туристичною індустрією. На цій основі розроблено та обґрунтовано поетапність пошукової моделі генезису вибору національної стратегії розвитку туристичної індустрії, що складається із шести основних етапів, таких як: I. SWOT-аналіз туристичної індустрії; II. Гіпотеза

ефективного розвитку туристичної індустрії; III. Багатофакторна модель розвитку туристичної індустрії; IV. Стратегія розвитку туристичної індустрії; V. План дій у контексті розвитку туристичної індустрії («дорожня карта»); VI. Індикатори для визначення ефективності стратегії та прогнозування (КРІ). Вказане дало змогу сформувавши концептуальний базис удосконалення стратегічного планування розвитку туристичної індустрії та модернізації системи принципів формування та реалізації національної туристичної стратегії, з огляду на сучасні глобалізаційні тренди та цивілізаційні запити. Рекомендовано при розробці та реалізації стратегії розвитку туристичної індустрії керуватися принципами: експертності; інституційної спроможності; адекватності повноважень; актуальності; прозорості та публічності; системності; відповідальності; економічного ефекту; сталості; гнучкості; соціальної справедливості; екологічної відповідальності; толерантності; співучасті; інтегрованості.

3. Для прогнозування впливу та оцінки ефективності державної стратегії розвитку туристичної індустрії розроблено методичний підхід, який ґрунтується на комплексній системі індикаторів ефективності розвитку туристичної індустрії, які поділені на три основні категорії: I. Індикатори продуктивності та впливу туризму на економіку; II. Індикатори туристичної привабливості дестинації; III. Індикатори інституційної спроможності.

4. Запропоновано етапи формування та реалізації стратегії розвитку туристичної індустрії в умовах глобалізації, які ґрунтуються на інтеграції ринково орієнтованих положень стратегічного управління і системно-компонентному підході та передбачають розроблення методики збору та аналізу інформації про стан туристичного сектору, механізмів оцінки та управління ризиками, а також окремої системи індикаторів ефективності. Зокрема було розроблено та описано модель створення та реалізації стратегії туристичного розвитку, що складається з дев'яти етапів, які умовно можна об'єднати в чотири блоки: I. Аналітичний (діагностика та усвідомлення проблем у туристичній сфері; аналіз туристичного ринку). II. Стратегічний (таргетування цільових аудиторій споживачів турпродукту; розробка турпродуктів; апробація турпродуктів потенційними туристами). III. Маркетинговий (діагностика наявної маркетингової політики; розробка маркетингового плану реалізації СТР). IV. Практичний (реалізація СТР; оцінка та контроль ефективності СТР).

5. На основі аналізу методологічних засад та міжнародного досвіду ефективного стратегічного планування розвитку національних туристичних ринків визначено систему факторів, від яких залежить ефективність реалізації стратегії туристичного розвитку. На цій основі сформульовано наукові положення про вплив «стрес-факторів», які можуть призвести до неефективності стратегії туристичного розвитку. Запропоновано універсальну багаторівневу систему маркетингових заходів із підвищення туристичної конкурентоспроможності країни.

6. Сформульовано засади застосування інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ) у стратегічному плануванні розвитку туризму в умовах глобалізації. Тенденції щодо збільшення суб'єктів туристичної діяльності, які

надають послуги онлайн, мають супроводжуватись відповідними змінами в законодавстві, зокрема шляхом запровадження в законодавче поле нових термінів (понять), гармонізації регуляторних норм для захисту прав суб'єктів туристичної індустрії та споживачів туристичних послуг. Обґрунтовано вжити заходів з оптимізації структури бюджетних видатків на рекламування туристичних DESTИНАЦІЙ у частині збільшення асигнувань на просування туристичного продукту за допомогою інструментів цифрового маркетингу (у тому числі реклама в соціальних мережах, створення мобільної версії туристичного порталу, розробка мобільної програми для смартфонів, пропонування споживачам мобільних «планувальників подорожей» тощо). Регіональні та місцеві органи влади, які відповідають за розвиток туризму в DESTИНАЦІЇ, повинні постійно досліджувати поведінку користувачів ІКТ (потенційних туристів) та швидко реагувати на зміни. Необхідно застосовувати крос-медіапідхід, який дає можливість споживачу легко «перемикатися» з одного цифрового медіа на інший, а також робити інформацію про DESTИНАЦІЮ доступною та такою, що легко засвоюється. Використання блокчейн-технологій у туристичній індустрії дасть змогу відмовитися від застарілих дистриб'юторів туристичних послуг та уможливити застосування сучасних технологій просування туристичного продукту на ринки країн світу.

7. Проведено аналіз тенденцій економічного розвитку туристичної індустрії України, зокрема в частині економічної результативності суб'єктів туристичної індустрії. Наведено зовнішні та внутрішні причини незадовільного розвитку туристичної індустрії, проведено ранжування цих причин залежно від масштабу впливу. Вказано, що серед зовнішніх причин найбільший вплив чинить наявність збройного конфлікту. Обґрунтовано науково-практичні рекомендації щодо забезпечення конкурентоспроможності українського туристичного сектору в умовах дії негативних зовнішніх та внутрішніх причин з урахуванням позитивного досвіду країн світу. Запропоновані універсальні антикризові заходи для розвитку туристичної індустрії в умовах глобалізації.

8. Доведено необхідність запровадження системи моніторингу фінансової стабільності туристичного оператора з метою вчасного виявлення та запобігання фінансовим ризикам туристичного сектору України. Вказано, що моніторинг фінансової стабільності туристичного оператора виступає елементом стратегічного управління розвитком туристичної індустрії, що дасть змогу запобігти фінансовим ризикам у роботі підприємств сфери туризму. Обґрунтовано законодавчі механізми забезпечення фінансових гарантій прав туристів, визначено умови відповідальності неплатоспроможних туроператорів (зокрема, обґрунтовано умови ануляції та/або тимчасового припинення ліцензії на провадження туроператорської діяльності). Запропонований механізм оцінки ризиків туристичних підприємств містить якісний та кількісний аспекти. Якісний аспект полягає у виявленні можливих ризикових сценаріїв, а також у виробленні запобіжних заходів, а кількісний – при оцінці впливу можливих сценаріїв на туристичний ринок (у тому числі за показниками ліквідності, прибутковості тощо).

9. Розроблено перспективні заходи з оптимізації оподаткування результатів економічної діяльності суб'єктів туристичної індустрії. Перед запровадженням туристичного податку (туристичного збору) доцільно проводити економічне оцінювання впливу цього податку на стан розвитку ринку туристичних послуг. При цьому «віддалений» позитивний економічний ефект від зниження податків у туристичній індустрії необхідно збалансувати з короткостроковими державними втратами, пов'язаними з тимчасовим зниженням бюджетних надходжень. Розраховано, що шляхом вжиття ефективних заходів детінізації ринку готельних послуг можливо збільшення надходжень туристичного податку (туристичного збору) на 45 %. Крім того, запропоновано розширити базу оподаткування за рахунок запровадження податку в окремих сегментах виїзного туризму. Обґрунтовано запровадити цільовий характер туристичного податку (туристичного збору).

10. Дослідження теоретичних засад функціонування сучасної туристичної індустрії в умовах глобалізації потребує ідентифікації факторів, які на неї впливають. Виокремлено характерні особливості впливу трьох рівнів факторів (макрофакторів, мезофакторів та мікрофакторів) на розвиток національної туристичної індустрії. На цій основі побудовано багатофакторну модель розвитку туристичної індустрії України (БМРТ), що дозволило визначити напрями та інноваційні технології стратегічного управління туристичним сектором в умовах глобалізації.

11. На основі отриманої багатофакторної моделі розвитку вітчизняної туристичної індустрії сформовано перелік пріоритетних аудиторій споживачів українського туристичного продукту. Вказане дало змогу виділити «туристичні країни-донори» (Польща, Німеччина, Китай, Канада, Ізраїль, США, ОАЕ, Азербайджан). Також було уточнено список пріоритетних видів туризму, які потребують державної підтримки (лікувально-оздоровчий, сільський, гастрономічний, діловий). На основі маркетингового дослідження було розроблено рекомендації щодо створення конкурентоспроможного туристичного продукту під обрані цільові аудиторії, а також проведено районування українських регіонів за спеціалізацією на певних видах туризму.

12. Запропоновано методичний підхід туристичного таргетування, який дозволяє виявити пріоритетні аудиторії споживачів туристичного продукту та перспективні види туризму. До пріоритетних в'їзних туристичних ринків для України можна віднести: країни з гіпервеликими туристичними ринками та потенційно зацікавленими туристами в українському турпродукті (КНР, Індія, Канада); країни-сусіди (Польща, Угорщина, Румунія, Словаччина, Білорусь); країни, з якими вже встановився стійкий турпотік та добре логістичне сполучення (Туреччина, Ізраїль, Німеччина); країни потенційних споживачів послуг українського медичного турпродукту (Азербайджан, ОАЕ, Катар). Подано пропозиції щодо формування українського туристичного продукту для споживачів із цих країн.

13. В умовах децентралізації зростає необхідність моніторингу та вчасного виявлення тенденцій розвитку туристичних дестинацій, об'єктивного оцінювання ступеня використання їхнього потенціалу, уніфікації стратегічних



завдань розвитку туризму на рівні регіонів, а також мотивації місцевих органів влади. Розроблено методика визначення активності дестинацій у розвитку туристичної індустрії, яка ґрунтується на системно-компонентному підході. Методика дозволяє визначити найбільш результативні та ефективні місцеві органи влади за показниками стійкості розвитку туристичної індустрії, а також сформулювати пропозиції щодо проектування стратегічних документів економічного стимулювання розвитку туристичної індустрії в межах території.

14. Для прогнозування впливу ефективності розробленої стратегії економічного розвитку туристичної індустрії було сформовано та апробовано методичний підхід, що дозволяє розробляти різні сценарії (песимістичний, реалістичний та оптимістичний) розвитку туристичної індустрії, що є основою для проектування управлінських рішень щодо економічного стимулювання суб'єктів туристичної діяльності. При формуванні трьох сценаріїв було застосовано методи кореляційно-регресійного аналізу, екстраполяції та бенчмаркінгу.

Прогнозування дало змогу припустити, що вже на п'ятий рік застосування СТР за оптимістичним сценарієм до України відбудеться 35,169 млн прибуттів, за реалістичним – 18,916 млн прибуттів, а за песимістичним – 16,678 млн прибуттів. Таким чином, ефективна стратегія розвитку туристичної індустрії вже за перші п'ять років імплементації може збільшити в'їзні туристичні потоки більш як удвічі.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### *Монографії:*

1. Романова А. А. Туристична індустрія: стратегія розвитку та управління: *одноосібна монографія*. Чернігів: видавець Брагинець О. В., 2018. 400 с. (23,25 друк. арк.)
2. Романова А. А. Забезпечення фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання у трансформаційній економіці. *Детермінанти соціально-економічного розвитку України в умовах трансформаційних зрушень*: колективна монографія. Чернігів: ЧНТУ, 2018. С. 396-404 (0,7 друк. арк.).
3. Романова А. А. Застосування методик збору та аналізу інформації при стратегічному плануванні в туризмі. *Бізнес-процеси в туризмі : колективна монографія*. Poznan: Wyższej Szkoły Pedagogiki i Administracji im. Mieszka I w Poznaniu, 2019. С. 45–60. (0,7 друк. арк.)

### *Статті у наукових фахових виданнях України та виданнях, внесених до наукометричних баз даних:*

4. Romanova A. Tourists from Canada as priority customers of the Ukrainian tourism product. *Economic Annals-XXI*. 2019. № 175, Issue 1-2. P. 35-39. [Міжнародні наукометричні бази: SCOPUS]. (0,6 друк. арк.)
5. Romanova Anna. The theoretical and methodological bases of tourism development strategy of a country. *Економіка і регіон*. Полтава, 2018. № 3(70).

С. 5-12. [Міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus, Google Scholar, ResearchBib, Ulrichsweb, MIAR, DRJI, ISIFI*, фахове видання]. (0,5 друк. арк.).

6. Романова А. А. Вплив глобалізації на українську туристичну індустрію. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. 2018. № 2. С. 179-190. [фахове видання]. (0,75 друк. арк.).

7. Романова А. А. Китайські туристи – як пріоритетні споживачі українського турпродукту. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*. 2018. № 1 (9). С. 137-142. [Міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus, Google Scholar, ResearchBib, SJIF, CiteFactor, InfoBase Index, Genamics JournalSeek, Academic Keys, DRJI, CNPIEC*, фахове видання]. (0,7 друк. арк.).

8. Романова А. А. Молодіжний туризм як тренд сучасної туристичної індустрії. *Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал*. 2018. № 1(13). С. 47–54. [Міжнародні наукометричні бази: *УРАН, Україніка наукова, USJ, Google scholar; Index Copernicus; BASE*, фахове видання]. (0,45 друк. арк.)

9. Романова А. А. Особливості внутрішнього та виїзного туристичного ринку Києва. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. Т. 29 (68). № 1. С. 21-28. [Міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus*, фахове видання]. (0,75 друк. арк.).

10. Романова А. А., Щепанський Е. В. Районування як інструмент ефективного стратегічного управління розвитком туристичної індустрії країни. *Університетські наукові записки. Хмельницький*, 2018. № 1. С. 200-213. [Міжнародна наукометрична база: *Google Scholar, Index Copernicus*, фахове видання]. (0,65 друк. арк.). *Особистий внесок автора: досліджено особливості просторової форми організації туристично-рекреаційної сфери. (0,3 друк. арк.). Особистий внесок автора: наведено теоретико-методичні положення про інструментарій економічного розвитку туристичної індустрії, узагальнено концептуальні підходи до проведення районування.*

11. Романова А. А. Столиця України як перспективний ринок в'їзного туризму. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: «Міжнародні відносини, економіка, країнознавство, туризм»*. 2018. № 8. С. 186–195. [фахове видання]. (0,7 друк. арк.)

12. Романова А. А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics» Миколаївського національного аграрного університету*. 2018. № 9. С. 93–104. [Міжнародні наукометричні бази: *Google Scholar, ResearchBib, SJIF, CiteFactor, Jifactor, Crossref, Scientific Indexing Services, DRJI, DOAJ*, фахове видання]. (0,9 друк. арк.).

13. Романова А. А. Методологічні підходи до розробки стратегії туристичного розвитку України. *Проблеми системного підходу в економіці: збірник наукових праць Національного авіаційного університету*. Київ, 2018. Вип. 3(65). Ч. 1. С. 35-39. [Міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus*, фахове видання]. (0,45 друк. арк.)

14. **Романова А. А.**, Жидок В. В., Забаштанська Т. В. Адаптація фахової освіти у сфері туризму до вимог туристичного ринку України. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2018. № 15. С. 421-431. [Міжнародна наукометрична база: *Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання*]. (0,6 друк. арк.). *Особистий внесок автора: проаналізовано світовий досвід фахової освіти у сфері туризму. (0,25 друк. арк.)*

15. Romanova A. Global trends of tourism development. *Herald of Kyiv State University of Trade and Economics*. 2017. № 6 (116). P. 32–42. [Міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus, Google Scholar, фахове видання*]. (0,6 друк. арк.)

16. **Romanova A. A.**, Zhydok V. V., Zabashtanska T. V. Market research of inbound tourists in Chernigov as a factor of increasing tourist attractiveness. *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Vol. 1, № 2 (10). P. 216-228. [Міжнародні наукометричні бази: *Web of Science, Index Copernicus, Google Scholar, фахове видання*]. (0,45 друк. арк.) *Особистий внесок автора: проаналізовано динаміку та структуру туристичних потоків. (0,15 друк. арк.)*

17. Romanova A. A. Formation and analysis of medical tourism in Ukraine in the context of the world economic Space. *Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал*. 2017. № 1. С. 62-68. [Міжнародні наукометричні бази: *УРАН, Україніка наукова, USJ, Google scholar; Index Copernicus; BASE, фахове видання*]. (0,45 друк. арк.)

18. Романова А. А. Види туризму та їх класифікація у контексті сучасних тенденцій розвитку туріндустрії. *Економіка і регіон: науковий вісник Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка*. Полтава, 2017. № 4(65). С. 13-19. [Міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus, Google Scholar, ResearchBib, Ulrichsweb, MIAR, DRJI, ISIFI, фахове видання*]. (0,7 друк. арк.)

19. Романова А. А. Наслідки та виклики введення безвізового режиму з ЄС для туристичної індустрії України. *Економіка і організація управління: науковий журнал Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2017. № 2 (26). С. 82-89. [фахове видання]. (0,5 друк. арк.)

20. Романова А. А. Особливості виїзного туристичного ринку КНР. *Бізнес інформ*. 2017. № 12. С. 48–53. [Міжнародні наукометричні бази: *Ulrichsweb Global Serials Directory; Research Papers in Economics; Index Copernicus; DOAJ; CiteFactor; Academic Journals Database; ResearchBib; Соціонет; Open Academic Journals Index; GetInfo; BASE; OpenAIRE ; SUNCAT Union Catalogue; COPAC Union Catalogue; J-Gate; Open Access Library; Scientific Indexing Services; Advanced Science Index; Google Scholar; InfoBase Index; WorldCat, фахове видання*]. (0,6 друк. арк.)

21. Романова А. А. Особливості вітчизняної туристичної інфраструктури як важливий чинник розвитку індустрії гостинності України. *Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал*. 2017. № 3 (11). С. 69-79. [Міжнародні наукометричні бази: *УРАН, Україніка наукова, USJ, Google scholar; Index Copernicus; BASE, фахове видання*]. (0,7 друк. арк.)

22. Романова А. А. Фінансові інструменти запобігання ризиків на туристичному ринку України. *Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал*. 2017. № 4. С. 106–114. [Міжнародні наукометричні бази: УРАН, Україніка наукова, USJ, Google scholar; Index Copernicus; BASE, фахове видання]. (0,7 друк. арк.)

23. Романова А. А. Соціально-економічні особливості розвитку туристичної індустрії в Чернігівській області. *Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал*. 2016. № 3. С. 96-102. [Міжнародні наукометричні бази: Україніка наукова, USJ, Google scholar; Index Copernicus; BASE, фахове видання]. (0,5 друк. арк.)

#### **Статті у виданнях зарубіжних країн:**

24. Romanova A. Peculiarities of the current state of the tourism industry development in Ukraine. *Tourism and hospitality studies: international journal of Azerbaijan Tourism and Management University*. Баку: «IN-2017» ММС, 2017. Vol. 6, № 4. P. 29-48. [Міжнародні наукометричні бази: ResearchBib, International Scientific Indexing, Scientific Indexing Services, DRJI]. (0,55 друк. арк.)

25. Romanova A. The Image of Ukraine in the World as an Identifying Factor of Incoming Tourism Growth. *Journal of Business* (Georgia). Tbilisi: International Black Sea University, 2018. Vol. 7, № 1. P. 37–43. [Міжнародні наукометричні бази: CitEc]. (0,6 друк. арк.)

26. Romanova A. The outbound Asian tourists as a perspective market for the hospitality industry of Ukraine. *East European Scientific Journal Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe*. Warsaw, 2018. Vol. 2, № 5(33). P. 68-74. [Міжнародні наукометричні бази: РИНЦ]. (0,75 друк. арк.)

27. Романова А. А. Візова лібералізація як важлива умова активації в'їзних туристичних потоків. *Наука і студія*. Przemyśl, 2018. № 8(188). P. 43–59. [Міжнародні наукометричні бази: РИНЦ]. (0,65 друк. арк.)

28. Романова А. А. Тури в Чернобыльскую зону как феномен развития темного туризма. *Журнал Белорусского государственного университета. Экономика*. Минск, 2018. № 1. С. 162–168. [Міжнародні наукометричні бази: РИНЦ, фахове видання]. (0,6 друк. арк.)

29. Романова А. А. Туристична індустрія як царина економіко-соціальної реалізації жінок. *East European Scientific Journal*. Warsaw, 2019. Vol. 5, № 3(43). С. 48–53. [Міжнародні наукометричні бази: РИНЦ]. (0,5 друк. арк.)

#### **Наукові праці апробаційного характеру:**

30. Романова А. А. Класифікація та види туризму в контексті сучасних тенденцій розвитку туристичної індустрії. *Управління туристичною індустрією: методологія і практика: матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет конференції* (Полтава, 27-28 вересня 2017 р.). Полтава. 2017. С. 4-6 (0,1 друк. арк.).

31. Романова А. А. Особливості сучасного стану розвитку туристичної індустрії в Україні. *Актуальні питання реформування економіки країни:*

збірник тез Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування (Тернопіль, 28 вересня 2017 р.). Тернопіль, 2017. С. 13-19. (0,2 друк. арк.).

32. Романова А. А. Становлення і розвиток медичного туризму в Україні в контексті світового економічного простору. *Досягнення і проблеми сучасної економічної науки*: збірник тез Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування (Тернопіль, 27 жовтня 2017 р.). Тернопіль, 2017. С. 83-87. (0,2 друк. арк.).

33. Романова А. А. Наслідки введення безвізового режиму з Європейським союзом для туристичної індустрії України. *Двадцять перші економіко-правові дискусії*: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (Львів, 31 жовтня 2017 р.). Львів, 2017. С. 35-38. (0,1 друк. арк.).

34. Романова А. А. Світові тенденції розвитку туристичної індустрії в структурних моделях сучасного ринку послуг. *Актуальні питання фінансів, економіки, обліку та менеджменту: теорія і практика*: збірка тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 4 грудня 2017 р.): у 4 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2017. Ч. 3. С. 24-26. (0,1 друк. арк.).

35. Романова А. А. Особливості розвитку туристичної індустрії в Чернігівській області. *Сучасні тенденції розвитку української науки*: матеріали Всеукраїнської наукової конференції (21-22 грудня 2017 р., Переяслав-Хмельницький). Переяслав-Хмельницький, 2017. Вип. 10. С. 61-64. (0,2 друк. арк.).

36. Романова А. А. Пріоритетні споживачі українського турпродукту. *Актуальные научные исследования в современном мире: XXXII Международная научная конференция* (26-27 декабря 2017 г., Переяслав-Хмельницкий). Переяслав-Хмельницкий, 2017. Вып. 12(32), ч. 10. С. 70-75 (0,3 друк. арк.).

37. Романова А. А. Особливості вітчизняної інфраструктури як чинник розвитку туристичної індустрії України. *Фундаментальні та прикладні дослідження у сучасній науці*: збірка наукових праць. Харків: Технологічний центр, 2017. С. 13. (0,1 друк. арк.).

38. Романова А. А. Фінансові інструменти запобігання ризиків в туристичній індустрії. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*: матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (22-23 березня 2018 року, м. Черкаси): у 2 томах / Черкаський державний технологічний університет. Черкаси, 2018. С. 192-197. (0,2 друк. арк.).

39. Романова А. А. Конкурентоспроможність української туристичної індустрії в умовах глобалізації. *Напрями та сучасні фактори розвитку міжнародних відносин: економічні та політичні аспекти*: матеріали доповідей міжнародної науково-практичної конференції (7-8 грудня 2018 року). Ужгород, 2018. С. 97-100. (0,2 друк. арк.).

40. Романова А. А. Маркетингова стратегія розвитку туристичної індустрії в умовах збройних конфліктів. *Proceedings of the International Scientific-Practical Conference «Global Marketing: Analysis and Challenges of Our Times»*. Batumi, Georgia, 2019. P. 56-59. (0,2 друк. арк.).

### ***Інші публікації:***

41. Романова А. А. Проблеми та перспективи розвитку української туристичної індустрії. *Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України*: матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 6 квітня 2016 р. Київ, Верховна Рада України, 2016. С. 17-22. (0,2 друк. арк.).

42. Романова А. А. Молодіжний туризм як складова системи молодіжної політики України. *Формування та реалізація державної молодіжної політики в Україні в умовах децентралізації*: матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 15 листопада 2017 р. Київ, Верховна Рада України, 2017. С. 34-37. (0,2 друк. арк.).

43. Романова А. А. Збереження культурної спадщини як необхідна умова туристичної привабливості країни. *Стан, проблеми та перспективи охорони культурної спадщини в Україні*: матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 18 квітня 2018 р. Київ. Верховна Рада України, 2018. С. 83-84. (0,2 друк. арк.).

44. Romanova A. Ukrainian Tourism: Selling Brand Ukraine to new generation of international tourists. *Business Ukraine*. 2015. URL: <http://bunews.com.ua/investment/item/ukrainian-tourism-industry-selling-brand-ukraine-to-new-generation-of-international-tourists>. (0,2 друк. арк.).

### **АНОТАЦІЯ**

**Романова А. А. Стратегія економічного розвитку туристичної індустрії України в умовах глобалізації. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Чернігівський національний технологічний університет МОН України, Чернігів. – 2020.

У дисертації наведені наукові положення про зміст економічної діяльності туристичної індустрії. Досліджено методологічні основи стратегічного планування та управління туристичною індустрією.

Описано ключові тенденції розвитку сфери туризму і курортів України. Проведено оцінку стану конкурентоспроможності туристичної сфери України. Проаналізовано ключові проблеми та чинники забезпечення конкурентоспроможності туристичної індустрії.

Викладено результати дослідження світових тенденцій розвитку туристичної індустрії. Розглянуто зарубіжний досвід ефективного управління розвитком туризму. Проаналізовано успішні практики розробки та реалізації стратегії туристичного розвитку країни.

Запропоновано методичний підхід туристичного таргетування.

Обґрунтовано стратегічні напрями вдосконалення державної стратегії розвитку туристичної індустрії України в умовах глобалізації. Визначено пріоритетні цільові аудиторії споживачів і перспективні види туризму в контексті модернізації туристичного продукту України. Розроблено фінансові

інструменти запобігання ризиків на туристичному ринку. Запропоновано систему інструментів сприятливої податкової політики як стимулу розвитку національної туристичної індустрії. Виконано прогнозні розрахунки розвитку туристичного ринку.

*Ключові слова:* економіка туризму, туристична індустрія, стратегічне управління, економічний розвиток, глобалізація, державне регулювання.

## АННОТАЦІЯ

**Романова А. А. Стратегия экономического развития туристической индустрии Украины в условиях глобализации. – Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.03 – экономика и управление национальным хозяйством. – Черниговский национальный технологический университет МОН Украины, Чернигов. – 2020.

В диссертации приведены научные положения о содержании экономической деятельности туристической индустрии. Показана роль туристической индустрии в модернизации национальных экономик в условиях глобализации. Исследованы мировые тенденции развития рынка туристических услуг. Предложены определение, классификацию и намечены основные функции туризма. Рассмотрены социально-демографические особенности современных потребителей туристического продукта.

Исследованы методологические основы стратегического планирования и управления туристической индустрией. Внесены предложения по модернизации национальной терминологии в туризме, выявлены перспективные методические подходы к прогнозированию показателей развития рынка туристических услуг с учетом последствий глобализации.

Описано ключевые тенденции развития сферы туризма и курортов Украины. Проведена оценка состояния конкурентоспособности туристической сферы Украины. Проанализированы ключевые проблемы и факторы обеспечения конкурентоспособности туристической индустрии. Исследованы динамика и структура туристического потока (въездного и выездного).

В результате анализа современного состояния отечественной туристической инфраструктуры Украины выделены основные ее особенности, а именно: диспропорции по видам транспортных перевозок; низкое качество дорожного покрытия; монополия на рынке авиаперевозок; неэффективная логистика железнодорожных направлений и устаревший подвижной состав пассажирских поездов; упадок речного и морского судоходства; сокращение количества средств размещения; низкое количество категоризированных гостиниц; недостаток инноваций в сфере связи и др. Внесены предложения по усилению конкурентоспособности туристической инфраструктуры Украины, в частности путем имплементации рекомендаций и стандартов международных организаций в стратегических документах туристического развития Украины.

Изложены результаты исследования мировых тенденций развития туристической индустрии. Показана роль саморегулируемых туристических

организаций в процессах развития туристической индустрии. Предложены пути применения информационно-коммуникативных технологий в стратегическом планировании развития туристической индустрии. Рассмотрен зарубежный опыт эффективного управления развитием туризма, в том числе в условиях вооруженных конфликтов. Разработана система либерализации визового режима как необходимого условия увеличения туристских потоков. Проанализированы успешные практики разработки и реализации стратегии туристического развития страны.

Предложен методический подход туристического таргетирования, который позволяет выявить приоритетные аудитории потребителей туристического продукта и перспективные виды туризма. К приоритетным въездных туристических рынков для Украины можно отнести: страны с гиперболическим туристическим рынком и потенциально заинтересованными туристами в украинском турпродукте (КНР, Индия, Канада), страны-соседи (Польша, Венгрия, Румыния, Словакия, Беларусь), страны, с которыми уже установился устойчивый турпоток и хорошие сообщения (Турция, Израиль, Германия); страны потенциальных потребителей услуг украинского медицинского турпродукта (Азербайджан, ОАЭ, Катар). Сформулированы предложения по формированию украинского туристического продукта для потребителей из этих стран.

Обоснованы стратегические направления совершенствования государственной стратегии развития туристической индустрии Украины в условиях глобализации. Определены приоритетные целевые аудитории потребителей и перспективные виды туризма в контексте модернизации туристического продукта Украины. Разработаны финансовые инструменты предотвращения рисков на туристическом рынке. Предложена система инструментов благоприятной налоговой политики как стимула развития национальной туристической индустрии. Выполнены прогнозные расчеты развития туристического рынка.

*Ключевые слова:* экономика туризма, туристическая индустрия, стратегическое управление, экономическое развитие, глобализация, государственное регулирование.

## ABSTRACT

**Romanova A. A. Economic development strategy of Ukraine tourist industry in the globalization conditions. - Manuscript.**

The thesis for a Doctor of Economics degree in specialty 08.00.03 – Economics and Management of National Economy. – Chernihiv National University of Technology, MES of Ukraine, Chernihiv. – 2020.

The thesis contains the scientific provisions on the content of the economic activity of the tourism industry. Methodological foundations of strategic planning and management of the tourism industry are explored.

The key trends in the development of tourism and resorts of Ukraine are described. The competitiveness of the tourist sphere of Ukraine has been evaluated.



The key problems and factors for ensuring the competitiveness of the tourism industry are analyzed.

The results of the study of world tendencies of tourism industry development are presented. Foreign experience of effective management of tourism development is considered. The successful practices of developing and implementing the strategy of tourism development of the country are analyzed.

The methodical approach of tourist targeting is offered.

The strategic directions of improvement of the state strategy of development of tourist industry of Ukraine in the conditions of globalization are substantiated. Priority target audience of consumers and perspective types of tourism in the context of modernization of the tourist product of Ukraine are determined. Financial instruments for risk prevention in the tourist market have been developed. A system of favorable tax policy instruments as an incentive for the development of the national tourism industry is proposed. Estimated calculations of tourism market development were made.

**Keywords:** tourism economy, tourism industry, strategic management, economic development, globalization, state regulation.