

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет природокористування
Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня магістр

на тему: **«ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПРАКТИКА В
УКРАЇНІ»**

Виконав: студент 2 курсу, групи Мев-61

Стегніцький Павло Ярославович

напряму підготовки 29 «Міжнародні відносини»

спеціальність 292 «Міжнародні

економічні відносини»

Керівник: Линдюк А.О.
(Прізвище та ініціали)

Рецензент: _____
(Прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	10
1.1. Теоретична суть та історичні передумови розвитку туризму	10
1.2. Особливості та функції туристичної індустрії в системі національного та світового господарства	16
1.3. Методи оцінки ефективності туристичної діяльності в системі світового та національного господарства	23
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ НА СВІТОВОМУ ТА НАЦІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ	28
2.1. Динаміка та географічна структура світового ринку туристичних послуг	28
2.2. Вплив туристичної індустрії на економіку окремих країн світу	37
2.3. Місце і роль України у світовому ринку туристичних послуг	45
2.4. Охорона праці туристичних підприємств та захист населення в надзвичайних ситуаціях	51
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ АКТИВІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	61
3.1. Перспективи посткризового відновлення світового туризму	61
3.2. Напрями та інструменти розвитку туристичної індустрії країн світу	67
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	73
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК	78

Міністерство освіти та науки України
Львівський національний університет природокористування
Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу
Освітній ступінь «Магістр»
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

МЕВ і маркетингу

(назва кафедри)

(підпис)

Линдюк А.О.

(прізвище, ім'я, по батькові)

«___» _____ 202_ року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА

Стегніцький Павло Ярославович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи): Індустрія туризму як фактор розвитку національної економіки: світовий досвід та практика в Україні

Керівник проекту (роботи) Линдюк Андрій Олександрович, к.е.н, доцент,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЛНАУ від «___» _____ 202_ року №

2. Строк подання студентом проекту (роботи) до «___» _____ 2022 року _

3. Вихідні дані до проекту (роботи): літературні джерела, наукові видання, статистичні дані, аналітичні матеріали міжнародних туристичних організацій

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретико-методологічні основи дослідження світової туристичної індустрії

1.1. Теоретична суть та історичні передумови розвитку туризму

1.2. Особливості та функції туристичної індустрії в системі національного та світового господарства

1.3. Методи оцінки ефективності туристичної діяльності в системі світового та національного господарства

2. Сучасні тенденції та проблеми розвитку туристичної індустрії на світовому та національному рівнях

2.1. Динаміка та географічна структура світового ринку туристичних послуг

2.2. Вплив туристичної індустрії на економіку окремих країн світу

2.3. Місце і роль України у світовому ринку туристичних послуг

АНОТАЦІЯ

У роботі розглядаються теоретична суть та історичні передумови розвитку туризму. Окремо сконцентровано увагу на дослідженні особливостей, функцій та методів оцінки ефективності туристичної індустрії в системі національного та світового господарства. Проаналізовано динаміку та географічну структуру світового ринку туристичних послуг. Досліджено вплив світової пандемічної кризи на функціонування туристичної галузі у світі та окремих країнах. Визначено роль України у світовому ринку туристичних послуг. Напрацьовано стратегію активізації світової туристичної індустрії. Розглянуто перспективи посткризового відновлення світового туризму. Запропоновано напрями та визначено інструменти розвитку туристичної індустрії країн світу.

Ключові слова: туризм, туристична індустрія, туристична послуга, туристична фірма, туроператори, турагенти.

ANNOTATION

The paper examines the theoretical essence and historical prerequisites of the development of tourism. Separate attention is focused on the study of features, functions and methods of evaluating the effectiveness of the tourism industry in the system of the national and world economy. The dynamics and geographical structure of the world market of tourist services are analyzed. The impact of the global pandemic crisis on the functioning of the tourism industry in the world and in individual countries has been studied. The role of Ukraine in the world market of tourist services is defined. A strategy for revitalizing the global tourism industry has been developed. The prospects of the post-crisis recovery of world tourism are considered. The directions and tools for the development of the tourism industry of the countries of the world are defined.

Keywords: tourism, tourist industry, tourist service, tourist company, tour operators, travel agents.

УДК 332.1;338.48(100)

Стегніцький П.Я. Індустрія туризму як фактор розвитку національної економіки: світовий досвід та практика в Україні. – Кваліфікаційна робота. Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу. – Дубляни, ЛНУП, 2022.

81 с. текст., 3 розділи, 13 рис., 7 табл., 49 літературних джерела.

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичну суть та історичні передумови розвитку туризму. Вивчено особливості та функції туристичної індустрії в системі національного та світового господарства.

Здійснено дослідження динаміки та географічної структури світового ринку туристичних послуг. Проаналізовано вплив світової пандемічної кризи на функціонування туристичної галузі у світі та окремих країнах. Визначено роль України у світовому ринку туристичних послуг.

Вивчено питання охорони праці на туристичних підприємствах.

Напрацьовано стратегію активізації світової туристичної індустрії. Розглянуто перспективи посткризового відновлення світового туризму. Запропоновано напрями та визначено інструменти розвитку туристичної індустрії країн світу.

ВСТУП

Актуальність теми. На початку нового тисячоліття туризм міцно утвердився в багатьох країнах як основна галузь економіки і найбільш швидко розвивається економічний сектор, що до настання пандемічної кризи забезпечував приплив іноземної валюти і створення робочих місць. Міжнародний туризм забезпечував найвищу експортну виручку в світі і є важливим фактором забезпечення платіжного балансу для багатьох країн.

Сучасна туристична галузь, будучи однією з найбільш динамічно розвиваються галузей світового господарства, вносить істотний внесок у формування валового внутрішнього продукту, поліпшення платіжного балансу, гарантує привабливу віддачу від капіталу і значний рівень ліквідності вкладених коштів.

У сучасних умовах формування стратегій розвитку дестинацій є одним з найбільш актуальних і популярних механізмів, що дозволяють підвищити ефективність роботи туристичної галузі багатьох країн. Удосконалення стратегічного управління розвитком і просуванням туристичної галузі на внутрішньому і міжнародному ринках є одним з пріоритетних завдань розвитку туризму.

У 2020 році індустрія туризму по всьому світу увійшла в абсолютно нову реальність. Закриття кордонів, посилення правил поїздок, вимоги до тестування, побоювання карантину – це виявилось новою картиною для цього сектора економіки. Пандемія спричинила безпрецедентний тиск на туристичну індустрію як у всьому світі, так і в Україні. Спалах коронавірусу став справжньою катастрофою для туризму і став найбільшим ворогом туристичного бізнесу в усьому світі. Що стосується міжнародного туризму в Україні, то враховуючи повномасштабне вторгнення від 24 лютого 2022 року, тому фактично ця зовнішній туристичний потік на сьогодні зведений до нуля.

У зв'язку з цим удосконалення теоретико-методологічних аспектів стратегічного управління підприємствами туристичної галузі, пропозиція

комплексних підходів, що дозволяють ефективно використовувати можливості внутрішнього і зовнішнього середовища, мінімізувати негативний вплив факторів навколишнього середовища, перевести існуючі та потенційні можливості в стратегічний потенціал успіху з метою забезпечення сталого розвитку регіонів, збереження та розвиток конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

Таким чином, актуальність теми дипломної роботи визначається необхідністю розробки нових і вдосконалення існуючих теоретико-методичних положень стратегічного управління індустрією туризму в Україні та за кордоном. Це, в свою чергу, забезпечить ефективний процес стабілізації та розвитку національної економіки.

Ряд аспектів теоретичного та методичного характеру стратегічного прогнозування і планування розвитку галузі туризму, а також питання стратегічного управління виходом туристичної галузі на міжнародний ринок і її вплив на національні економіки в науковій літературі на цей момент недостатньо досліджені.

Необхідність формування теоретико-методичних основ, організаційно-економічних механізмів розвитку індустрії туризму зумовила мету, завдання, об'єкт і предмет випускної кваліфікаційної роботи.

Мета і завдання дослідження. Метою дипломної роботи є розробка теоретико-методичних основ стратегічного управління розвитком туристичної індустрії на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг, а також розробка відповідних практичних рекомендацій.

Реалізація поставленої мети вимагала вирішення наступних завдань:

- ✓ визначити основні тенденції та визначити стратегічні напрями розвитку туристичної галузі на світовому та національному рівнях;
- ✓ уточнити понятійний апарат дослідження розвитку та просування туристичної індустрії;
- ✓ проаналізувати стан функціонування туристичної галузі;

- ✓ проаналізувати вплив світової пандемічної кризи на функціонування туристичної індустрії;
- ✓ дослідити тенденції та детермінанти розвитку туристичної індустрії;
- ✓ визначити чинники впливу розвитку туризму на стан функціонування національних економік;
- ✓ обґрунтувати стратегічні напрями функціонування міжнародного туризму;
- ✓ розробити комплекс практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності стратегічного розвитку та промоції туристичної галузі.

Предметом дослідження є умови та фактори, а також економічні та соціальні механізми впливу туристичної індустрії на стан національних економік різних країн.

Об'єктом дослідження є процес туристичної діяльності як важливого елемента економічної системи світового господарства на засадах сталого розвитку.

Методи дослідження. Теоретичною основою дипломної роботи стали дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем розвитку туристичної індустрії на національному та світовому рівні, в тому числі проблем управління і планування розвитку туристичної галузі, зарубіжного досвіду розвитку туризму, законодавчих і нормативних актів різного рівня державної влади, матеріалів науково-практичних конференцій.

Методологічна основа дослідження базується на таких основних методах: системний підхід, абстрактно-логічний, комплексно-факторіальний, економіко-статистичний, аналогії, порівняльно-експертні оцінки, екстраполяції.

Інформаційною базою дослідження стали: офіційні дані Державної служби статистики України, статистичні дані регіональних органів управління туризмом, стратегії і програми розвитку туризму, інформація Асоціації туризму України, світових туристичних організацій.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що отримані у процесі дослідження теоретичні та прикладні результати можуть бути використанні вітчизняними державними та приватними структурами для визначення пріоритетів своєї діяльності, а також стати основою розробки стратегічних напрямів впливу туристичної індустрії на розвиток національної та глобальної економіки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1. Теоретична суть та історичні передумови розвитку туризму

З давніх часів спостерігається міграція людей за межі зони постійного проживання. Їх причини спочатку були пов'язані з територіальною експансією (війни, хрестові походи), дипломатією (місіями, повідомленнями), торгівлею, а потім стосувалися індивідуальних потреб, що впливають з релігійних, цілей здоров'я і задоволення. Індивідуальні подорожі зараз вважаються першим походом, що має туристичне значення і включають в себе паломництво в Стародавній Єгипет (з четвертого століття до н.е.), Стародавню Грецію (VIII ст. до н.е.) та Індію, де в четвертому столітті до н.е. було 12 паломницьких маршрутів [10].

Однак самі терміни, як і туристичний і туристичний, з'явилися тільки в кінці вісімнадцятого століття. Передбачається, що генезис цих понять, швидше за все, пов'язаний з терміном «гранд-тур». Це означало дуже популярні в той час серед англійців, особливо заможної молоді, поїздки до Франції, Німеччини та інших країн, здійснені з навчальною, пізнавальною та розважальною метою. У вищих соціальних сферах «ці поїздки розглядалися як важливий елемент освіти і виховання молоді, і людина, яка не здійснила «грандіозного туру» – за сучасними уявленнями – не могла вважати себе освіченою людиною» [30].

Відвідуючи Францію, молоді англійці часто називалися туристами місцевим населенням. За короткий час це слово було прийнято і в інших європейських країнах. У літературі термін «турист» вперше увійшов до книги Стендаля «Memoires d'un touriste» («Спогади туриста»), виданої в 1838 році [10]. Від створення терміну "туризм" до наших днів це поняття зазнало численних трансформацій, які відображали зміни, що відбуваються в рамках самого туризму, включаючи, серед іншого: характер, форми, розмір участі, розвиток туризму тощо, а з іншого боку, були вираженням зростання його значення в соціально-економічному житті.

У зв'язку зі складністю і багатофункціональністю явища туризму, вивчення якого здійснюється представниками багатьох наукових дисциплін, зустрічаємо безліч різних визначень. У світовій географічній та економічній літературі найчастіше використовуються два визначення туризму – Вальтер Гунзікер і Кшиштоф Пшецлавський. Перший з них, швейцарський економіст, один з класиків теорії туризму, стверджував, що туризм - це " ... сукупність явищ і відносин, що стосуються подорожей і короткострокового перебування за межами місця постійного проживання, здійснюваних не з метою отримання прибутку».

Важливою перевагою такого визначення є сигнал про те, що туризм - це не тільки поїздка і перебування в конкретному місці, але і всі наслідки цього перебування. Такий підхід дає можливість розглядати туризм як економічне явище, аналізоване переважно по відношенню до попиту і пропозиції. Однак корисність визначення У. Хунзікера в даний час знижується, оскільки з'являються нові види туризму, наприклад, бізнес, конгрес, мотиваційний, які, всупереч даному поясненню, пов'язані із заробітком. З огляду на цей аспект, сутність сучасного туризму краще відображена у наступному визначенні, зокрема, у широкому розумінні – це: «сукупність явищ просторової мобільності, пов'язаних з добровільною, тимчасовою зміною місця проживання, ритму і середовища життя і вступом в особистий контакт з відвідуваним середовищем (природним, культурним або соціальним)» [44]. Як видно з цього визначення, його автор зробив найсильніший акцент на соціальних, психологічних і культурних вимірах туризму.

В останні роки з'явилося багато ініціатив, спрямованих на уніфікацію туристичної термінології. Серед іншого, метою є встановлення визначення туризму, яке, з одного боку, враховує всі аспекти, пов'язані з цією діяльністю, а з іншого боку, має утилітарний характер, що впливає з потреб політиків, економістів, туроператорів та вчених. Всесвітня туристична організація Організації об'єднаних націй рекомендує в статистичних цілях наступне розуміння сучасного туризму: «туризм

включає в себе всю діяльність осіб, які подорожують і перебувають з метою відпочинку, ділових або інших цілей, не більше одного року без перерви поза своїм повсякденним оточенням» [41].

Основними поняттями, пов'язаними з туризмом є: туристичні послуги, відпочинок, ринок туристичних послуг, туристичні цінності та туристична інфраструктура.

Туристичне обслуговування – це нетрадиційна діяльність, вона надає покупцям інформацію, яка не обов'язково повинна бути пов'язана з продажем товарів або послуг в порівнянні з товаром, який можна придбати за право власності.

Туризм –походить від французького поняття «тур», що означає поїздки, подорож, що закінчується поверненням до місця, звідки прийшов від'їзд. Туризм можна розуміти як форму активного відпочинку в поєднанні з знайомством з різними місцями і елементами спорту.

Рекреація – слово «рекреація» означає «освіжати, відтворювати, оновлювати, відроджувати, а також створювати заново (ре + креація). Значення слова також можна вивести з «рек реакція», що означає повернення до здоров'я. Термін в даний час використовується в трьох значеннях. Перше значення визначає сукупність форм поведінки, які здійснюються людиною у вільний час. Друге значення ототожнюється з процесом спокою, тобто з регенерацією сил з обґрунтуванням наслідків втоми. У третьому сенсі рекреація - це розвивається культурне і соціальне явище, основою якого є використання вільного часу, а також пов'язаних з ним форм людської поведінки [37].

Ринок туристичних послуг доцільно визначати як процес, за допомогою якого клієнти (споживачі туристичних послуг) і постачальники послуг (виробники туристичних послуг) визначають, що вони хочуть купувати і продавати і на яких умовах. З позиції суб'єктів, ринок туристичних послуг характеризується певним набором покупців туристичних послуг і продуцентів туристичного продукту, що здійснюють ринкові операції, предметом яких є туристичні послуги.

Туристична привабливість – властивість місцевості, що виникає в результаті сукупності природних або неприродних особливостей, що визначає інтерес туристів. Ступінь туристичної привабливості даного району або населеного пункту визначається: туристичними цінностями, дано-інн-туристичним розміщенням і транспортною доступністю.

Туристична інфраструктура – це всілякі туристичні об'єкти і пристрої, які спрямовані на обслуговування туристів, які приїжджають в ту чи іншу місцевість, задоволення їх потреб, пов'язаних з пасивним і активним туризмом.

Туризм в соціальному плані - це сукупність явищ просторової мобільності, пов'язаних з добровільною, тимчасовою зміною місця існування, ритм і середовище життя і входження в особистий контакт з відвідуваним середовищем (природною, культурною або соціальною). У свою чергу, Всесвітня туристична організація заявляє, що "туризм - це вся діяльність осіб, які подорожують і перебувають з метою відпочинку, ділових або інших цілей не більше одного року без перерви за межами свого повсякденного оточення, за винятком поїздок, метою яких є виключно вигідне працевлаштування". Туризм - це в першу чергу поведінка людини. Ще до поїздки людина відчуває необхідність виїхати. Потреба формує мотив відправки в подорож. Людина формулює мету подорожі, мету, пов'язану з цінністю.

Під час подорожі людина відчуває це і поводить певним чином. Повернувшись, людина згадує побачене, славу і пережило. Безсумнівно, туризм пов'язаний з вільним часом і з добровільною поведінкою людини. Збільшення вільного часу було важливою умовою популяризації туризму. Туризм не притаманний подорожам, тобто розвитку транспортних засобів (в тому числі доріг). Однією з важливих потреб людини є необхідність знати. Туризм може дуже допомогти його заспокоїти.

З огляду на вищесказане, слід задати питання, хто такий «турист». До кінця вісімнадцятого століття людей, які подорожували заради дружби і для задоволення потреб пізнання світу, називали мандрівниками. Вони

датуються – як передбачається – сімнадцятим століттям і, швидше за все, пов'язані з терміном «Гранд-тур». Цей термін означав поїздки на континент (в основному до Франції), популярні в той час серед молодих англійців, з метою розваги і в пізнавальних цілях. Серед дворянства і заможної буржуазії ці поїздки розглядалися як важливий елемент освіти і виховання молоді.

Уже знаючи визначення туризму, можна спробувати розпізнати загальні риси сутності туризму. Таким чином, можна припустити, що:

- сутність туризму - це рух, процес, створюваний потоком людей, грошей, речей, інформаційних і культурних цінностей,
- цей рух викликає певні наслідки в соціально-економічних, політичних і культурних відносинах, дає цінність і її цінність, будучи при цьому своєрідною загрозою,
- участь у туризмі є результатом вільних рішень, вільного вибору серед інших форм проведення вільного часу і результатів, з одного боку, від необхідності звільнитися від повсякденного шаблону, з іншого – від прагнення задовольнити пізнавальні потреби [30].

Сучасний туризм - це не тільки подорожі та зміна місця перебування, це набагато більше, ніж це. Сфера його застосування виходить далеко за межі природного прагнення познайомитися з новими місцями і людьми. Сьогодні ми можемо сприймати сучасний туризм як:

- елемент сучасного способу життя,
- спосіб пізнання світу, природи, людей, культури,
- надання можливості відпочити, розслабитися, відновити сили, зміцнити здоров'я, що призводить до економічного та соціального розвитку туристських регіонів.

Також варто відзначити, що до туризму можна ставитися як до багатовимірних явищ, що відбуваються на різних рівнях людських і соціальних функцій. Так що можна говорити про туризм як явище:

- психологічна – тому що вона є постійним і все більш важливим елементом структури потреб людини,

- соціальна – оскільки під час подорожі, перебування і повернення з туристичного заходу людина вступає в конкретні соціальні контакти,
- просторова – для потреб людини трансформується природне середовище, створюється комунікація, нічна нога, харчова інфраструктура, змінюється ландшафт,
- культурна – адже вона є елементом сучасної культури, дає можливість передавати конкретні цінності, створює нову культуру,
- економічний – тому що це одна з сфер економіки, що регулюється законами вільного ринку.

Таким чином, туризм – це особлива форма фізичного відпочинку, форум для активного відпочинку поза місцем постійного проживання, пов'язаний з пізнавальними цілями і елементами спорту. Загально визнано розглядати туризм як подорожі або піші прогулянки, зроблені у вільний час для дозвілля, розваг, примноження здоров'я та отримання нових вражень. Спостерігаючи і аналізуючи визначення туризму, можна зробити висновок, що з роками їх зміст постійно змінювався.

1.2. Особливості та функції туристичної індустрії в системі національного та світового господарства

Незважаючи на значну роль, яку туристична індустрія відіграє за сучасних умов у світових економічних та соціальних відносинах у науковій літературі, практично відсутні роботи, присвячені дослідженню залежностей між показниками туризму та тим, як він впливає на соціальні

та економічні процеси країн у різних країнах світу. У спеціальній літературі зазвичай акцентується увага на перерахуванні таких чинників, як наявність унікальних туристських ресурсів, капіталу, трудових ресурсів, сприятливого митного і прикордонного режиму. Ці чинники, безумовно, мають суттєвий вплив на розвиток туристичної галузі в певній країні.

Світова туристична індустрія, характерною рисою якої є те, що суттєва частина послуг виробляється із мінімальними затратами на місці, відіграє дедалі помітнішу роль у світовій економіці. Істотне значення для розвитку туристської індустрії у світі має також прагнення окремих країн до збільшення валютних надходжень від туризму та створення з цієї метою цілої галузі господарства. Під туристичною індустрією прийнято розуміти сукупність підприємств, установ та організацій матеріального виробництва та невиробничої сфери, що забезпечують виробництво, розподіл, обмін та споживання туристського продукту, освоєння та використання туристських ресурсів, та створення матеріально-технічної бази туризму [8]. Туристична індустрія як складний міжгалузевий народногосподарський комплекс, включає наступні складові:

- організатори туризму – це є туристичні підприємства, які займаються розробкою, просуванням та реалізацією туристичного продукту, зокрема туристичні оператори та агенти;
- підприємства, які надають послуги із розміщення, до яких відносять готелі, хостели, пансіонати, будинки відпочинку та інші;
- підприємства, які забезпечують харчування, зокрема, ресторани, кафе, бари тощо;
- транспортні підприємства до яких відносять автопідприємства, авіаційні підприємства, залізничні, підприємства річкового та морського транспорту тощо;
- екскурсійні компанії;
- підприємства, які продукують туристичні продукти, такі як туристські сувеніри, готельні меблі, туристичне спорядження;

- торгові підприємства, зокрема, магазини з реалізації туристського спорядження і сувенірів;
- підприємства, які організують дозвілля та розваги - кіноконцертні зали, клуби, тематичні парки, зали гральних автоматів тощо;
- структури самодіяльного туризму, зокрема туристичні, альпіністські та велосипедні клуби;
- органи, які здійснюють управління туристичною галуззю;
- навчально-наукові установи, проектні організації [26].

Наведений список є лише орієнтовним і не цілком відображає туристичну індустрію. При розширенні та ускладненні процесів організації туристичної діяльності все більше нових галузей та підприємств національної економіки долучаються до туристичного виробництва. Наданням послуг для туристів займаються також торгівельні компанії, банківські та страхові структури. Опосередковано формують туристичну індустрію підприємства, що обслуговують як туристів, так і інші колективи відпочивальників: заклади культури, лікувальні та медичні підприємства, структури зв'язку, підприємства, які здійснюють виробництво товарів народного споживання, підприємства громадського транспорту тощо.

Закон України "Про туризм" у статті першій дає таке визначення: "туристична індустрія - сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів" [8].

Комплекс споживчих цін, одержуваних туристом у процесі подорожі, є продуктом вкладеного в туризм праці, на практиці званий «туристським продуктом».

Туристський продукт – результат суспільної праці у вигляді туристських послуг, що мають споживчу вартість. У найширшому розумінні туристським продуктом є будь-який вид туристичних послуг.

Туристські послуги – доцільна виробнича діяльність, що задовольняє потреби туристів і приймає, зазвичай, матеріальної форми. Відповідно до

цього визначення дані послуги можна охарактеризувати як невидимий товар особливого роду.

Ринок туристичних послуг зазвичай трактують як суспільно-економічне явище, яке поєднує взаємодію попиту та пропозиції щодо забезпечення процесів купівлі-продажу туристського продукту у конкретний час та у визначеному місці.

Характеризуючи ринок туристичних послуг необхідно враховувати такі моменти:

- головним об'єктом купівлі-продажу є туристичні послуги;
- окрім покупця та продавця до механізмів туристичного ринку долучається значна кількість посередницьких структур, що забезпечують поєднання попиту і пропозиції;
- попит на туристичні послуги має відмінні особливості, зокрема: велика різноманітність учасників поїздок згідно їх фінансових можливостей, віку, цілей та мотивів;
- еластичністю: індивідуальністю та високим ступенем диференціації; великою заміщуваністю: віддаленістю за часом і місцем від туристичної пропозиції;
- туристичну пропозицію також характеризує низка відмінних характерних ознак: туристичні товари та послуги характеризуються троїстим характером (природні ресурси, продуктовані ресурси та туристичні послуги); значна фондомісткість туристичної галузі; низький рівень еластичності; комплексний характер.

Подібно іншим товарним ринкам, туристичний ринок є неоднорідним. Зокрема, у його структурі розглядають менші за наявними масштабами ринки. Це спричиняє значну кількість ознак за якими класифікують туристичний ринок. Зазначимо лише найважливіші, що характеризують першочергове значення для наукових досліджень.

Турфірми, які здійснюють міжнародну діяльність, повинні враховувати різне економічне, культурне, правове середовище кожного національного ринку. Міжнародна діяльність більш складна, ніж внутрішня,

в силу різних ризиків, пов'язаних з розрахунками в іноземній валюті, з ціновим, транспортним ризиком при несплаті або недотриманні умов про постачання туристичних послуг. Не виключені складнощі, пов'язані з митними формальностями та іншими чинниками, які у світовій торгівлі.

Сукупність елементів та чинників інонаціональної макроекономічної системи проявляється як загальне середовище туристичної фірми, як учасника зовнішньо-економічної діяльності. Зокрема, це вказане середовище спричинене присутністю у ньому окремих елементів може розглядатись як неоднорідне явище, всередині якого є різні складові такі як мікросередовище та макросередовище. У першому випадку маються на увазі безпосередні «контактери» — ті постачальники туристичних послуг, з якими туристична фірма вступає у взаємовигідну співпрацю. По-друге, загальноекономічні кон'юнктуро утворюючі чинники.

Доцільно окремо наголосити, що внутрішнє середовище туристичної компанії, її зовнішнє мікроекономічне і макроекономічне середовище на іноземних ринках, а також принципи і методика проведення політики утворюють мережу зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а також створюють принципи, які є основою відповідної різнопланової практичної діяльності.

Сьогодні кількість туристичних фірм суттєво зросла, особливо у великих містах, і значна конкуренція примушує їх займати свої ніші у діючих туристичних ринках. Наявні компанії, які спеціалізуються на окремих країнах чи напрямках, є фірмами, які працюють лише на приймання туристів. Є й такі, які займаються із групами, та ті, які організовують поїздки на індивідуальне замовлення. Є туристичні фірми, що повністю організовують поїздки, а також пропонують зі знижкою іншим туристичним фірмам готові маршрути, і є туристичні агенти, які виступають посередниками між туроператором та клієнтом. До туристичних агентів сходиться інформація щодо різних турів, з яких вони підбирають клієнту необхідний і доступний за ціною.

На сучасному етапі міжнародний туризм набуває основних рис глобального явища. Це явище зачіпає практично всі регіони світу, істотно впливає на розвиток світової економіки. Туризм придбав глобальний характер і всі ознаки галузі світового господарства, про що свідчать значні обсяги міжнародної торгівлі цим видом послуг. Туристична галузь характеризується одним з найвищих і найстабільніших темпів розвитку протягом значного періоду часу.

Світова туристична діяльність має вплив на розвиток як окремих держав, так і світової економіки в цілому.

На певному етапі розвитку, коли потреби у подорожах різко зросли, появилися і надавачі послуг для подорожей. Це спричинило формування товару особливого виду, яким є туризм. Отже, туризм насамперед виник як товар, який можна купити та продати на споживчому ринку та реалізований у формі матеріальних та нематеріальних послуг. Своє різною перевагою туристських послуг.

Частина цих послуг здійснюється з мінімальними витратами дома і, зазвичай, без використання іноземної валюти. Враховуючи, що туристична послуга не є послугою першої життєвої необхідності, тому вона стає нагальною потребою людини тільки при визначеному рівні її доходу і певному рівні багатства суспільства.

Світова туристична індустрія забезпечує одні із найвищих надходжень від експорту й для більшості країн є важливим чинником забезпечення платіжного балансу. Туристична галузь стала одним із найважливіших факторів утворення робочих місць у світовій економіці. Розвиток туристичної індустрії стимулює вливання в інфраструктуру величезних інвестицій, більшість яких скеровано на поліпшення якості життя як місцевого населення, так і туристів. Частина нових робочих місць і підприємств туристичної індустрії створюється у країнах, які розвиваються, а це дозволяє збалансувати можливості економічного росту, та сприяє закріпленню жителів у сільських місцевостях, запобігаючи їх відтоку в міста, які часто є перенаселеними. Міжкультурні зв'язки та особисті дружні

відносини, що виникають у процесі туристського обміну, є важливим фактором покращення міжнародного взаєморозуміння та сприяють зміцненню миру між народами земної кулі [20].

Туристична індустрія у світі виконує низку важливих функцій:

- туристична індустрія – це є джерело валютних надходжень для держави та засіб для забезпечення зайнятості;

- туристична індустрія сприяє диверсифікації національних економік, створюючи галузі, що обслуговують та доповнюють галузь туризму.

Туристична індустрія у світі є неоднаковою, що в першу чергу пояснюється різним рівнем соціально-економічного розвитку держав і світових регіонів. Найбільшого розвитку туристична індустрія отримала у західноєвропейських країнах. На цей регіон припадає понад 70 % світового туристського ринку і понад 60 % валютних надходжень. Приблизно 20 % припадає на Американський континент, менше 10 % - на Азію, Африку та Австралію, разом узятих [28]. Аналогічний розвиток світових туристичних зв'язків спричинив створення різних міжнародних організацій, що сприяють покращенню роботи цієї частини міжнародної торгівлі. Багато високорозвинених країн Заходу, зокрема: Швейцарія, Австрія, Франція, Іспанія, суттєву частину добробуту своїх громадян отримали за рахунок доходів від туризму. За крайні роки було створено потужну дослідницьку базу та систему професійної підготовки в туристичній сфері [35].

На сьогоднішній день світова туристична індустрія розвивається за рахунок чинників, властивих власне індустрії гостинності та туризму, в тому числі факторів таких, як: політика та юриспруденція, економіка та фінанси, культурна сфера, соціально-демографічні зміни, розвиток торгівельної галузі, транспортної, інфраструктури і науково-технічного прогресу (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Чинники розвитку світової туристичної індустрії

Розвиток світової туристичної індустрії залежить від удосконалення туристичного продукту в туристських дестинаціях, розвитку професійної туристичної агентської мережі, сфери туроператорського продукту та послуг, ступеня використання можливостей маркетингу, стану системи дистрибуції та людського чинника. Перелічені фактори діють у рамках туристичної індустрії і знаходяться під впливом суб'єктів туристичної діяльності.

У світовому міжнародному туризмі виділяють шість туристичних регіонів: Європу, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Південну Азію, Америку, Близький Схід, Африку [46].

Світовий туризм характеризується високим ступенем концентрації щодо невеликих за площею регіонів. На початку XXI ст. лідерами світового туризму стали Франція, Іспанія, США, Китай, Італія, Великобританія, Мексика, Німеччина, Австрія, Туреччина. На частку всього 10 країн – лідерів міжнародного туризму – припадає на половину світового туристичного потоку. Шість із цих країн перебувають у Центральній та

Західній Європі: Франція, Іспанія, Італія, Великобританія, Німеччина, Австрія.

1.3. Методи оцінки ефективності туристичної діяльності в системі світового та національного господарства

Туризм сам по собі є видом діяльності, пов'язаної з культурною, соціальною, освітньою та економічною сферами суспільного життя. Туристична галузь є одним з видів міжнародного співробітництва для багатьох країн. Туристична індустрія має вплив на політичні, економічні, соціальні та культурні зв'язки між різними країнами.

Правильна оцінка ефективності діяльності в сфері туристичного бізнесу становить основу для впливу на поточну роботу і подальший розвиток туристичних компаній, розширення їх діяльності та складання програми розвитку.

Для правильної та об'єктивної оцінки туристичної діяльності, потрібно чітко знати специфіку туристичної галузі. Ефективність туристичного бізнесу визначається або кількістю туристичних клієнтів фірми, або масштабами, обсягом діяльності комерційних структур, виробництвом і розробкою туристичного продукту.

Туризм охоплює широкий спектр діяльності. Таким чином, для оцінки його ефективності, доцільно його розглядати з точки зору споживчого попиту і з урахуванням бажань клієнтів, а не з точки зору пропозицій. У цьому відмінність туристичного бізнесу від галузі сфери виробництва.

У сфері промислового виробництва підприємства займаються виробництвом товарів і послуг. Туризм не можна віднести тільки до виробництва товарів (послуг), оскільки цей вид діяльності пов'язаний не тільки з характером продукції, що випускається, але і з аналізом кількості споживачів туристичний продукт і дослідження їх особливостей.

Це означає, що ефективність туристичного бізнесу тісно пов'язана з кінцевим споживачем туристичного продукту. Тому варто особливу увагу приділяти типу клієнтів. Згідно з їхніми запитів і формують туристичний продукт. Таким чином, споживач - ключовий фактор виробничої діяльності туристичної індустрії.

Кошти споживача обмінюються на туристичний товар (послугу). Будь-які витрати, в тому числі і на туристичну діяльність, є критерієм ефективності функціонування цієї індустрії. У зв'язку з цим туристичні витрати є основною складовою управління туризмом.

Також проводиться оцінка впливу туризму на національну та світову економіку й різні галузі туристичної індустрії. Ефективність будь-якого бізнес означає співвідношення результатів і цілей, і витрати на досягнення поставлених цілей. Виходячи з цих чинників оцінюється продуктивність менеджменту в туризмі.

Професійне управління туристичною галуззю - це забезпечення належного функціонування та розвитку всіх організаційно-економічних одиниць цієї галузі. Ефективність управління туристичним бізнесом доцільно розглядати з двох позицій: економічної та соціальної.

Економічна ефективність туристичної індустрії полягає в мінімізації галузевих витрат. Видатки в туристичній сфері визначаються за визначенням споживання в туризмі. Споживання визначається як вартість товарів і послуг, необхідних для задоволення попиту замовника.

Таким чином, витрати визначаються як загальна сума споживчих витрат туриста при підготовці, під час його візиту і перебування на об'єкті призначення. Щоб більш точно розрахувати витрати на відрядження, здійснені під час поїздки, слід визначити:

- періодичність поїздок. Цей показник показує, скільки разів людина подорожує за певний проміжок часу. Частота поїздок визначається як відношення кількості поїздок до періоду часу.

- інтенсивність подорожі. При визначенні цього показника беруть до уваги не окрему людину, а всього населення регіону чи країни.

Інтенсивність подорожей показує, скільки людей подорожували протягом усього року. Інтенсивність подорожей становить відношення кількості туристів до населення і виражається у відсотках.

- середня тривалість поїздок. Цей показник розраховується як відношення загальної кількості ночівель до кількості поїздок.

Компоненти туристичних витрат можна розділити на три великі групи:

1. попередні витрати, необхідні для підготовки поїздки.
2. витрати під час подорожі.
3. витрати після повернення від поїздки за кордон (наприклад, ремонт пошкодженого автомобіля в період перебування в поїзді).

Однією із найважливіших складових визначення ефективності туристичної діяльності є розрахунок і аналіз всіх статей туристичних витрат. Виявлення відхилень в процесі аналізу є підставою для прийняття відповідних управлінських рішень.

Туристичні витрати включають в себе наступні компоненти: комплексний тур, повний туристичний пакет, вартість проживання туристів, витрати їжа та напої, транспортні витрати, спорт і культурні заходи, витрати на товари придбані для особистого споживання, інші витрати (обмін валюти, страхування, телефонні розмови тощо). Ця класифікація – є базовою основою управління економікою міжнародного та внутрішнього туризму, а також передбачає посилення його економічності.

З точки зору вивчення економічної продуктивності міжнародних і вітчизняних економік туризм є дуже важливим. Туристи, які приїжджають в країну створюють приплив іноземної валюти, що забезпечує фінансування будівництва нових об'єктів, стимулювання розвитку економіки в цій країні.

Найважливіші завдання розбудови та розвитку будь-якої країни можна вирішувати завдяки збільшенню внеску туристичної галузі в національну економіку. Отже, менеджмент в сфері туризму повинен бути

спрямований на досягнення зростання економічної вигоди над витратами функціонування цієї галузі.

Для вимірювання загальної економічної ефективності туристичної індустрії доцільно визначати валовий внесок туризму в економіку конкретної країни або світову економіку. Варто обчислювати бруто економічних витрат на функціонування туристичної галузі, а також розрахувати нетто економічний внесок туризму в економіку. Важливими є і методи збільшення величини чистого економічного внеску.

Визначення економічних показників туристичної галузі неможливі без ідентифікації витрат. Туристичні витрати можна розділити на дві групи:

- прямі витрати, що покриваються турфірмами, які продукують туристичні продукти;
- непрямі - компенсуються іншими особами та структурами, зокрема витрати держави на сервіс і розвиток туристичної галузі, які називаються бюджетними (наприклад, будівництво та експлуатація доріг, транспортні послуги та транспортні системи, забезпечення безпеки населення).

З метою зниження витрат, виявлення та дослідження джерел їх формування, а також розробки раціональних управлінських рішень доцільно проводити відповідні розрахунки та поточний аналіз.

Сутність соціальної ефективності менеджменту в туристській індустрії полягає в тому, що фірма досягає поставлених цілей шляхом впливу на трудовий потенціал своїх співробітників, підвищення продуктивності роботи кожного працівника, згуртованості колективу та командної роботи, а також підтримки сприятливого соціально-психологічного клімату в організації. Соціальна ефективність туристичної індустрії тісно пов'язана з управлінням персоналом у цій сфері. Грамотне управління людськими ресурсами дозволяє організації залишатися конкурентоспроможною ринку праці. Конкурентоспроможність - це сукупність характеристик, які виділяють цю фірму серед інших аналогічних організацій.

Результативність роботи фірми у сфері управління персоналом забезпечується з допомогою вибору висококваліфікованих співробітників, відповідних необхідної позиції, забезпечення зацікавленості кожного працівника у досягненні спільних цілей організації, скорочення плинності кадрів, стимулювання оплати праці, підвищення кваліфікації та просування співробітників по службі.

Таким чином, з метою підвищення ефективності туристичної діяльності та забезпечення її конкурентоспроможності, слід комплексно вивчати її особливості та вплив цієї індустрії на економічну і соціальну складову світової та національної економік.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ НА СВІТОВОМУ ТА НАЦІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ

2.1. Динаміка та географічна структура світового ринку туристичних послуг

Туристична індустрія є однією із найважливіших сфер діяльності сучасної економіки, яка є спрямованою на задоволення життєвих потреб і підвищення рівня та якості життя людей. Варто зазначити, що на відміну від чимало інших галузей економіки та життєдіяльності, туризм не спричиняє виснаження природних ресурсів та не має суттєвого негативного впливу на навколишнє середовище. Економічний простір, який формує туристичну сферу охоплює значну частину економіки будь-якої країни. Так, багато розвинених країн вважають пріоритетом для власного економічного розвитку туризм і сферу надання послуг, оскільки ця галузь є дуже привабливою з точки зору інвестицій. Також вона сприяє розвитку інфраструктури країни загалом, або окремого регіону, припливу валютних ресурсів.

Будучи експортоорієнтованою сферою, туризм показує стабільнішу позицію порівняно з іншими галузями в умовах нестабільної кон'юнктури на світових ринках. Зазвичай на туристично-рекреаційну галузь мають вплив зовнішні чинники – наприклад, певні події, які відбуваються у конкретних країнах, що приймають, можуть призвести до масштабного перерозподілу поїздок до інших курортних регіонів.

Зазначимо, що туристична індустрія економіки відноситься до світових індустрій, які не суттєво відчували попередні кризи, проте вона найбільше постраждала від наслідків пандемії, що можна побачити на рис.2.1.

Таким чином, як свідчать дані рис. 2.1. в докризовий період в загальній структурі світового ВВП частка туристичної індустрії починаючи

із 2000 року трималась на рівні близько 10 %. Найвищим цей показник був саме у 2000 році і становив 10,9 %.

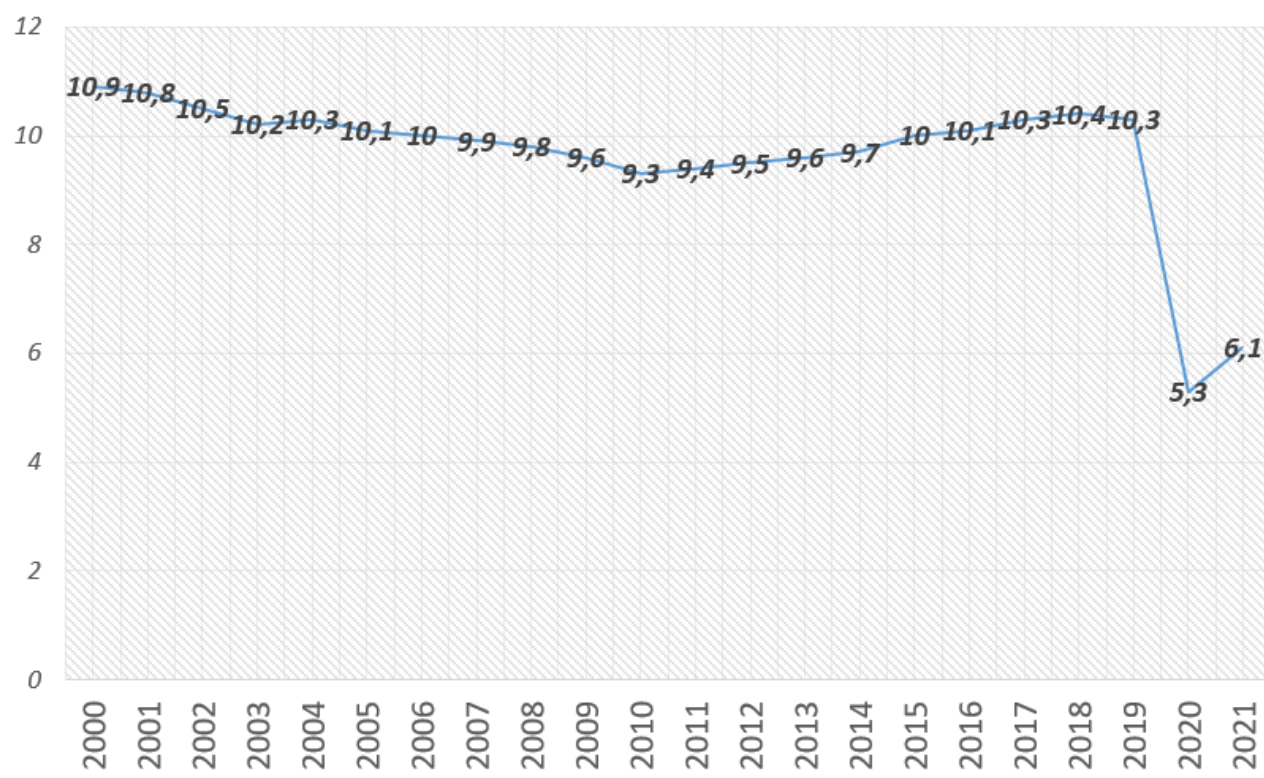


Рис. 2.1. Динаміка частки туристичної індустрії у загальносвітовому валовому внутрішньому продукті, %

Проте поступово, до 2010 року він знизився до 9,3 % після чого до 2018 року він стабільно зростав. І протягом досліджуваного періоду катастрофічний спад отримала туристична галузь у 2020 році, коли світ охопила криза спричинена поширенням коронавірусної інфекції. Власне у цьому році частка туристичної індустрії у загальносвітовому валовому внутрішньому продукті знизилась майже удвічі і становила 5,3 %. І вже у 2021 році отримали незначне зростання досліджуваного показника.

Для розуміння загальних масштабів впливу пандемічної кризи на туристичну індустрію проаналізуємо загальні обсяги туристичної індустрії протягом крайніх трьох років (див. рис. 2.2.)

Як показано на рисунку 2.2 у докризовому 2019 році внесок туристичної індустрії у світовий ВВП становив 9630 млрд дол. Отже, загальний внесок туризму в світовий валовий внутрішній продукт зріс на

21,7 відсотка в 2021 році в порівнянні з попереднім роком, після різкого падіння в 2020 році через пандемію коронавірусу (COVID-19).

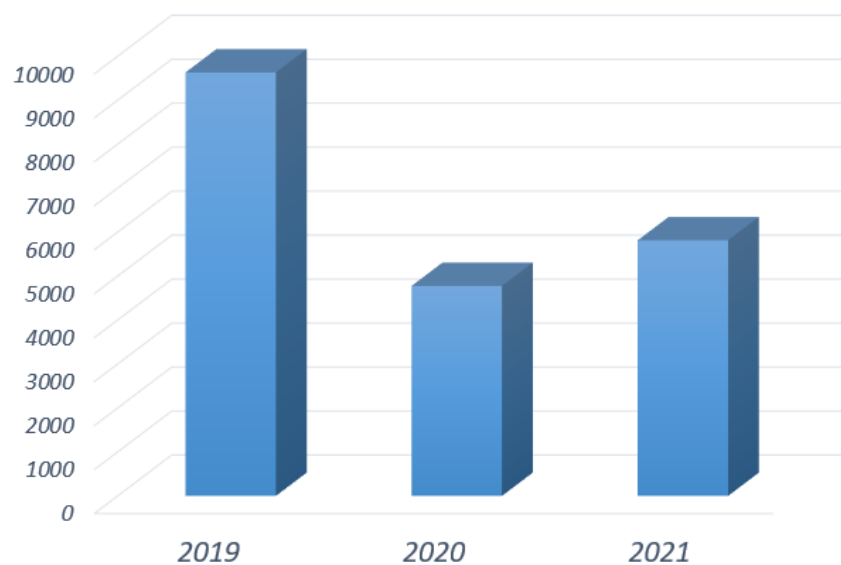


Рис. 2.2. Загальний внесок туристичної індустрії у валовий внутрішній продукт світу, млрд. дол.

Загалом внесок туристичної галузі у світовий ВВП склав 5,81 трильйона доларів США у 2021 році, що означає збільшення приблизно на один трильйон доларів США порівняно із 2020 року, але залишається нижчим за показники до пандемії.

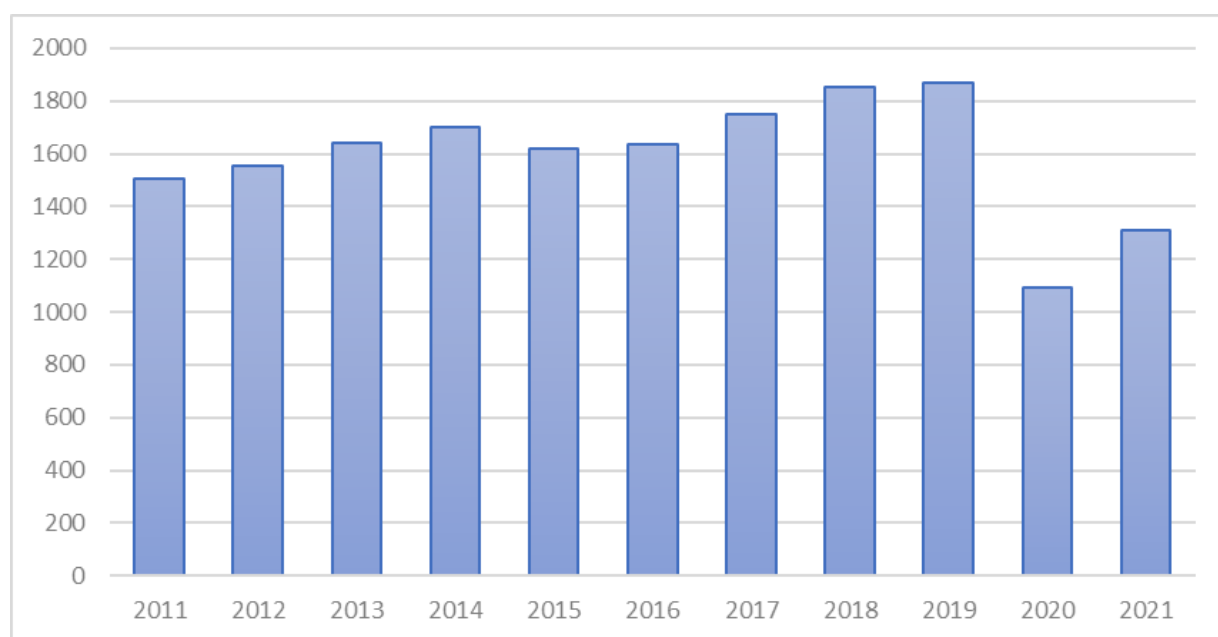


Рис. 2.3. Динаміка розміру світового ринку туристичних послуг, млрд. дол

Основним підсумком 2020 та 2021 років для туристичного ринку стало значне зниження попиту, посилення конкуренції між агентствами і зниження прибутковості, що суттєво відобразилось на загальному обсязі ринку туристичних послуг, що показано на рис. 2.3.

Отже, згідно розрахункових даних рис. 2.3. бачимо, що обсяг туристичного ринку мав загальносвітову динаміку поступового зростання до 2014 року після чого відбулось незначне зменшення у 2015 та 2016 роках і вже починаючи із 2017 року позитивна динаміка росту відновились. Кризовий 2020 рік суттєво негативно відобразився на загальному обсязі ринку туристичних послуг, який зменшився майже удвічі порівняно із 2019 роком. І навіть зростання у 2021 році не відновило докризового рівня і є найменшим обсягом за досліджуваний період.

Враховуючи стрімкий докризовий розвиток туристичної галузі на ринку туристичних послуг створено ряд компаній із значним рівнем капіталізації. До прикладу наведемо дані щодо 10 туристичних компаній із найбільшим рівнем капіталізації (рис. 2.4).

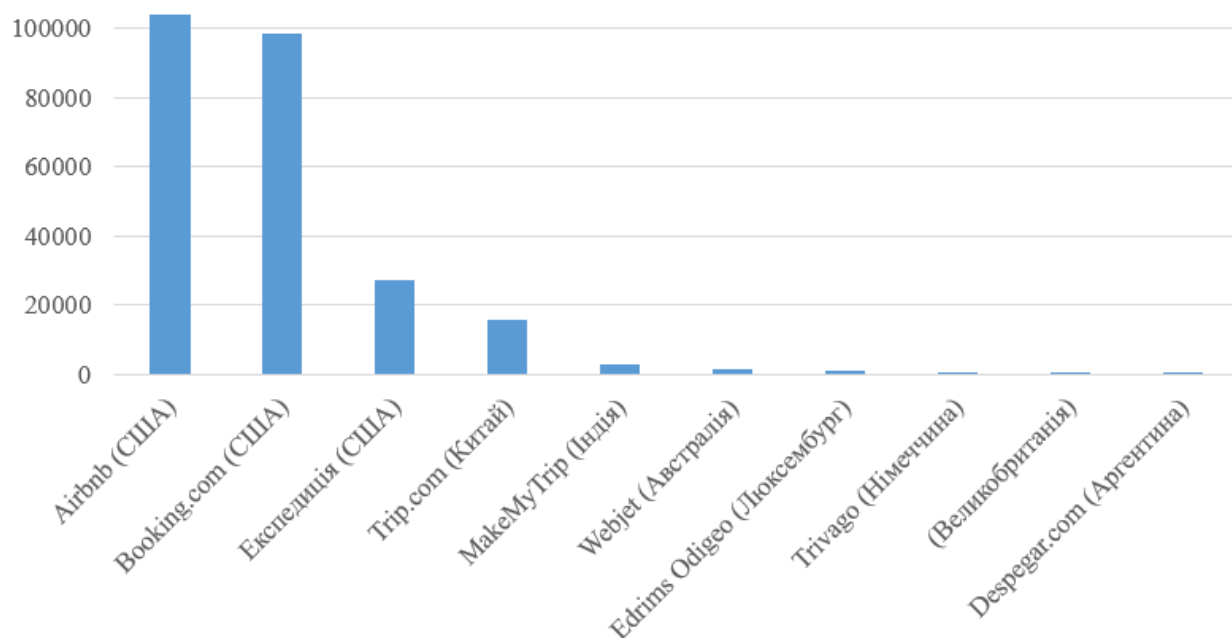


Рис. 2.4. Ринкова капіталізація провідних онлайн-туристичних компаній світу станом на грудень 2021 року, млн дол США

Згідно наведених даних рис 2.4, три найбільші компанії походять із США, зокрема перше місце серед провідних туристичних компаній займає Airbnb із ринковою капіталізацією приблизно 104,25 мільярда доларів США, станом на грудень 2021 року. Ринкова капіталізація Booking.com, яка займає друге місце, склала приблизно 98,52 мільярда доларів США. Всі інші проаналізовані компанії мають значно менший рівень капіталізації, три з яких мають рівень менше 1 млрд дол США.

Як відомо, під туристичною діяльністю в основному розуміють відпустки, візити до друзів або родичів, а також всі подорожі, здійснені з метою відпочинку. З іншого боку, ділові поїздки включають усі поїздки, здійснені з причин, пов'язаних з роботою, таких як відвідування зустрічей, конгресів та конференцій. Зазначимо, що у 2021 році глобальні витрати на діловий туризм оцінювалися в 754 мільярди доларів, що означає падіння на 47 % у порівнянні з 2019 роком.

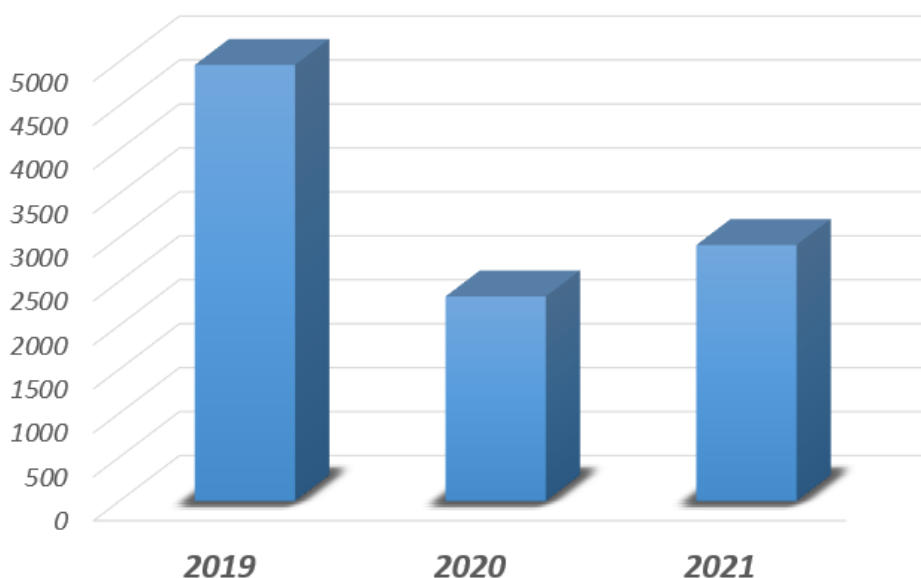


Рис. 2.5. Динаміка світових витрат на туристичний відпочинок, млрд. дол.

Найбільшу частку в структурі світового ринку туристичних послуг займає туризм пов'язаний з відпочинком.

Глобальні витрати на туризм для відпочинку зросли приблизно на 25 відсотків у 2021 році порівняно з попереднім роком після різкого падіння у 2020 році через вплив пандемії коронавірусу (COVID-19). Незважаючи на

щорічне зростання, загальні витрати мандрівників, які відпочивають у всьому світі, залишалися набагато нижчими за допандемічний рівень, склавши приблизно 2,9 трильйона доларів США у 2021 році.

Враховуючи, що в докризовий період частка туристичної індустрії в структурі світового ВВП становила близько 10 %, то цілком логічно, що і число зайнятих працівників в цій галузі економіки було значним. На наступному рисунку проаналізуємо динаміку кількості робочих місць у світовій туристичній індустрії.

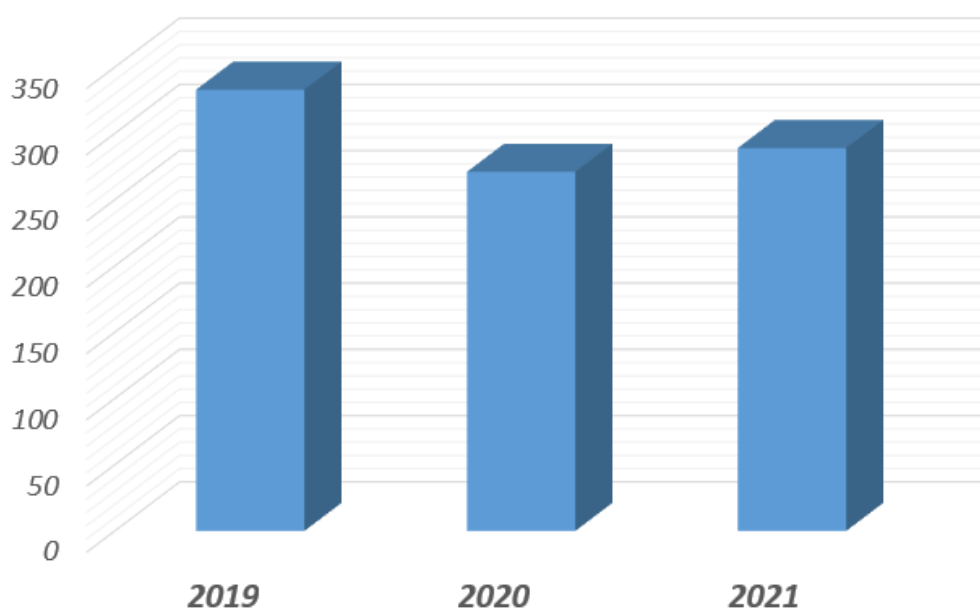


Рис. 2.6. Динаміка кількості робочих місць у туристичній індустрії світу, млн. осіб

Наведені розрахункові дані рис. 2.6. свідчать, що загальне падіння обсягів туристичних послуг у світі спричинене пандемічною кризою не мало аналогічного відображення у зменшенні кількості зайнятих працівників у туристичній індустрії. Так, якщо обсяг ринку туристичних послуг у 2020 році відносно 2019 року зменшився на 41,5 %, то зменшення кількості зайнятих у туристичній індустрії відбулось лише на 18,6 %. Це, на нашу думку, можна можна пояснити двома причинами, насамперед бажанням власників компаній зберегти персонал, а також очікуванням швидкого завершення світової пандемічної кризи. Хоча не у багатьох

країнах уряди прийняли програми підтримки бізнес структур для збереження зайнятості.

Варто зазначити, що світова індустрія туризму так як і економіка, загалом, розвивається неоднорідно у різних частинах світу. Власне варто відзначити, що хоч і поширення коронавірусної інфекції мало глобальний характер, проте не у всіх регіонах наслідки були однаковими. Так, пандемія COVID-19, на певний період паралізувала світовий туристичний ринок. Протидіючи поширенню пандемії, більшість країн закрили своє повітряне сполучення та обмежили в'їзд іноземців. За останніми оцінками Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), загальні глобальні втрати доходів від пасажирських авіаперевезень у 2020 р. становили близько 50% (434 млрд дол.).

Всесвітня туристична організація назвала напрямки, які на кінець травня 2020 року закрили кордони у зв'язку з пандемією коронавірусу: Африка (74% напрямків), Північна та Південна Америка (86%), Азія (67%), Європа (74%), Близький Схід (69%). Обмеження на поїздки застосовувалось по всьому світу. За 185 напрямками із 217 (85%) був повністю чи частково закриті кордони. З них за 163 напрямками були повністю закриті кордони для міжнародних туристів, включаючи повітряні, морські та сухопутні кордони. За рештою 22 напрямків частково були закриті кордони, у тому числі була введена заборона на в'їзд для пасажирів із конкретних країн.

Таким чином, 2020 рік спричинив у всьому світі абсолютно нову реальність для туристичної індустрії. Закриття кордонів, посилення правил поїздок, вимоги до тестування, побоювання карантину – це виявилось новою картиною для сектора. Зазначимо, що пандемічна криза по різному вплинула на туристичну індустрію на національні економіки у різних регіонах світу. Особливо відчутною була різниця у зміні міжнародних туристичних прибуттів (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Динаміка кількості міжнародних туристичних прибуттів за регіонами світу,

Регіони	Роки				2021 р. до 2018 р., %	2021 р. до 2020 р., %
	2018	2019	2020	2021		
Америка	216	219,3	69,8	82,3	38,1	117,9
Азіатсько- тихоокеанський	345,6	359,5	59,2	20,6	6,0	34,8
Середній Схід	67,6	73	19,8	21,4	31,7	108,1
Африка	66,9	68,1	18,8	18,9	28,3	100,5
Європа	716,6	746	241,9	303,1	42,3	125,3
Разом	1412,7	1465,9	409,5	446,3	31,6	109,0

Як бачимо у таблиці 2.1, найсуттєвішим було скорочення кількості прибуттів у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, де зменшення цього показника у кризовому 2020 році порівняно із допандемічним 2018 роком становило 96%. Більше того, кількість туристичних прибуттів у цьому регіоні зменшувалась і у 2021 році. Що стосується інших регіонів світу, то в середньому у них спостерігався спад на рівні близькому 70 %. Найменшим, хоча і суттєвим було зменшення кількості міжнародних прибуттів у Європі на рівні 57,7 %, при середньосвітовому зменшенні – 68,4 %. Наведені розрахунки, на основі даних Всесвітньої туристичної організації свідчать, що у 2021 році світова туристична індустрія почала відновлюватись. Так в цілому, показник приросту міжнародних прибуттів у 2021 році відносно 2020 року збільшився на 9 %. Найсуттєвішим був приріст у Європі (25,3%) та Америці (17,9%). Майже незмінними залишились показники у Африці, та продовжилось суттєве зменшення у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні.

Звичайно, що такі регіональні зміни в туристичних потоках, спричинені пандемічною кризою були відчутними і щодо змін показника зайнятості у світовій туристичній індустрії (рис. 2.7).

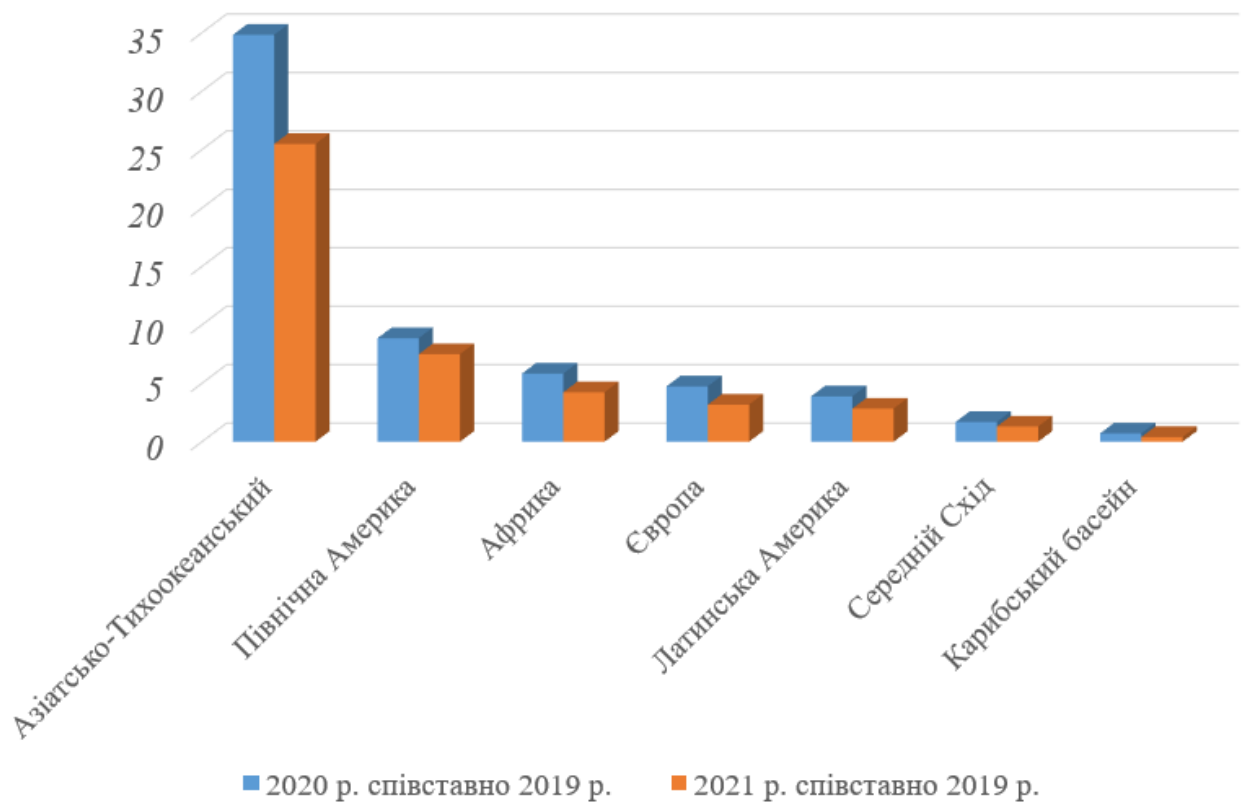


Рис. 2.7. Втрата зайнятості в секторі світової туристичної індустрії через пандемію коронавірусу (COVID-19) у регіонах світу у 2020 та 2021 роках, млн. осіб

Отже, через вплив пандемії коронавірусу було підраховано, що світовий туристичний ринок втратив приблизно 62 мільйони робочих місць у 2020 році. Хоча цей показник покращився у 2021 році, туристична індустрія мала приблизно на 44 мільйони менше робочих місць у всьому світі порівняно з 2019 роком. Як показують дані рис. 2.7, у туристичній індустрії всіх регіонів світу у зв'язку з кризою відбулось скорочення зайнятих. Найсуттєвішим спостерігалось скорочення у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, що становило 34,8 млн осіб. Не зважаючи на те, що у цьому регіоні і у 2021 році був зафіксований спад у туристичній галузі, проте показник зайнятості було покращено. В цілому, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні зафіксована найбільш значна втрата зайнятості через пандемію COVID-19, при цьому в 2021 році майже на 25,5 мільйона було менше робочих місць у досліджуваній галузі в порівнянні з 2019 роком.

2.2. Вплив туристичної індустрії на економіку окремих країн світу

Сучасний туристичний сектор поступово розвивається, сприяючи соціально-економічному зростанню багатьох країн світу. Зазначені тенденції істотно впливають на розвиток тієї чи іншої держави. Значний підйом спостерігається і в тих сферах економіки, які певним чином забезпечують створення інфраструктури міжнародного туризму. Тому в одних країнах світу туризм став важливим джерелом державного бюджету, в інших – провідною галуззю економіки.

Однак в результаті різного рівня соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів світова туристична індустрія розвивається досить нерівномірно, оскільки реагує на будь-які коливання ринкового середовища. Деякі країни або цілі континенти під час цих подій зазнають значних збитків, оскільки туроператори відмовляються співпрацювати з готелями, туристичні потоки скорочуються, а доходи як окремих туристичних агентств, так і надходжень до державних бюджетів падають.

Інші країни у зв'язку із зміною наявних пріоритетів стають центрами туристичної індустрії і стрімко розвивають відповідну інфраструктуру. Крім того, попит в туристичній сфері на рівні світу залишається на належному рівні, незважаючи на економічну нестабільність на значній кількості великих туристичних ринків, негативні події в деяких країнах або політичні заворушення, або складні погодні умови в певних регіонах.

В сучасних умовах туристична індустрія є складним масовим явищем, яке впливає на економіку багатьох країн світу. Туристична індустрія є одним із основних факторів, який сприяє створенню додаткових місць праці, прискорює розвиток дорожнього і готельного будівництва, стимулює виробництво всіх видів транспортних засобів, сприяє збереженню народних ремесел і збереженню національної культури багатьох країн в цілому, а також окремих регіонів. У більшості країн туристична індустрія є

невід'ємною частиною формування валового внутрішнього продукту, створення додаткових робочих місць, а також зайнятості населення.

Таблиця 2.2.

Динаміка обсягу туристичних галузей окремих країн у світовому ВВП,
млрд дол США

Країни	Роки			2020 р. до 2019 р., %	2021 р. до 2020 р., %
	2019	2020	2021		
США	1979,1	1042,3	1271,2	52,7	122,0
Китай	1856,6	696,3	814,2	37,5	116,9
Німеччина	391,2	239,1	251	61,1	105,0
Японія	371,1	167,9	206,3	45,2	122,9
Італія	214,5	113	179	52,7	158,4
Індія	212,8	124	178	58,3	143,5
Франція	233,3	126,5	177,9	54,2	140,6
Мексика	199,6	136,6	168,8	68,4	123,6
Великобританія	280,8	112,3	157,5	40,0	140,2
Іспанія	198,3	74,2	113,1	37,4	152,4

Як бачимо у наведених даних таблиці 2.2, і в докризовий період, і після, під впливом пандемічної кризи серед 10 країн світу із найрозвиненішим туризмом найбільший обсяг ВВП забезпечує туристична індустрія США, яка в структурі національного ВВП становить майже 2 трлн дол США. Зазначимо, що серед найпотужніших туристичних країн світу найбільший спад туристичної індустрії спостерігався у Китаї, де обсяг зменшення туризму у 2020 році відносно 2019 року становив 62,5 % та у Іспанії – 62,6 %. Проте, у Іспанії у 2021 році відбулось нарощення туристичного продукту на 52,4 %, в той час як у Китаї – 16,9 %. Серед провідних туристичних країн найменше пандемічна криза вплинула на туристичну індустрію Мексики (-31,6%) та Німеччини (-38,9%). У 2021 році у всіх досліджуваних країнах відбулось нарощування обсягу туристичних

галузей, проте у жодній із перерахованих країн не було досягнуто доковідного рівня. Таким чином, найменший спад протягом досліджуваного періоду спостерігався у Італії, Індії та Мексиці, а найбільше постраждали – туристичні індустрії Китаю та Японії.

Враховуючи, що серед десяти країн, які продукують найбільший обсяг туристичного продукту, п'ять розміщені у Європі, а також те, що найбільша кількість міжнародних прибуттів є у цьому регіоні, тому детальніше проаналізуємо розвиток туристичних галузей європейських країн. Отже, загальний внесок туристичної індустрії у валовий внутрішній продукт в Європі зріс на 28 % у 2021 році порівняно з попереднім роком після різкого падіння у 2020 році через пандемію коронавірусу (COVID-19). Загалом загальний внесок цих галузей у ВВП Європи склав приблизно 1,450 мільярда доларів США у 2021 році, збільшившись приблизно до 1,133 млрд дол США у 2020 році, але залишаючись нижче допандемічного рівня.

Для точнішого розуміння європейських тенденцій проаналізуємо стан розвитку туризму протягом 2019-2021 років в окремих країнах Європейського Союзу (рис. 2.8).

Детальний аналіз даних наведених на рис. 2.8. свідчить, що у 2021 році частка загального внеску туристичної індустрії у ВВП країн-членів Європейського Союзу (ЄС 27) зроста порівняно з попереднім роком після різкого падіння у 2020 році через пандемію коронавірусу (COVID-19). Загалом Хорватія була країною ЄС, де туристична індустрія внесла найвищу частку валового внутрішнього продукту у 2021 році. Того року ця галузь генерувала, прямо та опосередковано, приблизно 16,1 відсотка ВВП країни. Греція та Португалія відстали у 2021 році, а подорожі та туризм становили 14,9 відсотка та 10,9 відсотка ВВП відповідно. Відзначимо, що більш ніж удвічі частка внеску туристичної галузі знизився в Греції, Іспанії, Мальті та на Кіпрі. При тому серед всіх країн ЄС відсутні ті, де б цей показник досяг докризового рівня, а найменше відбувся спад в Італії, на 14,2 відсотка.

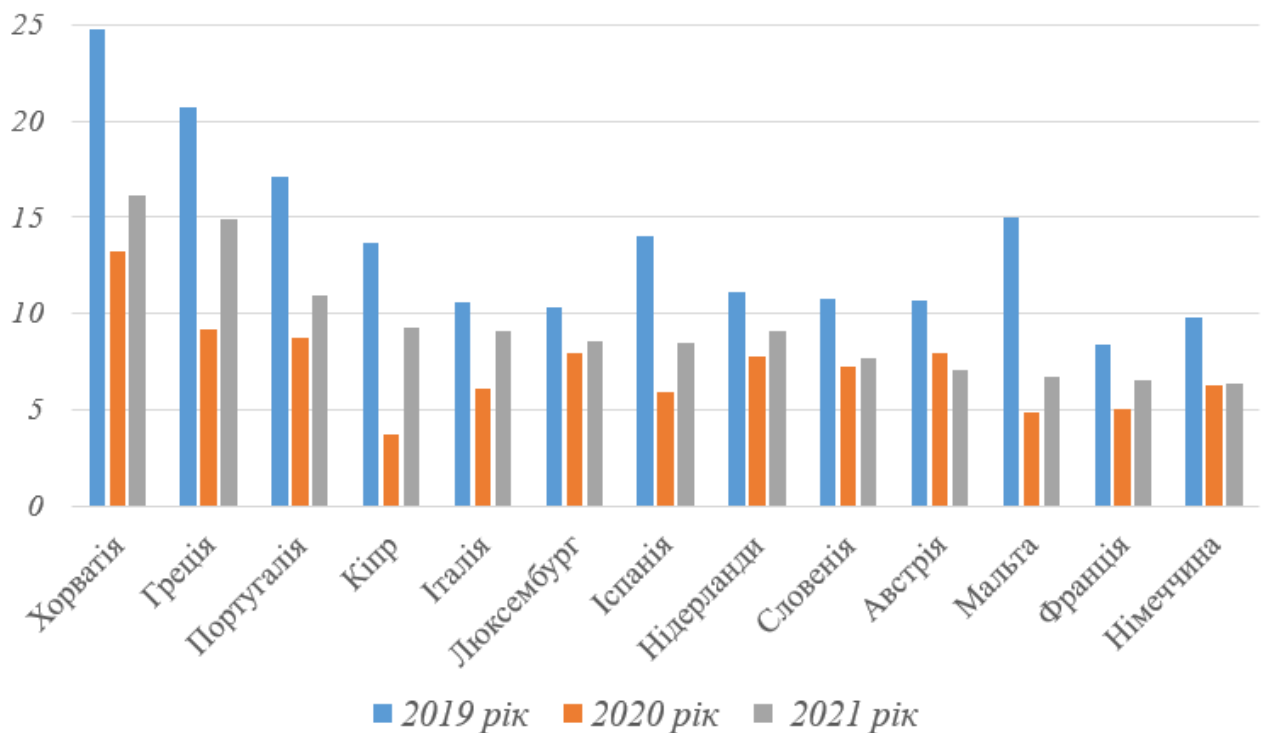


Рис. 2.8. Частка загального внеску туристичної індустрії у ВВП країн-членів Європейського Союзу з 2019 по 2021 рік, %

Враховуючи, що серед країн, де туристична індустрія займає важливе значення в національній економіці є значним загальний обсяг ВВП, який продукується в цій сфері, тому кількість зайнятих у туризмі є вагомим показником. Тому проаналізуємо, яким чином пандемічна криза вплинула на зайнятість у туристичних галузях окремих країн світу (рис. 2.9).

Таким чином, згідно наведених даних на рисунку 2.9. загальна кількість робочих місць, створених прямо та опосередковано світовою туристичною індустрією різко скоротилася з початком пандемії коронавірусу у 2020 році. Хоча показники зайнятості покращилися у 2021 році, проте на світовому ринку вони залишалися нижчими за допандемічний рівень.

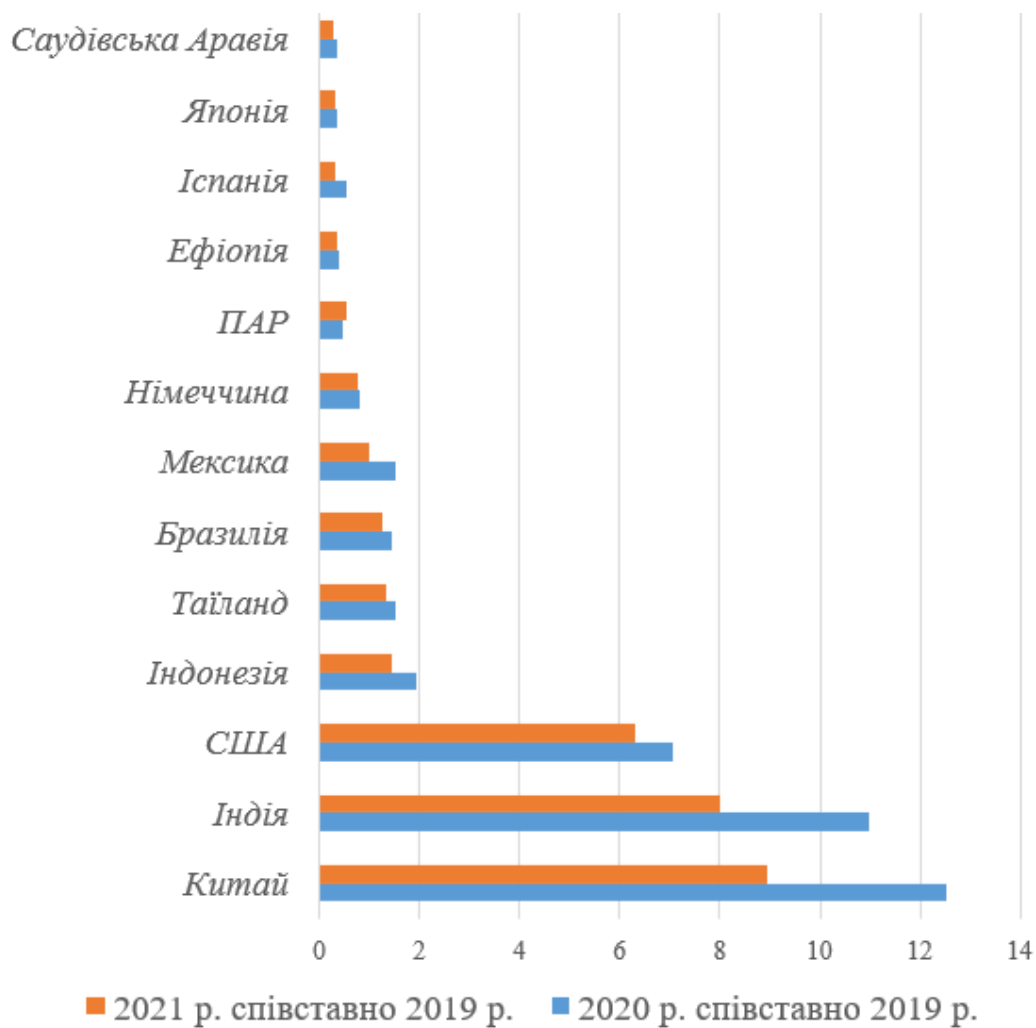


Рис. 2.9. Втрата зайнятості туристичних галузей через пандемію коронавірусу (COVID-19) в окремих країнах світу у 2020 та 2021 роках, млн. осіб

За наведеними аналітичними даними, найвищу втрату зайнятості в сфері туризму через пандемію COVID-19 серед обраних країн зафіксовано у Китаї, з приблизно на 8,9 мільйона робочих місць менше у 2021 році порівняно з 2019 роком. Також суттєвим було зменшення, навіть після часткової стабілізації у 2021 році, кількості працюючих у сфері туризму у Індії (на 8 млн осіб) та США (на 6,3 млн осіб).

Згідно вищенаведених даних серед усіх світових регіонів найбільше продукується туристичного продукту у Європі у той же час цей ринок є найбільш ємним, оскільки рівень доходів середньостатистичних жителів Європейського Союзу є значно вищим ніж у інших регіонах. Для розуміння

ролі міжнародного і внутрішнього туризму у ЄС, порівняємо їх стан за досліджуваний період (рис. 2.10).

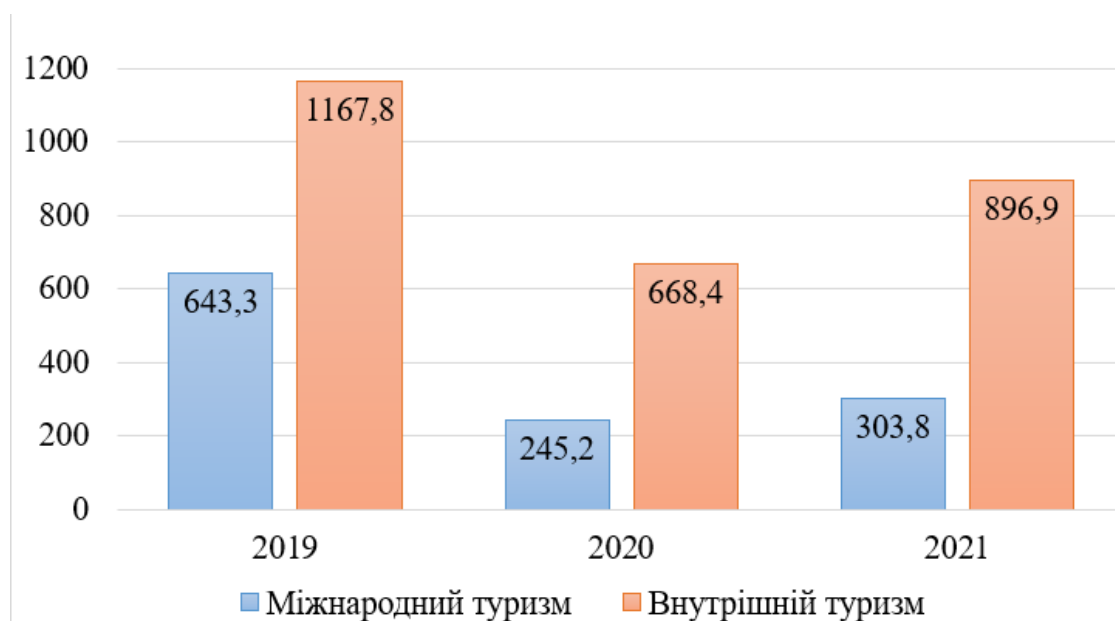


Рис. 2.10. Динаміка витрат на міжнародний та внутрішній туризм у Європейському Союзі з 2019 по 2021 рік, млрд дол США

Згідно наведених даних рисунку 2.10 бачимо, що витрати міжнародних туристів у ЄС у 2021 році зросли майже на 24 відсотки порівняно із попереднім роком, коли відбулось різке падіння через пандемію коронавірусу. Загалом витрати на в'їзний туризм у регіоні склали 303,8 млрд. дол. США у 2021 році, збільшившись із 245,2 млрд дол США у 2020 році, але при тому їх рівень становить менше 50 % у порівнянні із докризовим рівнем. Що стосується витрат на внутрішній туризм в Європейському Союзі, то вони зросли приблизно на 34 відсотки в 2021 році в порівнянні з попереднім роком, після різкого падіння в 2020 році через пандемію коронавірусу. Загалом витрати внутрішніх мандрівників у регіоні склали майже 897 мільярдів доларів США у 2021 році, збільшившись із приблизно 668 мільярдів доларів США у 2020 році, але залишаючись нижчим за показник, про який повідомлялося у 2019 році. Загалом, наведені дані свідчать, що внутрішній туризм для Європейського Союзу має вагомніше значення ніж міжнародний. Власне, світова пандемічна криза

показала, що національні економіки країн Європейського Союзу отримали менше втрат від внутрішнього ніж міжнародного туризму.

Враховуючи важливість витрат на внутрішній туризм, тому детальніше проаналізуємо цей показник у окремих країнах Європейського Союзу та Великобританії (табл. 2.3).

Таблиця 2.3.

Динаміка витрат на внутрішній туризм у країнах-членах Європейського Союзу та Великобританії, млрд дол США

Країни	Роки			2020 р. до 2019 р., %	2021 р. до 2020 р., %
	2019	2020	2021		
Німеччина	321,3	200,4	212,2	62,4	105,9
Італія	116,8	66,8	117,9	57,2	176,5
Франція	128,4	67,7	102,6	52,7	151,6
Великобританія	155,7	62,7	98,7	40,3	157,4
Нідерланди	64,7	42,6	54,5	65,8	127,9
Іспанія	66,9	32,9	50	49,2	152,0
Швеція	25,7	17,2	20,9	66,9	121,5
Австрія	19,6	16,1	18,4	82,1	114,3
Бельгія	20,4	10,8	16,1	52,9	149,1
Данія	13,5	11,5	12,4	85,2	107,8
Фінляндія	12,8	9,3	11,6	72,7	124,7
Португалія	12,5	6,4	9,4	51,2	146,9
Греція	10,7	6,3	8,6	58,9	136,5

Отже, наведені аналітичні дані таблиці 2.3. свідчать, що витрати на внутрішній туризм у країнах-членах Європейського Союзу та Великобританії, Німеччина зафіксувала найвищий показник між 2019 та 2021 роками. В останньому році витрати внутрішніх мандрівників в країні склали приблизно 212 мільярдів доларів США. Хоча цей показник збільшився порівняно з першим роком пандемії коронавірусу, проте він

залишався нижчим за допандемічний рівень. Загалом усім проаналізованим країнам, попри суттєве нарощування обсягів витрат на внутрішній туризм у 2021 році відносно 2020 року не вдалось досягнути докризового рівня. Єдина країна, яка досягла попередніх показників, отримавши незначне зростання показника витрат допандемічно рівня була Італія.

Важливе значення туристична індустрія має для розвитку національних економік як сфера для працевлаштування. І попри негативний вплив пандемічної кризи в цій галузі зайнято значну частину населення (рис. 2.11).

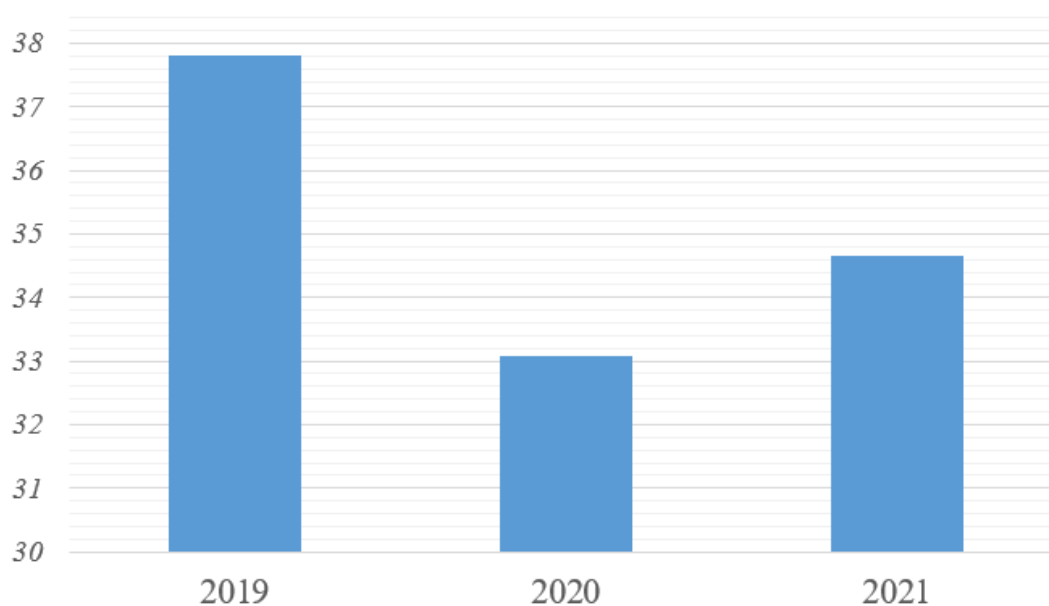


Рис. 2.11. Динаміка загального внеску туристичної індустрії у працевлаштування в Європі з 2019 до 2021 року, млн осіб

Вищенаведені дані рисунку 2.11 свідчать, що у 2021 році подорожі та туризм у Європі генерували, прямо та опосередковано, приблизно 34,65 мільйона робочих місць, що на 3 млн працівників менше ніж у докризовому 2019 році. Варто зазначити, що загальносвітова закономірність непропорційного зменшення зайнятих у туризмі збережена і у Європі.

Таким чином, загалом криза COVID-19 призвела до міжнародних перекосів в індустрії туризму та спричинила значний спад на туристичному ринку різних країн світу, що негативно вплинуло на рівень зайнятості та загальний стан розвитку національних економік.

2.3. Місце та роль України на світовому туристичному ринку

Враховуючи, що Україна належить до країн з відкритою економікою, тому загальносвітові закономірності впливають і на внутрішні процеси нашої країни. Лише протягом крайнього десятиліття було декілька подій на глобальному та національному рівнях, які суттєво відобразились на економіці загалом, та стані туристичної індустрії, зокрема. В короткому часі вкрай негативно на український туризм вплинула Революція Гідності та початок російсько-української війни у 2014 році. Проте стратегічно, враховуючи, що про Україну згадували усі світові засоби масової інформації впізнаваність нашої країни серед потенційних туристів зростає, а отже, згодом потік іноземних туристів до України також почав зростати. Також поступово зростали реальні доходи українців, що позитивно відображалось і на внутрішньому та виїзному туризмі.

Суттєвим негативним чинником для світової індустрії туризму стала пандемічна криза пов'язана із поширенням COVID-19. Це також суттєво вплинуло і на туристичну галузь України, а враховуючи, що вона не мала інституційної стійкості, тому кризові явища на ній особливо відчутно відобразились.

Вітчизняна туристична індустрія не є на стільки розвинутою та ваговою в структурі національної економіки України, проте в ній прямо та опосередковано задіяно чимало структур, які надають туристичні послуги. Для загального розуміння впливу світової кризи на надавачів туристичних послуг проаналізуємо кількісні зміни наявних туристичних операторів та туристичних агентів (рис. 2.12).

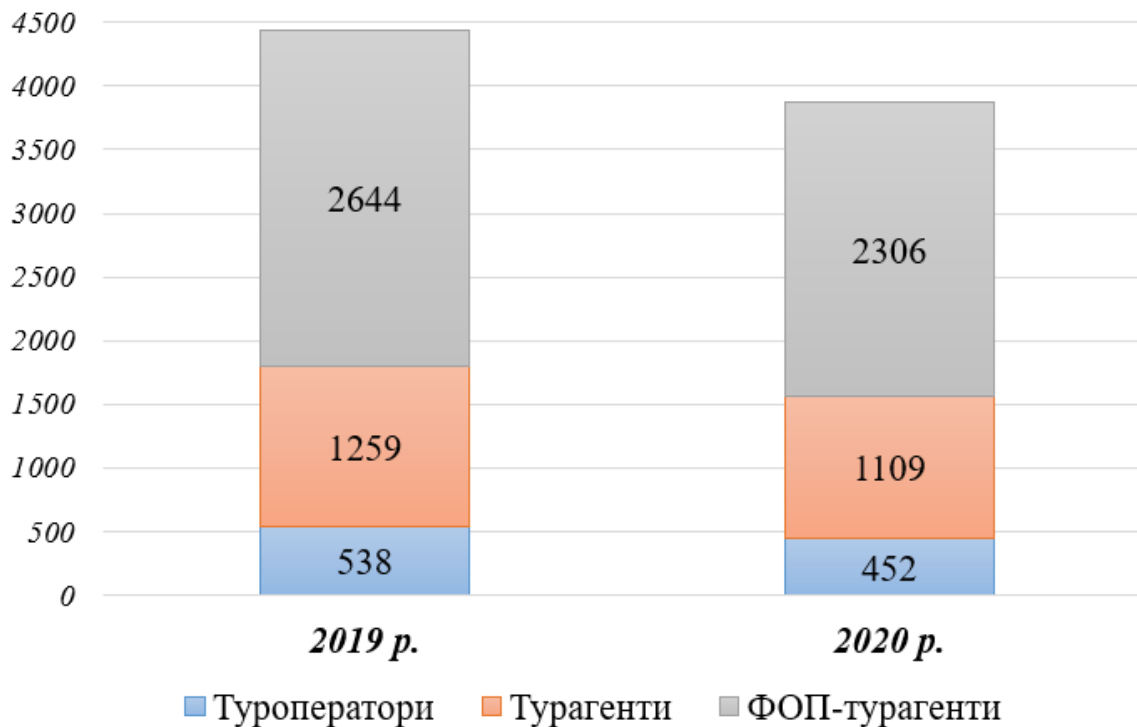


Рис. 2.12. Кількість туроператорів та турагентів в Україні у 2019 та 2020 роках

Як бачимо на рисунку 2.12, у 2020 році відносно 2019 року зменшилась кількість офіційних надавачів туристичних послуг за всіма категоріями. У відсотковому відношенні найсуттєвіше, на 16 відсотків зменшилась кількість туроператорів, які є юридичними особами. У той же час, кількісно турагентів у статусі фізичних осіб підприємців скоротилась на 338 одиниць, що становить 13 %.

Цілком логічно, що таке зменшення надавачів послуг відбулось як наслідок зменшення кількості реалізованих туристичних послуг, що проаналізовано у таблиці 2.4.

Наведені дані таблиці 2.4., свідчать, що і кількісно, і вартісно туристичних пакетів у 2020 році в Україні реалізовано менше ніж у 2019 році. Найбільший спад у реалізації туристичних пакетів спостерігався турагентами, які зменшили реалізацію на майже 72 %. У той же час кількість ночівель туристів, що включені до реалізованих туристичних пакетів турагентами зменшилась на 65 %. Не на стільки суттєво зменшилась кількість реалізованих туристичних пакетів турагентами. Зокрема, менше

реалізовано туристичних пакетів у 2020 році відносно 2019 року на 50,7 %, що у вартісному вираженні становить 20,8 млрд грн, що на 42,4 % менше ніж у базовому році.

Таблиця 2.4.

Кількість і вартість реалізованих туроператорами та турагентами України туристичних пакетів

Показник	Роки		2020 р. до 2019 р., %
	2019	2020	
Кількість реалізованих туристичних пакетів, тис. од			
Туроператори	1879,6	926,7	49,3
Турагенти	1054,0	298,4	28,3
Вартість реалізованих туристичних пакетів, млн грн			
Туроператори	36081,3	20767,2	57,6
Турагенти	23970,5	6850,7	28,6
Кількість ночівель туристів, що включені до реалізованих туристичних пакетів, млн. од			
Туроператори	16,6	8,3	50,2
Турагенти	10,3	3,7	35,3

Туристична індустрія базується на привабливості різного виду відпочинку та фінансових можливостях потенційних туристів. Власне їх чисельність і є первинним індикатором стану функціонування цієї галузі. Враховуючи, що згідно вітчизняного законодавства надавачами туристичних послуг в Україні можуть бути підприємницькі структури у статусі фізичних або юридичних осіб, тому окремо проаналізуємо яку кількість вони обслуговували у докризовому 2019 році та першому році в, коли почалась пандемічна криза (табл. 2.5, і табл. 2.6).

Таблиця 2.5.

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України, які мають статус юридичних осіб

Показник	2019 рік			2020 рік			2019 р. до 2020 р., %
	Усього	Обслуговувані		Усього	Обслуговувані		
		Туропера- торами	Тураген- тами		Туропера- торами	Тураген- тами	
В'їзних (іноземних) туристів, осіб	83,7	37,9	45,8	11,8	8,4	3,4	14,1
Виїзних туристів, осіб	4786,6	2759,7	2026,9	1758,1	1275,7	482,5	36,7
Внутрішніх туристів, осіб	449,7	336,5	113,2	187,5	128,8	58,7	41,7
Разом	5320,0	3134,1	2185,8	1957,4	1412,9	544,6	36,8

Аналіз кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України, які мають статус юридичних осіб свідчить, що пандемічна криза найсуттєвіше вплинула на притік іноземних туристів, яких у 2020 році відносно 2019 року зменшилось на 85,9 %. У той же час кількість виїзних туристів з України на 63,3 %. Найменше криза вплинула на вітчизняний внутрішній туризм. Так, згідно наведених даних Державної служби статистики України число внутрішніх туристів обслуговуваних вітчизняними туристичними операторами та туристичними агентами юридичними особами у 2020 році порівняно із базовим 2019 роком скоротилось на 58,3 %.

Подібні закономірності спостерігаємо і серед туроператорів та турагентів України, які мають статус фізичних осіб підприємців. Проте, серед цих підприємницьких структур зменшення кількості в'їзних (іноземних) туристів відбулось ще суттєвіше у 2020 році і становило 85,9 %. Скорочення кількості виїзних і внутрішніх туристів, обслуговуваних цими підприємницькими структурами відбулось на більш-менш однаковий відсоток, що становить близько 50 %.

Таблиця 2.6.

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України, які мають статус фізичних осіб підприємців, осіб

Показник	2019 рік	2020 рік	2020 р. до 2019 р., %
В'їзних (іноземних) туристів	3137	191	6,1
Виїзних туристів	738272	367595	49,8
Внутрішніх туристів	70736	35082	49,6
Разом	812145	402868	49,6

Ще одним чинником, який вкрай негативно відобразився на національній економіці України, а особливо на туристичній індустрії стало повномасштабне вторгнення росії в Україну. Зростання цін на нафту і паливо, складна логістика і руйнування традиційних туристичних маршрутів - це лише частина ризиків, пов'язаних з глобальним туризмом цією війною. А що стосується України, то це ще і небезпека для туристів, суттєве зниження доходів українців тощо. Загалом це все призвело до того, що туризм, а особливо міжнародний туризм в нашій країні скорочений до нуля.

Російсько-українська війна відобразилась не тільки на туристичній індустрії України, а й на світовій туристичній галузі. Так, Всесвітня туристична організація (СОТ) очікує, що світові доходи від туризму в 2022 році скоротяться на 14 млрд дол США в разі тривалої війни між росією і Україною. У зоні найбільшого ризику знаходиться європейський туризм. Причому мова йде не тільки про Східну Європу, в якій безпосередньо йде війна, а й про весь континент в цілому. Основна причина - питання безпеки. Російська збройна агресія змушує туристів, зокрема, з інших континентів, задуматися про доцільність подорожей до Європи. Саме тому вони все частіше вибирають більш безпечні альтернативи, при тому що Україна взагалі не розглядається туристами як країна для відпочинку.

Цілком зрозуміло, що всі міжнародні логістичні маршрути, що проходять через територію України, зараз не функціонують. Однак український ринок не єдиний, хто постраждав від цієї війни. Згідно з

даними Євроконтролю, опублікованими на його сайті Всесвітньої організації туризму, на окремих європейських напрямках після 24 лютого спостерігається падіння кількості рейсів, в порівнянні з аналогічним періодом 2021 року. Наприклад, кількість рейсів в Молдові впала на 69%, в Словенії на 42%, в Латвії на 38%, а в Фінляндії на 36%.

За даними Державного агентства розвитку туризму, за півроку повномасштабної війни надходження до держбюджету від туристичної галузі впали на 25,7%. Логічно, що якщо активна фаза війни продовжиться, ця рецесія продовжиться. Проте український туристичний бізнес розраховує на стрімке повоєнне відновлення.

Багато, обговорюючи цю тему, наводять приклад Хорватії. Адже після виснажливої війни хорватам вдалося протягом декількох років відновити свій туристичний потенціал. Однак бойові дії в Україні набагато інтенсивніші, ніж ті, що відбувалися в Хорватії, і, відповідно, руйнування інфраструктури відбувається серйозніше. Тому аналогії з післявоєнною Хорватією, в тому числі щодо туристичної галузі, на нашу думку, не повинні розглядатися як основа для майбутнього відновлення.

Єдине, що дійсно потрібно враховувати- це формування потужного туристичного бренду. Ще до війни Хорватія була одним з головних курортних центрів Адріатики і, мабуть, головним туристичним чарівністю колишньої Югославії. Це багато в чому сприяло швидкому пожвавленню туризму в країні. Саме тому Україна вже зараз має подбати про власну туристичну репутацію.

Підводячи підсумок, можна констатувати, що В Україні туристична індустрія до 2021 року розвивалась згідно загальноєвропейських тенденцій. У 2020 році відносно 2019 року відбулось суттєве зменшення кількості наданих туристичних послуг, відповідно і скоротилось число надавачів цих послуг. Особливо відчутним було зменшення числа іноземних туристів до України. У 2021 році стан ситуація у вітчизняній туристичній індустрії почала стабілізуватись. Проте, у 2022 році у зв'язку із повномасштабним вторгненням російської федерації і внутрішній, і зовнішній туризм в Україні

зведений до нуля. Однак туристичну галузь України чекають ще більше викликів. Більшість експертів стверджують, що про відродження галузі варто задуматися вже зараз.

2.4. Охорона праці та захист населення в надзвичайних ситуаціях

Згідно із законом України "Про охорону праці" власник туристичного підприємства зобов'язаний створити в кожному структурному підрозділі й на робочому місці умови праці відповідно до вимог нормативних актів, а також забезпечити дотримання прав працівників, гарантованих законодавством про охорону праці. Для цього він створює відповідні служби й призначає посадових осіб, які вирішують конкретні питання з охорони праці, затверджує інструкції про їхні обов'язки, права та відповідальність за виконання покладених на них функцій, а також виконує всі зазначені законом "Про охорону праці" дії. Найважливішим є створення служби охорони праці згідно з "Типовим положення про службу охорони праці", затвердженим Державним комітетом України по нагляду за охороною праці (наказ від 3 серпня 1993 р. № 73).

Ця служба створюється на підприємствах з кількістю працюючих від 50 осіб, а на підприємствах не виробничої сфери - від 10 і більше осіб. В інших закладах функції цієї служби можуть виконувати за сумісництвом особи, які пройшли перевірку знань з охорони праці.

Система управління охороною праці туристичного підприємства є органічною складовою частиною загальної системи управління його діяльністю і сприяє використуванню резервів, підвищенню продуктивності праці та якості продукції.

Об'єктом управління охороною праці є діяльність функціональних служб і структурних підрозділів підприємства по забезпеченню безпечних і здорових умов праці на робочих місцях, виробничих ділянках і на підприємстві в цілому.

Загальне керівництво охороною праці на будь-якому рівні здійснює керівник, безпосередньо - головний інженер, а за його відсутності - перший заступник керівника підприємства. Організаційно-методичну роботу по управлінню охороною праці, а також підготовку управлінських рішень і контроль за їх реалізацією виконує служба охорони праці.

Номенклатура вимог і показників із забезпечення безпеки туристів від впливу даного чинника ризику й методи їхньої перевірки здійснюються відповідно до ДЕРЖСТАНДАРТУ «Система стандартів безпеки праці. Пожежна безпека. Загальні вимоги».

Експлуатацію об'єктів обслуговування необхідно здійснювати в строгій відповідності до вимог правил пожежної безпеки й інших затверджених нормативних документів.

Біологічні чинники (патогенні мікроорганізми й продукти їхньої життєдіяльності; мікроорганізми, а також отрутні рослини, плазуни, комахи й тварини, що є переносниками інфекційних захворювань, викликають опіки, алергійні й інші токсичні реакції).

Вплив даних чинників ризику на туристів попереджається:

- дотриманням установлених санітарних норм і правил обслуговування;
- застосуванням устаткування й препаратів для дезінфекції, стерилізації, дератизації;
- використанням знаків безпеки й необхідного маркування на предметах оснащення й спорудженнях, використовуваних при обслуговуванні туристів (посуду, кухонного інвентарю, у т.ч. для приготування їжі в поході, місць водозабору, колодязів та ін.);
- проведенням попередніх і періодичних медичних оглядів обслуговуючого персоналу; необхідних профілактичних щеплень і дезінфікуючої обробки спорядження відповідно до вимог міжнародних медичних норм;
- інформуванням, що попереджує туристів про небезпечних тварин, риб, плазунів, рослин, ареали поширення яких збігаються з туристським

маршрутом, про те, як уникнути небажаних контактів і які екстрені заходи варто почати у випадку одержання травми (контакту).

Виключення або зниження впливу психофізіологічних чинників ризику (фізичних і нервово-психічних перевантажень) досягається раціональною побудовою програми обслуговування туристів, графіків переміщення по маршрутах, що передбачає достатні умови для нормальної життєдіяльності людини (сну, прийому їжі, задоволення санітарних і побутових потреб), врахуванням психофізіологічних особливостей туристів при формуванні туристської групи та дотриманням ергономічних вимог до використовуваного туристського спорядження й інвентарю, транспортних засобів, меблів.

Небезпечними випромінюваннями є: підвищений рівень ультрафіолетового й радіологічного випромінювання.

Попередження небезпеки ультрафіолетової радіації на туристських маршрутах забезпечується:

- інформуванням туристів про вплив ультрафіолетового випромінювання на здоров'я людини;
- використанням засобів індивідуального захисту (захисних масок; кремів; одягу, що закриває тіло, руки, ноги туристів; захисних від сонця окулярів).

Необхідно враховувати дію даного чинника ризику при плануванні графіка руху по маршруту (по відкритих, незатінених ділянках маршруту в гірських, водних, лижних та інших походах).

Туристські маршрути допускається прокладати й експлуатувати тільки в місцевостях зі сприятливими характеристиками радіологічного стану.

Хімічні чинники ризику (токсичні, подразнювальні). Для запобігання дії даних чинників ризику в обслуговуванні туристів необхідно:

- проводити регулярний контроль вмісту шкідливих хімічних речовин у повітрі, воді, ґрунті, продуктах харчування й інших біологічних середовищах;

- здійснювати будівництво й розміщення об'єктів для обслуговування туристів у сприятливому, щодо дії хімічних чинників ризику, середовищі;

- застосовувати препарати для дезінфекції в строгій відповідності з інструкцією з використання, крім можливості контактів туристів із цими засобами.

Допустимий рівень шкідливих речовин у повітрі зон обслуговування туристів, приміщень, транспортних засобів повинен бути не вище, ніж встановлено загальними санітарно-гігієнічними вимогами до повітря робочої зони, а також іншими санітарними нормами й правилами. Безпека забезпечується дотриманням вимог до оснащення приміщень, транспортних засобів вентиляцією з очищенням повітря.

До інших чинників ризику належать небезпеки, пов'язані з відсутністю необхідної інформації про послугу та її номінальні (запроектовані) характеристики. Необхідно передбачати:

- надання туристам достатньої інформації про реалізовані туристські послуги відповідно до вимог, встановлених діючою нормативною документацією (вимогами до змісту Інформаційного листка до туристської путівки, Технологічної карти подорожі, Технологічної карти екскурсії; а також відомостями про основні характеристики цих послуг; умовами обслуговування);

- проведення для туристів необхідних інструктажів із безпеки, що враховують специфіку виду туристського маршруту.

Специфічні чинники ризику в туризмі обумовлені:

- можливістю виникнення природних і техногенних катастроф у зоні розміщення туристського підприємства або маршруту, а також інших надзвичайних ситуацій (у тому числі пов'язаних зі станом громадського порядку в районі обслуговування туристів);

- технічним станом використовуваних об'єктів (туристських готелів, баз, кемпінгів, канатних доріг і підйомників, туристських трас, у тому числі гірничо-пішохідних, лижних, гірськолижних, водних, верхівкових і в'ючних

тварин, різноманітних транспортних засобів, у тому числі велосипедів, маломірних і гребних суден);

- складним рельєфом місцевості (річковими порогами, гірськими схилами, моренними, скельними, льодовими ділянками туристських трас і т.п.);

- рівнем професійної підготовленості обслуговуючого персоналу (інструкторів, екскурсоводів, гідів та ін.);

- підготовкою туристів до пересування по маршруту певного виду й категорії складності (інструктаж, екіпірування й т. п);

- інформаційним забезпеченням (гідрометеорологічні прогнози; маркування трас туристських маршрутів; вогнища виникаючих стихійних лих; зміна ентомологічної, орнітологічної й іншої ситуацій).

Туристське підприємство повинне мати комплект діючих нормативних документів із забезпечення безпеки туристів і керуватися ними у своїй діяльності. Туристське спорядження й інвентар, застосовувані при обслуговуванні туристів, повинні відповідати вимогам, установленим діючою нормативною документацією на ці види спорядження. У кожному туристському підприємстві повинні бути розроблені й затверджені плани дій персоналу в надзвичайних ситуаціях, що включають взаємодію з місцевими органами управління, які беруть участь у рятувальних роботах.

Керівник туристського підприємства відповідає за підготовленість персоналу до дій у надзвичайних ситуаціях (стихійні лиха, захоплення заручників і т.д.). Гіди груп повинні бути навчені й фізично підготовлені до ролі охоронця (знешкодження кишенькових злодіїв, вирішення конфліктів у барі або ресторані, захист туристичної групи від здирників і жебраків і т.д.).

Найбільш розповсюдженими причинами виникнення пожеж у туристських комплексах є такі:

- Порушення правил використання приладів і технічної експлуатації електричних систем і електрознаряддя: різноманітні несправності, які виникли в процесі виробництва або експлуатації електричних приладів, освітлення, телевізорів; залишені без нагляду й увімкнені на довгий термін

електронагрівачі: розташування освітлювальних ламп поблизу легкозаймистих предметів: перевантаження електричних систем; зношення і порушення ізоляції; порушення ламп в освітлювальних приладах і, як наслідок, виникнення пожежі через надмірне нагрівання оточуючих речей.

- Необережне користування вогнем: потрапляння тліючих сірників і сигарет на легкозаймисті речовини; тліючі частинки тютюну, що переносяться повітряною масою: використання для освітлення сірників, запальничок, свічок.

- Порушення технологічних процесів і використання несправних виробничих приладів; використання відкритого вогню для відігрівання замерзлих труб водопроводів: використання відкритого вогню для освітлення у виробничих умовах; використання легкозаймистих речовин для чищення меблів: нагрівання від тертя різних поверхонь: спалювання сміття, листя та інших відходів у непередбачених для цього місцях; збереження фарб, лаків та інших будівельних легкозаймистих речовин у непередбачених для цього місцях.

- Несправність печей і газопроводів, порушення правил пожежної безпеки при їх експлуатації; порушення граничних норм опалення в печі; установка газових приладів біля легкозаймистих матеріалів і речовин; використання в якості газопроводів вентиляційних каналів.

Попередження пожеж здебільшого залежить від чіткого усвідомлення персоналом туристського комплексу необхідності протипожежної профілактики, швидкого реагування в складних ситуаціях, взаємодії зі службами пожежної охорони. Адміністрація туристського комплексу повинна:

- забезпечити своєчасне виконання протипожежних заходів при проектуванні, будівництві й експлуатації готелю та прилеглої території;
- слідкувати за виконанням правил і норм протипожежної безпеки;
- виділяти необхідні кошти на виконання протипожежних заходів, придбання засобів пожежогасіння;
- назначити відповідальних за забезпечення пожежної безпеки.

Відповідно до Закону України «Про туризм» у галузі була розроблена і діє «Міжгалузева програма забезпечення захисту та безпеки туристів на 2017- 2022 роки». Ці програми передбачають реалізацію комплексу заходів (додаються), які повинні вирішити питання захисту і безпеки туристів під час мандрівок, отримання ними послуг, а також створення умов для туристів настільки безпечних та такого рівня, що це сприяло б зростанню в'їзних, внутрішніх та виїзних туристичних потоків в Україні, забезпечуючи при цьому збереження та розвиток туристично-рекреаційних ресурсів і туристичної інфраструктури.

Щороку проводиться комплексне обстеження туристсько-рекреаційних об'єктів на предмет дотримання пожежної, екологічної, майнової й особистої безпеки туристів та відпочиваючих. Разом із зацікавленими відомствами проводяться перевірки закладів розміщення туристів з метою виявлення й вжиття відповідних заходів щодо порушень паспортно-візових правил, запобігання незаконному перебуванню громадян, виявлення заборонених предметів і речовин. У курортних зонах України проводяться рейди з метою вивчення готовності органів внутрішніх справ до забезпечення правопорядку на курортах.

Суб'єкти туристської діяльності регулярно проводять інструктажі стосовно прав та обов'язків туристів, виконання ними митних і прикордонних правил, дій у разі екстремальних ситуацій чи завданої їм шкоди, вимог законодавства країни перебування, оформлення медичного страхування, профілактики травматизму невиробничого характеру тощо. У колективних договорах та угодах передбачено вирішення питань про запобігання аварійності, травматизму та професійним захворюванням. Ці питання розглядаються туристськими підприємствами та організаціями за участю профспілкових організацій. Особлива увага приділяється питанню гарантування безпеки дітей як під час подорожей та екскурсій, так і під час їхнього відпочинку та оздоровлення.

На туристських маршрутах, у місцях гірськолижного відпочинку, лісових і печерних зонах України діють загони державної спеціалізованої

аварійно-рятувальної служби пошуку й рятування туристів. Усі перевірки забезпечення безпеки туристів проводяться у відповідності з планами та графіками технічних оглядів (випробувань) будівель, споруд, транспортних засобів, пляжів і міст для купання, туристського спорядження й інвентарю, який видається туристам пунктами прокату, перевірок приготування їжі, перевірок готовності туристів до походів. Контроль безпеки обслуговування туристів здійснюється на основі використання таких методів:

- візуального методу (шляхом огляду відповідних об'єктів; території, по якій проходить траса туристського походу; туристського спорядження й інвентарю та ін.);

- з використанням засобів виміру (виміру станів навколишнього середовища, якості води, повітря; технічного стану траси, піднімальних механізмів, транспортних засобів);

- соціологічних досліджень (шляхом опитування самих туристів та обслуговуючого персоналу);

- аналітичного методу (аналізу змісту документації: паспорта маршруту, медичного журналу огляду туристів, що виходять на маршрут, інших документів; узагальнень результатів усіх інших обстежень).

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЯ АКТИВІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

3.1. Перспективи посткризового відновлення світового туризму

Туристична індустрія як і раніше є однією з важливих сфер життєдіяльності, що підтримують економіку та зайнятість у різних державах. Саме тому важливим показником, який характеризує привабливість країни з позиції світового туристичного сектору є індекс конкурентоспроможності туризму, що характеризує оцінку впливу різних чинників та політичних подій на зміну туристичної сфери у тій чи іншій державі.

Як нами проаналізовано в попередньому розділі, на початку 2020 р. усі країни світу були охоплені пандемією коронавірусу, яка була оголошеною Всесвітньою організацією охорони здоров'я на глобальному рівні. Вірус, перший спалах якого був зафіксований в китайському місті Ухань в кінці 2019 року, поширився на всі країни і континенти. Кордони країн були закриті, повітряне і залізничне сполучення припинено, а в багатьох містах введений режим загальної самоізоляції.

Криза спричинена ковід-19 стала суттєвим стресом для туристичної індустрії і економіки загалом, серйозно негативно відобразившись на засобах до існування людей, стані територій та доходах бізнесу. Оскільки світова пандемія ще і на сьогодні продовжує розвиватися, остаточні наслідки поки не можливо спрогнозувати. Однак повернення до «бізнесу як завжди» є малоімовірним. Урядовцям варто детально аналізувати поточні проблеми та наслідки і варто вчитися на кризі, щоб сформувати сильнішу, стійкішу туристичну економіку на майбутнє. Попри того, що ще рано з будь-якою впевненістю стверджувати, якими будуть остаточні наслідки і як їх долати, проте деякі з напрямів, що стосуються туристичної галузі окреслено вже на сьогодні.

Криза спричинила заклик до дій урядів на усіх рівнях до скоординованого реагування та вона зацентрувала суттєву важливість

підходів інтегрованої політики в сфері туризму для початкової підтримки та подальшого відновлення цієї галузі. Надання визначеної цільової та доступної оперативної підтримки якомога конкретніше та більш вразливим туристичним компаніям, їх працівникам та туристам має і продовжує мати вирішальне значення. Уряди різних країн на усіх рівнях, а також приватний сектор мають бути більш підготовлені, щоб бути здатними оперативно реагувати й адаптуватись до нових реалій. Все це потребує надійнішої оцінки поточних і потенційних ризиків, а також механізмів реагування на виникаючі кризи, що потребує тіснішої координації, як на місцевому, національному так і на глобальному рівнях.

Покращення доказової бази для інформування про політику та бізнес-рішення буде ключовим шляхом збору інформації, досліджень та аналізу даних. Криза висвітлила недоліки в доступності своєчасних, порівнянних, детальних даних в ситуаціях, що швидко розвиваються. Надійні та послідовні показники необхідні для оцінки ефективності програм та ініціатив, а також моніторингу прогресу у відновленні та стійкості туризму. Рішення, засновані на ризиках, щоб безпечно зняти обмеження на поїздки та відновити роботу міжнародної туристичної екосистеми, повинні ґрунтуватися на обґрунтованих наукових доказах. Ці рішення також повинні бути здійсненими для реалізації, з достатньою потужністю, щоб забезпечити надійне функціонування цих систем.

Ситуація, що склалася зробила істотний вплив на всі сфери глобальної економіки, зокрема, і на туристичну індустрію. Зараз першорядним стало завдання розробки стратегічних напрямків розвитку туристичної галузі на світовому рівні, яке багато в чому буде залежати від ефективності заходів державних політик. У даному випадку пропонується розділити напрямки підтримки на три взаємопов'язані сектори:

- 1) кризове управління щодо пом'якшення наслідків пандемічної кризи – зберегти робочі місця; підтримати ліквідність компаній; переглянути податки та збори, пов'язані із світовою туристичною індустрією; захистити прав споживачів; підвищити цифрові навички працівників туристичного

бізнесу; інтеграцію туризму у загальну стратегію відновлення економіки різних регіонів і країн, створити антикризові механізми управління;

2) стимулювання пришвидшеного відновлення світової туристичної індустрії - стимулювати інвестиції у туристичні підприємства; забезпечити підготовку туристів до подорожей, зокрема і з наявним рівнем ризику пандемії; створити нові робочі місця; врахувати екологічну стійкість туристичних регіонів; дослідження ринку й оперативних дій на туристичному ринку; підвищити роль маркетингу; створити спеціальний керівний орган щодо регулювання відновлення світового туризму;

3) підготовка до найближчого майбутнього – диверсифікація ринків, продуктів і послуг, інвестиції в дослідження ринку і системи цифрової трансформації; підвищення ефективності управління світовою туристичною індустрією на усіх рівнях; забезпечення готовності до криз; інвестування в людський капітал; перехід до економіки з нульовим рівнем відходів і прийняття цілей сталого розвитку.

Серед посткризових заходів, спрямованих на максимально швидке відновлення світової туристичної індустрії, нами пропонуються:

– субсидування акцій, щоб знизити вартість туристичного продукту, зробити його більш доступним для масового туризму після закінчення пандемії;

– субсидування соціального туризму – організовані поїздки соціально незахищених груп (школярів, студентів, осіб пенсійного віку);

– часткове субсидування міжнародних рейсів для груп в туристичні регіони, які недоступні через високу вартість перельоту;

– підтримка підприємницьких ініціатив зі створення туристичних продуктів, об'єктів туристичної інфраструктури для створення додаткових робочих місць та збільшення туристичного потоку.

За усіх негативних наслідків нинішньої пандемічної кризи важливо вказати наступний момент: сучасна світова індустрія туризму довгий час перебувала на порозі значних змін. Пандемія коронавірусу, швидше за все, тільки прискорить майбутню трансформацію. Тому, наприклад,

актуальними стануть тенденції більш активного впровадження технологій віртуальної реальності, а також економія вражень. Інструменти для задоволення потреб туристів зміняться, хоча, самі потреби залишаться колишніми (потреби в русі, спілкуванні, нових емоціях, знаннях).

Світовий туристичний ринок відносно швидко почав відновлюватися після пандемії, так як людям потрібні позитивні емоції. Хоча, дати точний прогноз неможливо, особливо в контексті зміни валютних курсів. Підхід до життя, в цілому, ймовірно, може змінитися – способи дистанційного спілкування онлайн стануть буденністю. Активізується сегмент цифрових проєктів в світовій туристичній індустрії, що допоможе формуванню відкладеного попиту і роботи при знятті всіх обмежень на туристичні поїздки.

В останні роки значення використання електронних інформаційних систем і платформ на ринку туристичних послуг тільки зросло. Тенденція цифровізації передбачає поступову переорієнтацію всіх учасників ринку в онлайн-сферу з відповідною переорієнтацією фінансових потоків і створенням передумов для підвищення прибутковості міжнародної туристичної індустрії. Тому в даний час перспективним напрямком видається розробка і просування цифрових продуктів як для традиційних, так і для нових туристичних напрямків.

Позитивні тенденції розвитку індустрії туризму у світі останнім часом супроводжуються кількома проблемами: складні політичні події в найпопулярніших напрямках. Відзначається підвищений попит туристів на так звані «гарячі подорожі». Через економічну кризу, яка викликала уповільнення зростання міжнародної туристичної індустрії, туроператори були змушені пропонувати різноманітні тури, найдоступніші, привабливі, а тому більш конкурентоспроможні.

Туристи зазвичай купували квитки заздалегідь, користуючись знижками і пропозиціями «в останню хвилину». Однак складна економічна ситуація в світі анітрохи не вплинула на індустрію морських круїзів. Навпаки, круїзний туризм з кожним роком збільшує потік туристів і обсяг

грошових надходжень. Ця позитивна статистика спонукала головних круїзних операторів побудувати два десятка сучасних лайнерів. Основними круїзними напрямками в Європі як і раніше залишаються країни Середземномор'я.

На сьогодні з активізацією інтеграційних процесів у туристичній сфері світу, відбувається поступова монополізація ринку. При цьому виділяються форми міжнародної інтеграції підприємств індустрії туризму і гостинності, що зачіпають туроператора, ресторанний і готельний бізнес, а також туристичних перевізників

Як правило, проблемні аспекти світового туризму обумовлюються наступними групами факторів:

- 1) управлінський характер;
- 2) економічне походження;
- 3) соціальне походження;
- 4) екологічна природа;
- 5) технологічне походження.

Факторами, що перешкоджають нормальному функціонуванню світової туристичної індустрії, є законодавча і нормативна база в багатьох країнах, в яких заявлений міжнародний туризм, але не визнаний пріоритетною складовою економіки. Більш того, відсутня цілісна система державного управління туризмом і неточність у визначенні туристичної галузі в законодавстві.

Спад розвитку туристичної індустрії на світовому рівні викликаний інерцією інвестиційних процесів у розвитку матеріальної бази та незадовільним станом туристичної, сервісної, соціальної та інформаційної інфраструктури потенційних зон і міжнародних транспортних коридорів, відсутністю науково-дослідного забезпечення галузі. Не можна обійти увагою і вплив сезонності, і руйнівного складу туристичної пропозиції, і відсутності цілісності і диверсифікації, а також відповідної сервісної інфраструктури для розвитку туристичної діяльності в сільській місцевості.

Гармонійному розвитку туристичної індустрії на світовому рівні заважає також низька туристична культура споживачів, а також недостатнє усвідомлення економічних можливостей туризму в регіонах. При залученні іноземних туристів в Україну проблеми виникають через мовний бар'єр. Бракує висококваліфікованих фахівців, а участь навчальних закладів у розвитку російського туризму низька.

Для зміни наявної ситуації варто удосконалити механізми державного регулювання та інституційного впливу на господарську діяльність із врахуванням досвіду країн, які мають розвинену туристичну індустрію. Найважливішим кроком для формування стратегії розвитку світової туристичної індустрії доцільно розглянути наступні принципи, які передбачають:

- 1) забезпечити безпеку туристів;
- 2) забезпечити раціональне використання, а також збереження туристських ресурсів;
- 3) формувати світову туристичну індустрію як високорентабельну галузь економіки;
- 4) створити ефективну систему туристичної діяльності щодо задоволення потреб внутрішніх та іноземних туристів;
- 5) удосконалити нормативно-правову базу у туристичній сфері відповідно до світових норм і правил;
- 6) створити економічні умови, що б стимулювали розвиток світової туристичної індустрії;
- 7) залучити національні та іноземні інвестиції у розвиток туристичної індустрії;
- 8) підтримати розвиток туризму у різних рівнях, зокрема місцевому, визначити статус окремих туристичних центрів, створити умови щодо пріоритетного розвитку туристичної сфери;
- 9) розвивати співробітництво із іноземними країнами та міжнародними організаціями, приймати участь у різноманітних міжнародних програмах щодо розвитку туристичної індустрії;

10) розробити та укласти двосторонні міжнародні та багатосторонні угоди у сфері міжнародного туризму;

11) забезпечити збереження природних історико-культурних ресурсів;

12) прискорити темпи розвитку і збільшення частоти очікуваних надходжень від туристичної індустрії.

Таким чином, криза – це можливість раз у житті рухатися до більш справедливих, стійких і стабільних моделей розвитку туризму. Світова пандемія вкотре оголила структурні недоліки туристичної системи та чутливість до зовнішніх потрясінь. На сьогодні виникла нагальна потреба диверсифікувати, а також посилити стійкість економіки загалом, та туристичної особливо, системніше та професійніше підготуватися до потенційних майбутніх потрясінь, усунути за давніми структурні слабкості та стимулювати цифрові трансформації, що будуть необхідними при переході до сильніших, справедливіших та стійкіших моделей розвитку туристичної індустрії.

3.2. Напрями та інструменти розвитку туристичної індустрії країн світу

Туристична галузь продовжує залишатися однією із тих, які найбільше постраждали від пандемії коронавірусу, і її перспективи залишаються дуже невизначеними, особливо, враховуючи нові виклики пов'язані із активізацією російської агресії. Тому повернення до «туристичного бізнесу як завжди» малоймовірно. Державам потрібно побудувати сильнішу, стійкішу туристичну економіку на майбутнє.

Криза стала чинником до дій урядів на всіх рівнях до скоординованого реагування та зацентрувала значимість підходів інтегрованої політики розвитку туристичної індустрії для її підтримки та відновлення. Надання цільової та доступної підтримки якомога швидше й більш ефективно вразливим туристичним підприємствам, працівникам та туристам має і продовжує мати вирішальне значення.

Зазначимо, що пандемічна криза показала недоліки в доступності своєчасних, порівнянних, детальних даних в ситуаціях, що швидко розвиваються. Надійні та послідовні показники необхідні для оцінки ефективності програм та ініціатив, а також моніторингу прогресу у відновленні та стійкості туризму. Рішення, засновані на ризиках, щоб безпечно зняти обмеження на поїздки та відновити роботу міжнародної туристичної екосистеми, повинні ґрунтуватися на обґрунтованих наукових доказах. Ці рішення також повинні бути здійсненими для реалізації, з достатньою потужністю, щоб забезпечити надійне функціонування цих систем.

Існує два основних напрямки державної політики розвитку туристичної індустрії, яка може бути прийнятною і для України:

- Забезпечення двостороннього співробітництва в галузі туризму із іноземними країнами (вітчизняна туристична індустрія розвивається ринковим шляхом та забезпечує суттєвий економічний ефект, розвиток суміжних сфер та галузей, середнього та малого підприємництва, зайнятості населення, створення умов для виходу економіки із кризи, національно-культурного відродження країни);
- Забезпечення багатостороннього співробітництва у сфері туризму із профільними міжнародними організаціями (потенціал багатосторонньої співпраці сприяє розвитку співробітництва на локальному та місцевому рівнях (між областями України та іншими державами), що здійснюється за допомогою напрацювання міжрегіональної договірної бази, забезпечення спільного маркетингу, формування корпоративних міжрегіональних продуктів туризму, регіональні виставки і науково-прикладні заходи, зокрема, ярмарки, симпозиуми, презентації, реалізація спільних проектів щодо розвитку локальної інфраструктури, яка формує туристичну індустрію.

Безсумнівно, лібералізація на взаємній основі формальностей, пов'язаних з поїздками російських туристів в інші країни, є необхідною передумовою розвитку міжнародного туризму, отримання реальних

економічних ефектів від туризму і посилення інтеграційних процесів. Проблемні аспекти міжнародного туризму в Україні обумовлені впливом факторів управлінського та екологічного характеру, економічного, соціального, технологічного походження. Тому можна сформулювати основні стратегічні напрямки розвитку туризму на світовому рівні та систематизований набір інструментів їх реалізації, що, в свою чергу, сприятиме формуванню позитивного туристичного іміджу України у світовому туристичному просторі (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1.

Стратегічні напрямки розвитку міжнародного туризму

Стратегічні напрямки	Інструменти для реалізації
Законодавчі, управлінські та адміністративні	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вивчення міжнародного досвіду управління туризмом. 2. Удосконалення законодавства у сфері туризму. 3. Законодавство та практичне дотримання державних гарантій та системи безпеки іноземних туристів. 4. Підготовка проектів та укладення нових міждержавних угод, а також угод між спеціалізованими національними та іноземними органами управління про співробітництво в галузі туризму.
Економічний	<ol style="list-style-type: none"> 1. Створення економіко-правових механізмів пріоритетної підтримки в'їзного туризму. 2. Розробка нормативно-правових актів з питань забезпечення державного регулювання міжнародної торгівлі туристичними послугами. 3. Збільшення розміру державних субсидій на реалізацію туристичних проектів. 4. Формування сприятливого клімату для активізації ділової, інвестиційної та інноваційної діяльності в туристичній галузі.

	<p>5. Впровадження спеціального режиму інвестування.</p> <p>6. Стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу.</p>
Соціальний	<p>1. Розвиток соціально-економічної сфери обумовлений повною реалізацією туристичного потенціалу.</p> <p>2. Розробка механізму державної підтримки впровадження туристичного продукту соціального характеру.</p> <p>3. Державна підтримка сектору соціально орієнтованого туристичного продукту (туризм для інвалідів, дітей-сиріт).</p> <p>4. Створення збалансованої мережі побутових послуг, насамперед тих, що надають соціальні послуги.</p>
Технологічний	<p>1. Модернізація існуючої готельної бази.</p> <p>2. Впровадження прогресивних технологій надання туристичних послуг.</p> <p>3. Удосконалення регіональної туристичної інфраструктури.</p>
Організаційні	<p>1. Офіційне визнання пріоритету міжнародного туризму.</p> <p>2. Розробка і реалізація державних комплексних цільових програм розвитку індустрії туризму в Україні.</p> <p>3. Розробка місцевих програм розвитку туризму.</p>

Реалізуючи ці напрямки, доцільно підготувати проекти і укласти нові міжурядові угоди між спеціалізованими органами управління на національному та міжнародному рівнях про співробітництво в туристичній галузі, а значить, всі методи реалізації цих напрямків взаємопов'язані. Також вважаємо за доцільне віднести механізми законодавчого, управлінського та адміністративного спрямування до компетенції Державного агентства розвитку туризму України, оскільки основною його спеціалізацією є реалізація державної політики в галузі міжнародного туризму.

Підводячи підсумок, розвиток міжнародного туризму стикається з кількома проблемами через пандемію коронавірусу. Нинішня криза є

безпрецедентною з точки зору очікуваних втрат і наслідків, до моменту закінчення пандемії і відкриття кордонів в галузі накопичиться значний відкладений попит. В першу чергу буде відновлено внутрішній туризм. Однак, швидше за все, купівельна спроможність населення знизиться.

Що стосується в'їзного туризму, то відновлення може зайняти набагато більше часу. У зв'язку з цим має сенс сконцентрувати зусилля в сегменті внутрішніх подорожей, вивчаючи і просуваючи потенційно перспективні напрямки і розробляючи нові пропозиції. Поряд з цим, через побоювання великого скупчення людей, масовий туризм, швидше за все, стане більш індивідуальним; Зросте популярність екологічного туризму, який раніше мав великий потенціал. Ще одним очікуваним наслідком кризи стане більша увага туристів до безпеки подорожей та санітарно-епідеміологічної ситуації.

Суб'єкти міжнародного туризму потребують не тільки загальної державної підтримки, але і стратегії виживання, передбачення у зв'язку з майбутніми істотними змінами споживчих переваг. Вона повинна включати в себе наступні ключові компоненти: зміщення фокусу на сегмент внутрішнього туризму; розробка нових пропозицій і продуктів, орієнтованих на бюджетний туризм, а також індивідуальний туризм і туризм в малих групах; посилення аспекту безпеки руху (з урахуванням санітарно-епідеміологічної ситуації місця перебування, якості страхового продукту); цифровізація пропонованих послуг (використання технологій змішаної та доповненої реальності, QR-кодів, мультимедійних додатків для відображення об'єктів).

Зміцнення багатостороннього співробітництва та надійна підтримка мають важливе значення для відновлення туризму. Країни повинні працювати разом, оскільки дії, вжиті одним урядом, мають наслідки для мандрівників та бізнесу в інших країнах, а також для глобальної туристичної системи. Країни повинні розробити спільні системи через кордони для безпеки відновлення подорожей, відновлення довіри мандрівників та бізнесу, стимулювання попиту та прискорення відновлення

туризму. Необхідні також більш ефективні системи міжнародної координації для реагування на майбутні потрясіння

Підтримка конкретного сектору необхідна для задоволення конкретних потреб працівників туризму, підприємств та напрямків, а також для підтримки більш широкого відновлення економіки. Туризм отримав значну користь від загальних заходів економічного стимулювання. Однак це один із секторів, які найбільше постраждали, що матиме вплив на ширше макроекономічне відновлення у багатьох державах світу. Отже, складові туристичної екосистеми, які ще не є відкритими для бізнесу і де попит, цілком реально, буде пригнічений або обмежений протягом певного часу, потребуватимуть особливої уваги, як і напрямки та малі підприємства, які зазнали найсильнішого удару та є найбільш вразливими.

Продовження державної підтримки вже має почати будуватися в напрямку більш стійкої та стійкої туристичної економіки. Дестинації та туристичний бізнес потребують допомоги, щоб бути готовими надати туристичні послуги для задоволення попиту, коли настане відновлення. Буде важливо працювати з туристичними підприємствами, щоб вони були стійкими після закінчення підтримки і вже почали вирішувати довгострокові наслідки кризи. Заходи повинні все більше обумовлюватися більш широкими екологічними, економічними та соціальними цілями.

Забезпечення ясності національної політики та вжиття системних заходів щодо обмеження невизначеності буде мати вирішальне значення щодо підтримки відновлення та подальшого розвитку туристичної індустрії. Зазначимо, що перспективи розвитку туристичної індустрії залишаються достатньо невизначеними, а впевненість у туристичному бізнесі та подорожах зазнала великого удару. Саме тому чітка комунікація, добре продумана інформаційна політика та ясність щодо епідеміологічних критеріїв будуть особливо важливими там, де є необхідність у зміні обмежень у поїздках та заходів стримування у відповідь на можливі спалахи вірусу та зміну санітарно-епідеміологічної ситуації.

ВИСНОКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведених нами досліджень можемо зробити наступні висновки:

1. Туризм - це особлива форма фізичного відпочинку, форум для активного відпочинку поза місцем постійного проживання, пов'язаний з пізнавальними цілями і елементами спорту. Загальновизнано розглядати туризм як подорожі або піші прогулянки, зроблені у вільний час для дозвілля, розваг, примноження здоров'я та отримання нових вражень. Спостерігаючи і аналізуючи визначення туризму, можна зробити висновок, що з роками їх зміст постійно змінювався. Туристична індустрія – це є сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

2. Туристична індустрія як галузь економіки базується на загальноекономічних законах та закономірностях, що визначають поточний стан розвитку та перспективну діяльність, а також в кожній країні формується національне законодавство, яке регулює цю діяльність. Так, в Україні ця сфера національної економіки регулюється Законом України "Про туризм", згідно якого у статті першій дано визначення туристичної індустрії як сукупності різних суб'єктів туристичної діяльності (готелів, туристичних комплексів, кемпінгів, мотелів, пансіонатів, підприємств харчування, транспорту, закладів культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

3. Для вимірювання загальної економічної ефективності туристичної індустрії доцільно визначати валовий внесок туризму в економіку конкретної країни або світову економіку. Варто обчислювати бруто економічних витрат на функціонування туристичної галузі, а також розрахувати нетто економічний внесок туризму в економіку. Важливими є і методи збільшення величини чистого економічного внеску. З метою підвищення ефективності туристичної діяльності та забезпечення її

конкуреноспроможності, слід комплексно вивчати вплив цієї індустрії на економічну та соціальну складову світової та національної економік.

4. У докризовий період в загальній структурі світового ВВП частка туристичної індустрії починаючи із 2000 року трималась на рівні близько 10 %. Найвищим цей показник був саме у 2000 році і становив 10,9 %. Проте поступово, до 2010 року він знизився до 9,3 % після чого до 2018 року він стабільно зростав. І протягом досліджуваного періоду катастрофічний спад отримала туристична галузь у 2020 році, коли світ охопила криза спричинена поширенням коронавірусної інфекції. Власне у цьому році частка туристичної індустрії у загальносвітовому валовому внутрішньому продукті знизилась майже удвічі і становила 5,3 %. І вже у 2021 році отримали незначне зростання досліджуваного показника.

5. Світовий туристичний ринок втратив приблизно 62 мільйони робочих місць у 2020 році. Цей показник покращився у 2021 році, туристична індустрія мала приблизно на 44 мільйони менше робочих місць у всьому світі порівняно з 2019 роком. У туристичній індустрії всіх регіонів світу у зв'язку з кризою відбулось скорочення зайнятих. Найсуттєвішим спостерігалось скорочення у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, що становило 34,8 млн осіб. Не зважаючи на те, що у цьому регіоні і у 2021 році був зафіксований спад у туристичній галузі, проте показник зайнятості було покращено. В цілому, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні зафіксована найбільш значна втрата зайнятості через пандемію COVID-19. Загалом у 2021 році майже на 25,5 мільйона було менше робочих місць у досліджуваній галузі в порівнянні з 2019 роком.

6. Проведене дослідження свідчить про нерівномірність розвитку та поширення туристичної індустрії в різних країнах. Під впливом пандемічної кризи серед 10 країн світу із найрозвиненішим туризмом найбільший обсяг ВВП забезпечує туристична індустрія США, яка в структурі становить майже 2 трлн дол США. Серед найпотужніших туристичних країн світу найбільший спад туристичної індустрії спостерігався у Китаї, де обсяг зменшення туризму у 2020 році відносно 2019 року становив 62,5 % та у

Іспанії – 62,6 %. Проте, у Іспанії у 2021 році відбулось нарощення туристичного продукту на 52,4 %, в той час як у Китаї – 16,9 %. Серед провідних туристичних країн найменше пандемічна криза вплинула на туристичну індустрію Мексики (-31,6%) та Німеччини (-38,9%). У 2021 році у всіх досліджуваних країнах відбулось нарощування обсягу туристичних галузей, проте у жодній із перерахованих країн не було досягнуто доковідного рівня.

7. Витрати міжнародних туристів у ЄС у 2021 р. зросли майже на 24 % порівняно із попереднім роком, коли відбулось різке падіння через пандемію коронавірусу. Загалом витрати на в'їзний туризм у регіоні склали 303,8 млрд. дол. США у 2021 році, збільшившись із 245,2 млрд дол США у 2020 році, але при тому їх рівень становить менше 50 % у порівнянні із докризовим рівнем. Що стосується витрат на внутрішній туризм в Європейському Союзі, то вони зросли приблизно на третину в 2021 році порівняно з попереднім роком, після різкого падіння в 2020 році через пандемію коронавірусу. Загалом витрати внутрішніх мандрівників у регіоні склали майже 897 мільярдів доларів США у 2021 році, збільшившись із приблизно 668 мільярдів доларів США у 2020 році, але залишаючись нижчим за показник, про який повідомлялося у 2019 році. Внутрішній туризм для Європейського Союзу має вагоміше значення ніж міжнародний.

8. Важливе значення туристична індустрія має для розвитку національних економік як сфера для працевлаштування. І попри негативний вплив пандемічної кризи в цій галузі зайнята значна частина населення. у 2021 році подорожі та туризм у Європі генерували, прямо та опосередковано, приблизно 34,65 мільйона робочих місць, що на 3 млн працівників менше ніж у докризовому 2019 році. Варто зазначити, що загальносвітова закономірність непропорційного зменшення зайнятих у туризмі збережена і у Європі.

9. В Україні туристична індустрія до 2021 року розвивалась згідно загальноєвропейських тенденцій. У 2020 році відносно 2019 року відбулось суттєве зменшення кількості наданих туристичних послуг, відповідно і

скоротилось число надавачів цих послуг. Особливо відчутним було зменшення числа іноземних туристів до України. У 2021 році стан ситуація у вітчизняній туристичній індустрії почала стабілізуватись. Проте, у 2022 році у зв'язку із повномасштабним вторгненням російської федерації і внутрішній, і зовнішній туризм в Україні зведений до нуля.

Для формування стратегічних напрямів активізації світової туристичної індустрії нами сформульовано наступні пропозиції:

1. При всіх негативних наслідках нинішньої кризи важливо відзначити наступний момент: сучасна світова індустрія туризму довгий час перебувала на порозі значних змін. Пандемія коронавірусу, швидше за все, тільки прискорить майбутню трансформацію. Тому, наприклад, актуальними стануть тенденції більш активного впровадження технологій віртуальної реальності, а також економія вражень. Інструменти для задоволення потреб туристів зміняться, хоча, самі потреби залишаться колишніми (потреби в русі, спілкуванні, нових емоціях, знаннях).

2. Серед посткризових заходів, спрямованих на максимально швидке відновлення світової туристичної індустрії, пропонуються запровадити субсидування акцій, щоб знизити вартість туристичного продукту, зробити його більш доступним для масового туризму після закінчення пандемії, субсидування соціального туризму – організовані поїздки соціально незахищених груп (школярів, студентів, осіб пенсійного віку), підтримка підприємницьких ініціатив зі створення туристичних продуктів, об'єктів туристичної інфраструктури для створення додаткових робочих місць та збільшення туристичного потоку тощо.

3. Для зміни ситуації необхідно удосконалити механізми регулювання господарської діяльності з урахуванням досвіду країн з розвиненою туристичною індустрією. Найважливішим кроком для формування стратегії розвитку світової туристичної індустрії є забезпечення безпеки туристів, раціонального використання та збереження туристичних ресурсів, формування міжнародного туризму як високорентабельної галузі економіки створення ефективної системи туристичної діяльності для задоволення

потреб внутрішнього та іноземного туризму, удосконалення нормативно-правової бази у сфері туризму відповідно до міжнародних норм і правил тощо.

4. До напрямків державної політики розвитку туристичної індустрії, яка може бути прийнятною і для України варто віднести забезпечення двостороннього туристичного співробітництва із зарубіжними країнами та забезпечення багатостороннього туристичного співробітництва з міжнародними організаціями, реалізація спільних проектів з розвитку регіональної туристичної інфраструктури.

5. Забезпечення ясності політики та вжиття заходів щодо обмеження невизначеності (наскільки це можливо) матиме вирішальне значення для підтримки відновлення туристичної індустрії. Перспективи туристичної економіки залишаються надзвичайно невизначеними, а впевненість у бізнесі та подорожах зазнала великого удару. Чітка комунікація, добре продумана інформаційна політика та ясність щодо епідеміологічних критеріїв будуть особливо важливими там, де є необхідність у зміні обмежень на поїздки та заходів стримування у відповідь на спалахи вірусу та зміну санітарної ситуації.

6. Для України розвиток туристичної індустрії та залучення додаткових туристичних потоків можна буде розглядати лише після завершення активних бойових дій і повноцінної перемоги над окупаційними російськими військами. І в майбутньому туризм має бути вагомим інструментом для підвищення рівня соціально-економічного розвитку.

Таким чином, врахування розглянутих напрямів та використання запропонованих інструментів розвитку туристичної індустрії дозволить підвищити ефективність надання туристичних послуг і як результат сприятиме економічному зростанню окремих країн та глобальній економіці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Аналіз чинників розвитку туризму в регіоні [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum
2. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. Бізнес Інформ. 2020. №5. С. 94–99.
3. Бондаренко М. П. Дослідження туристичного ринку Європи та його конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Економічний форум. № 3. 2012. С. 95–109.
4. Булатова О. В., Чентуков Ю., Чентуков І. Інтеграційні процеси та глобальні регіони. Журнал європейської економіки. 2018. Т. 17, № 3. С. 297–309. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/jee_2018_17_3_.
5. Географічні чинники розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://elise.com.ua/ru/content>
6. Грушова А. Т. Всесвітня туристична організація // Українська дипломатична енциклопедія: У 2-х т./Редкол.:Л. В. Губерський (голова) та ін. — К: Знання України, 2004 — Т.1 — 760с.
7. Державна служба статистика України. Статистична інформація. Туризм. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Закон України «Про туризм» №1282/4 від 18.11.2003.// Відомості Верховної Ради України. – 2003.-№29
9. Зануда А. Коронавірус: скільки втрачає туризм // BBC. NEWS. Україна. 16.03.2020. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285>
10. Історія розвитку, види та функції туризму [Електронний ресурс] Режим доступу:<http://knowledge.allbest>
11. Класифікація туризму. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://elise.com.ua/content/13-klasifikatsiya-turizmu>
12. Коронавірус коштуватиме туризму до семи років зростання – UNWTO // Укрінформ. 30.03.2020. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2908241-koronavirus-kostuvatime-turizmu-do-7-rokiv-zrostanna-unwto.html>

13. Любіцева О. О., Бабарицька В. К., Мельник О. П. Туристична сфера, готельне господарство та форми їх організації у світі. Конспект лекцій. – К.: Мін-во освіти України, Київ. держ. торг.-екон. у-т, 1995. – 51 с.

14. Масовий та елітарний туризм [Електронний ресурс] Режим доступу: http://libfree.com/165078702_turizmmasoviy_elitarniy_turizm.html

15. Мельник А.О., Сідлецька К.В. Зарубіжний досвід розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2008_4_2/94.pdf

16. Мешко Н. П. Стратегія управління регіональним туризмом в умовах міжнародної конкуренції. Регіональний туризм: стратегія, ресурси, перспективи розвитку : монографія / за ред. Н. П. Мешко, В. Є. Редько, О. П. Крупського. Дніпро : Акцент ПП, 2016. С. 6–54.

17. Михайлишин Л. І. Транснаціоналізація світової економіки: інноваційний аспект : монографія. Вінниця : ДонНУ, 2016. 314 с.

18. Міжнародний туризм [Електронний ресурс] Режим доступу: http://uareferat.com/Міжнародний_туризм

19. Міжнародний туризм починає відновлюватися – ООН / *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2021/07/22/676159/>

20. Міжнародний туризм: структура і роль у розвитку світової економічної системи Режим доступу: www.5ballov.ru

21. Міжнародні туристичні витрати. - Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.unwto.org>

22. Міжнародні туристичні грошові надходження. Режим доступу: <http://www.census.gov>

23. Міжнародні туристичні прибуття досягли пікового рівня. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/media/news>

24. Напрями розвитку туристичної галузі [Електронний ресурс] /– Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2008_11

25. Небава М. І. Макроекономіка: Тематичний тлумачний словник термінів [Текст] : навч. посіб. для студ. екон. спец. / М. І. Небава. - Вінниця : ВДТУ, 2000. - 152 с.

26. Основні поняття туризму. Режим доступу: <http://elise.com.ua/content>

27. Оцінка можливостей участі України у міжнародному туризмі [Електронний ресурс] Режим доступу: tourlib.net/statti_ukr/artemenko.htm

28. Перспективи розвитку туризму [Електронний ресурс] Режим доступу: http://geci-new.geci.cn.ua/txt/konf/9_turizm.pdf

29. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 2 (268). С. 203–206.

30. Поняття туристичних ресурсів [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.info-works.com.ua>

31. Рогач О. Теорія міжнародного бізнесу: підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. К.: ВПЦ «Київський університет», 2018. 687 с.

32. Смагіна А. Відпустка в умовах COVID-19. Як тепер виглядатиме туризм в різних країнах // Рубрика. 02.05.2020. URL: <https://rubryka.com/article/turyzm-na-karantyni/>

33. Смирнов І. Г. Визначення рівня конкурентоспроможності країн світу в туризмі: сучасні підходи. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Науковий журнал. Серія: Економічні науки. 2015. № 5–6. С. 37–49.

34. Туризм – одне з важливих соціально-економічних явищ [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua>

35. Туризм та його світовий розвиток [Електронний ресурс] Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_1.htm

36. Туризм, як багатогранне суспільне явище: сутність, державне регулювання, види послуг [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://referat.antiarm.ru/ref-110452.shtml>

37. Туризм: Організація туристичної діяльності [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://library.if.ua/book/31/2006.html>

38. Туристична Україна на міжнародних виставках [Електронний ресурс] Режим доступу: www.kiev-diplom.com/110-turistichna-ukrayina-na-mizhnarodnixvistavkax.html

39. Фролова В. Ю. SWOT-аналіз конкурентоспроможності туристичного ринку України. URL: http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/10_6.pdf.

40. Цілі сталого розвитку. URL: <http://knowledge.org.ua/uk/cilistalogo-rozvitku/>.

41. Энциклопедия туриста / Под. ред. Тамм Е. И. – М.: БРЭ, 1993. – 607 с.

42. ЮНВТО объявляет о проведении Первого Глобального форума по туризму в Андорре [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/media/news/ru/press>

43. Forecasted change in revenue from the travel and tourism industry due to the coronavirus (COVID-19) pandemic worldwide from 2019 to 2020 // Statista. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1103426/covid-19-revenue-travel-tourism-industry-forecast>

44. Kaspar C. Die Tourismuslehre im Grundriss. – Bern, Stuttgart, Wien: Haupt, 1996. – 194 s.

45. Tourism and Economic Development Issues. URL: https://www.researchgate.net/publication/269113395_Tourism_and_Economic_Development_Issues.

46. Travel and Tourism Economic Impact 2021. URL: <http://www.wttc.org>.

47. UNCTAD statistics : website. URL: <http://www.unctad.org>

48. UNWTO Tourism Highlights (2019Edition). URL: http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2022.pdf 62.

49. World Travel & Tourism Council. URL: <https://www.wttc.org/>