

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ЗАОЧНОЇ ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
Кафедра туризму**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Ступінь вищої освіти **БАКАЛАВР**

на тему **“СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНИЙ АНАЛІЗ
ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ”**

Виконав: здобувач вищої освіти
V курсу, групи Тур-51
спеціальності 242 Туризм
(шифр і назва спеціальності)

освітньої програми Туризм

ШУРПИК Віталій Сергійович
(прізвище, ім'я, по-батькові)

Керівник к.е.н., доцент Світлана БУГІЛЬ
(наук.ступ., вчене звання, ім'я та прізвище)

Рецензент: Валентина СОХНИЧ
(ім'я та прізвище)

ДУБЛЯНИ 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ЗАОЧНОЇ ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
Кафедра туризму

Ступінь вищої освіти Бакалавр

Галузь знань 24 Сфера обслуговування
(шифр і назва)

Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)

Освітня програма Туризм
(назва ОП)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувачка кафедри
туризму
(назва кафедри)

(підпис)

Оксана КРУПА
(ім'я та прізвище)

“ ” _____ 20__ року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу здобувача вищої освіти

Шурпика Віталія Сергійовича

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи ”Структурно-динамічний аналіз туристичної індустрії України в умовах глобальних викликів”

керівник роботи Світлана БУГІЛЬ, к.е.н., доцент
(ім'я та прізвище, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЛНУП від “ 30 ” грудня 2022 р. № 452к-с

2. Строк подання здобувачем роботи 16 червня 2022 року

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі й нормативно-правові акти з питань розвитку туристичного бізнесу, аналітичні та статистичні матеріали Державної служби статистики України, Національної туристичної організації України та Державного агентства розвитку туризму, матеріали всеукраїнських і міжнародних конференцій, результати наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних учених, методичні рекомендації до виконання кваліфікаційних робіт.

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ БАЗИС ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

- 1.1. Суть, суб'єкти і об'єкти туристичної індустрії
- 1.2. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток туризму
- 1.3. Методика дослідження індустрії туризму в умовах глобалізації

Розділ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

- 2.1. Аналіз структури і динаміки розвитку туристичної індустрії України
- 2.2. Оцінка впливу глобальних викликів на розвиток туризму в Україні
- 2.3. Вплив діяльності суб'єктів туристичної діяльності на навколишнє середовище

Розділ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ВИКЛИКІВ

- 3.1. Розвиток туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму
- 3.2. Інтернет-маркетинг як засіб просування туристичних послуг в умовах глобалізації бізнесу

Розділ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

- 4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах туристичної індустрії

- 4.2. Пожежна безпека
4.3. Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): рисунки, таблиці: “Динаміка та структура суб'єктів туристичної діяльності України”, “Аналіз економічних показників роботи суб'єктів туристичної діяльності України”, “Рентабельність туристичного бізнесу України”, “Рейтинг туристичних підприємств України”, “SWOT-аналіз конкурентоспроможності ринку туристичних послуг України”, “PEST-аналіз туристичних підприємств України”, “Оцінка прямих, непрямих втрат та потреб у відновленні туристичної галузі України в післявоєнний період”

6. Консультанти розділів роботи

| Розділ | Ім'я, прізвище та посада консультанта | Підпис, дата | | Відмітка про виконання |
|---------------------------------------|---------------------------------------|----------------|------------------|------------------------|
| | | завдання видав | завдання прийняв | |
| Стан охорони навколишнього середовища | | | | |
| | | | | |
| Охорона праці | | | | |
| | | | | |

7. Дата видачі завдання “ 30 ” січня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Відмітка про виконання |
|-------|--|-------------------------------|------------------------|
| 1. | Отримання завдання для написання кваліфікаційної роботи. | 30.01.2023 р. | |
| 2. | Розробка та затвердження плану кваліфікаційної роботи, ознайомлення з літературними джерелами за темою, збір практичних матеріалів | 08.02.2023 р. | |
| 3. | Написання вступу і I розділу | до 03.03.2023 р. | |
| 4. | Написання II розділу | до 07.04.2023 р. | |
| 5. | Написання III розділу | до 05.05.2023 р. | |
| 6. | Написання IV розділу і висновків | до 26.05.2023 р. | |
| 7. | Оформлення кваліфікаційної роботи і подання науковому керівнику для написання відгуку | до 05.06.2023 р. | |
| 8. | Перевірка тексту кваліфікаційної роботи на унікальність. Скерування на зовнішню рецензію | до 08.06.2023 р. | |
| 9. | Представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі | до 16.06.2023 р. | |
| 10. | Захист кваліфікаційної роботи перед Екзаменаційною комісією | 28.06.2023 р. | |

Здобувач вищої освіти _____
(підпис)

Віталій ШУРПІК
(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис)

Світлана БУГІЛЬ
(ім'я та прізвище)

УДК 338.486:330.341

Шурпик В.С. Структурно-динамічний аналіз туристичної індустрії України в умовах глобальних викликів: кваліф. робота за спеціальністю “Туризм”. Львів : ЛНУЦ, 2023. 73 с. На правах рукопису.

Обсяг роботи становить 73 сторінки, включаючи 8 таблиць, 9 рисунків, 47 джерел

У роботі висвітлені теоретико-методичні засади розвитку індустрії туризму в умовах глобалізації, зокрема, досліджено суть, суб'єкти і об'єкти туристичної індустрії, розглянуто вплив глобалізаційних процесів на розвиток туризму та розкрито методологію дослідження індустрії туризму в умовах глобалізації.

Проведено аналіз структури і динаміки розвитку туристичної індустрії України. Зроблено оцінку впливу глобальних викликів на розвиток туризму в Україні. Досліджено вплив діяльності суб'єктів туристичної діяльності на навколишнє середовище.

Запропоновано шляхи розвитку національної туристичної індустрії в контексті глобальних тенденцій та викликів, зокрема, розроблено напрямки розвитку туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму, а також удосконалено підходи до використання інтернет-маркетингу як засобу просування туристичних послуг в умовах глобалізації бізнесу.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 5 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ БАЗИС ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ | 7 |
| 1.1. Суть, суб'єкти і об'єкти туристичної індустрії | 7 |
| 1.2. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток туризму | 14 |
| 1.3. Методика дослідження індустрії туризму в умовах глобалізації | 20 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ | 22 |
| 2.1. Аналіз структури і динаміки розвитку туристичної індустрії України | 22 |
| 2.2. Оцінка впливу глобальних викликів на розвиток туризму в Україні | 33 |
| 2.3. Вплив діяльності суб'єктів туристичної діяльності на навколишнє середовище | 39 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ВИКЛИКІВ | 44 |
| 3.1. Розвиток туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму | 44 |
| 3.2. Інтернет-маркетинг як засіб просування туристичних послуг в умовах глобалізації бізнесу | 49 |
| РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ | 55 |
| 4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах туристичної індустрії | 55 |
| 4.2. Пожежна безпека | 59 |
| 4.3. Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму | 61 |
| ВИСНОВКИ | 65 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 69 |

ВСТУП

За останні десятиліття туризм став однією з найбільш динамічних галузей світової економіки, яка швидко розвивається. Це пов'язано з об'єктивним процесом глобалізації, розвитком логістики, культурними змінами, появою Інтернету та формуванням цілісної глобальної індустрії туризму в цілому, до якої входять транснаціональні готельні мережі та туристичні компанії, глобальні туроператори та численна сфера послуг.

Туризм стрімко глобалізується, має багато сфер, компонентів і проявів. Глобалізація суттєво впливає на розвиток туризму в усьому світі, а також на розвиток економік країн залежно від їх конкуренції, особливо їх позиції в міжнародних рейтингах.

Країни світу в основному вже мають свій туристичний потенціал, тому в контексті світових тенденцій важливим економічним завданням є розвиток власного туризму. З огляду на викладене, тематика кваліфікаційної роботи є актуальною для країн, особливо України, у зв'язку із завданням збільшення масштабів туризму та економічних показників підприємств туристичної індустрії.

Метою дослідження є визначення теоретико-методичних засад індустрії туризму в умовах глобалізації, виявлення й узагальнення сучасного стану розвитку туристичної індустрії України та обґрунтування на цій основі рекомендацій щодо розвитку національної туристичної індустрії в контексті глобальних тенденцій та викликів.

З метою досягнення мети роботи були сформульовані такі завдання:

- розглянути суть, суб'єкти і об'єкти туристичної індустрії;
- розкрити вплив глобалізаційних процесів на розвиток туризму;
- провести аналіз структури і динаміки розвитку туристичної індустрії України;
- дослідити вплив глобальних викликів на розвиток туризму в Україні;
- розробити шляхи розвитку національної туристичної індустрії в контексті глобальних тенденцій та викликів.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку туристичної індустрії України.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні аспекти управління розвитком туристичної індустрії в умовах глобальних викликів.

Теоретичною та методологічною основою кваліфікаційної роботи є комплекс загальнонаукових та спеціальних методів наукового пізнання, зокрема, системний підхід, еволюційний та логічний методи – у процесі виокремлення теоретичних підходів до дослідження сутності поняття “туристична індустрія” та концептуальних засад управління розвитком туристичної індустрії; діалектичний, компаративний, описовий методи та методи аналізу, синтезу, рядів динаміки, графічний і табличний методи – для розкриття суперечливих тенденцій діяльності суб'єктів туристичної індустрії України в умовах глобальних викликів.

Інформаційною базою дослідження є вітчизняні та зарубіжні законодавчі й нормативно-правові акти з питань розвитку туристичної індустрії, аналітичні та статистичні матеріали Державної служби статистики України, Національної туристична організація України та Державного агентства розвитку туризму, матеріали всеукраїнських і міжнародних конференцій, результати наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних учених з проблем функціонування та розвитку туристичного бізнесу в умовах глобальних викликів, монографії, збірники, періодичні видання.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ БАЗИС ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

1.1. Суть, суб'єкти і об'єкти туристичної індустрії

Враховуючи різноманітність і суперечливість методологічних засад дослідження ринку туристичних послуг і підходів науковців до категоріального апарату, важливого значення набуває з'ясування сутнісних і змістовних характеристик таких понять: “туризм”, “індустрія туризму”, “інфраструктура туризму”, “сфера туристичних послуг”.

Отже, почнемо з категорії “туризм”. Відповідно до Закону України “Про туризм” “туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає” [11].

Згідно з IRTS (Міжнародні рекомендації зі статистики туризму) [42], “туризм” є підкатегорією поняття “подорож” і описує діяльність подорожуючого (мандрівника), “...який здійснює поїздку в якесь інше місце призначення, відмінне від його постійного проживання на термін менше року з метою ділової поїздки, відпочинку чи іншою особистою метою”.

Одночасно з поняттям “туризм” також широко вживається термін “індустрія туризму”, який “...увійшов у повсякденне життя і знайомий науковцям і практикам туризму” [27]. Методи інтерпретації для виявлення його сутнісних і змістовних характеристик відображено в табл. 1.1.

У вітчизняній навчально-науковій літературі дається таке визначення поняття “туристична індустрія” – це сукупність різноманітних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, готелі, заклади громадського харчування, транспорту, культурно-спортивні заклади тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та транспортування туристів.

Таблиця 1.1 – Характеристика підходів до категорії “туристична індустрія”

| Тлумачення сутності | Автори |
|--|---|
| <p>Створення туристичного продукту безпосередньо залежить від стабільності національної економіки. Дані автори наголошують на необхідності залучення багатьох економічних секторів до створення інтегрованих туристичних продуктів, тим самим вказуючи на важливості кумулятивної та сполученої взаємодії між суб'єктами галузевої системи.</p> | <p>Ковальчук С.В., Миколишина С.В. [13], Любіцева О.О. [18]</p> |
| <p>Відповідно до підходу авторів мотивацією дій суб'єкта виступає наявність ресурсного потенціалу, що і визначає спеціалізацію комерційних суб'єктів на виробництві турпродукту для непрямого валютного обігу. Існує залежить від набору конкретних економічних відносин і зв'язків, які виникають між покупцями (туристами) і продавцями (туроператорами та турагентами).</p> | <p>Ткаченко Т.І. [36], Герасименко В.Г. [8]</p> |
| <p>Це сфера продажу туристичних товарів і послуг. Крім того, варто враховувати, що взаємозв'язок попиту та пропозиції на ринку туристичних продуктів має діалектичну інтерактивну особливість «попит визначає пропозицію» на основі відносин конвергенції.</p> | <p>Школа І.М. [39]</p> |
| <p>Одна з форм територіального розвитку, що складається з інституцій, які існують опосередковано для об'єднання покупців (представників попиту) і продавців (постачальників) певних товарів і послуг в одному місці.</p> | <p>Р. Макконнел, С. Брю, Ф.Котлер</p> |

Джерело: побудовано автором на основі [8; 13; 18; 36; 39]

У вітчизняних підручниках дається таке визначення поняття “туристична індустрія” – це сукупність різноманітних суб’єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, готелі, заклади громадського харчування, транспорту, культурно-спортивні заклади тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та транспортування туристів.

Систематизувавши погляди науковців, можна запропонувати таке визначення поняття “туристична індустрія”. Туристична індустрія – це сукупність різноманітних суб’єктів господарювання, основна діяльність яких пов’язана з наданням послуг, виробництвом і реалізацією товарів для задоволення потреб туристів.

Менеджмент туристичної індустрії – це система управління виробничими, транспортними, торговельними, сервісними підприємствами та засобами розміщення, спрямована на задоволення потреб у туристичних товарах і послугах шляхом підготовки кадрів та ефективного використання природних ресурсів, матеріальних, духовних, фінансових, інтелектуальний та ін.

Можна сказати, що туристична індустрія – це міжгалузевий комплекс бізнес-структур, які виробляють і реалізують туристичні продукти для національного та міжнародного ринків. Тому діяльність усіх туристичних операторів і сторонніх організацій, які беруть участь у реалізації послуг, визначають як туристичну індустрію, яка є невід’ємною частиною функціональної структури державного господарства та цілісної інтегрованої системи галузі та видів діяльності об’єднаних спільною метою та планом розвитку.

Відповідно до Закону України “Про туризм”, туристична інфраструктура – це сукупність соціальних інститутів, організаційних структур і нормативних процедур, а також соціально-політичний клімат країни та стан громадської обізнаності, що забезпечують безпечне функціонування та взаємодію суб’єктів туристичної діяльності.

Безперечно, інфраструктурним елементом туристичного ринку є суб'єкт. Відповідно до Закону України “Про туризм” [11] суб'єктами, які здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (суб'єктами туристичної діяльності) є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення), тимчасове розміщення, харчування, екскурсійні подорожі, відпочинкові, спортивні, розважальні та інші послуги) або посередницька діяльність з надання характерних і супутніх послуг, а також громадяни України, іноземці та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Таким чином, до суб'єктів туристичної діяльності України відносять [11] (рис. 1.1):

- туристичних операторів (туроператорів);
- туристичних агентів (турагенти);
- інших суб'єктів бізнес-середовища, які надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;
 - гідів-перекладачів, екскурсоводів, спортивних інструкторів, провідників та інших фахівців туристичного супроводу;
 - фізичних осіб, що не є суб'єктами бізнесової діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Процес розвитку ринку туристичних послуг є складною багатоетапною системою розвитку, а різні елементи тісно пов'язані один з одним, систематично взаємодіють і тісно впливають один на одного в багатьох аспектах. Попередні умови розвитку ринку туристичних послуг такі:

1. Об'єктом ринкових відносин є туристична послуга і комплексний туристичний продукт.
2. Ринок туристичних послуг – це складна система взаємовідносин суб'єктів ринку – виробників туристичних послуг, виробників комплексного туристичного продукту, посередників і споживачів.

3. Механізм, що забезпечує розвиток ринку туристичних послуг, полягає в постійній координації попиту на туристичні товари та послуги, зумовленого туристичною мотивацією та наданням послуг в умовах незбалансованого та поляризованого соціально-економічно-просторового розвитку.

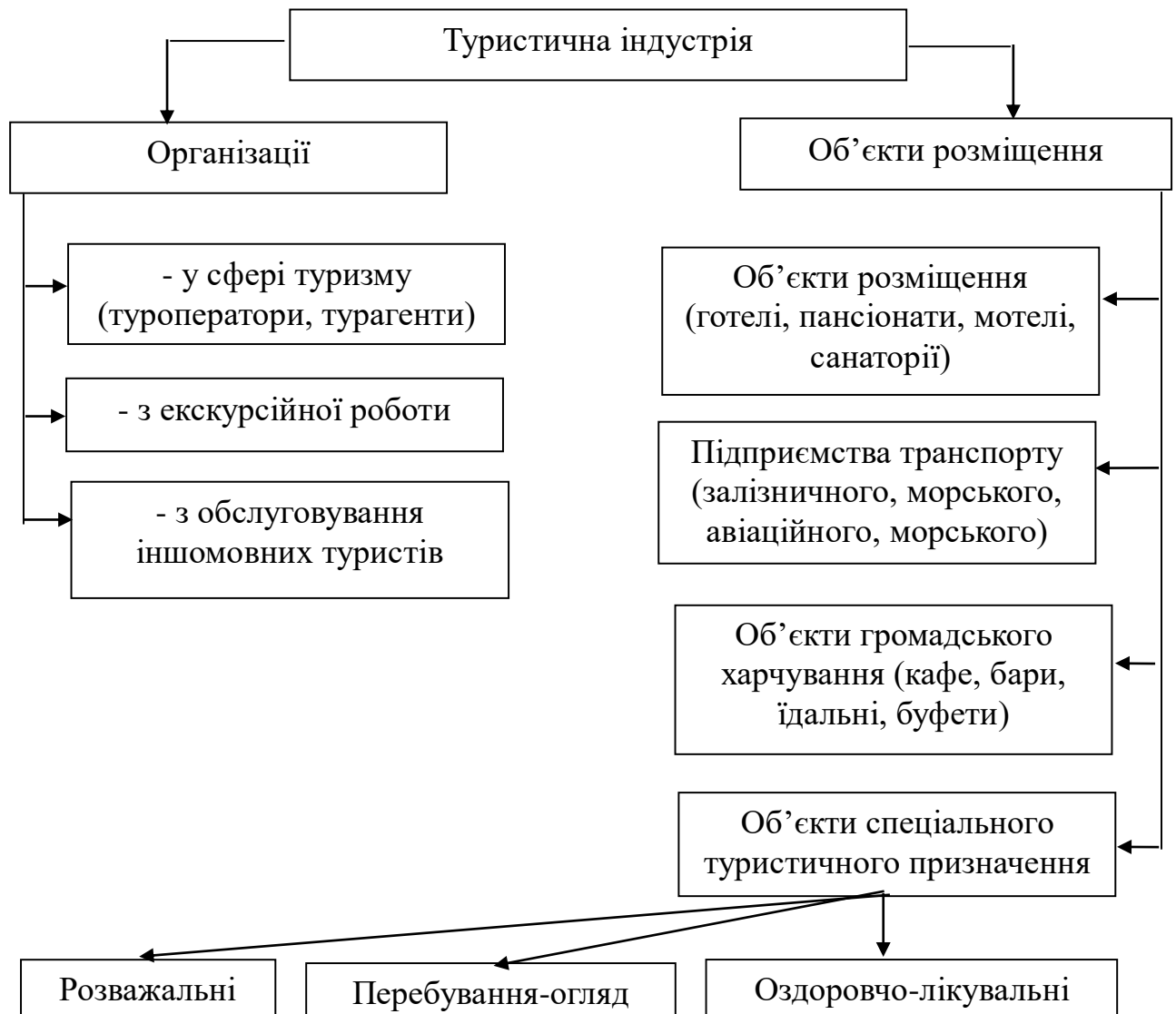


Рисунок 1.1 – Складові туристичної індустрії

Джерело: побудовано автором

Механізми, що забезпечують розвиток ринку туристичних послуг, базуються на теоретичних підходах та організаційно-економічних платформах

Вихідною точкою формування туристичного ринку є “...задоволення туристичної потреби є основою попиту на туристичні послуги” [8]. Своєчасне та достовірне визначення туристичних мотивацій є запорукою задоволення туристичного попиту, що відбувається через систему пропозиції послуг і продуктів на ринку.

Суб'єктом менеджменту туристичної індустрії є менеджер, група людей, підрозділ, який здійснює управління на місцях. Характерною рисою суб'єкта управління є те, що його можуть здійснювати лише люди, що якісно відрізняє суб'єкт управління від об'єкта.

Діяльність менеджера зазвичай виходить за межі підприємства чи організації, але і такому випадку він вважається суб'єктом, оскільки спрямований на досягнення цілей і завдань, тобто на результати діяльності організації у зовнішньому середовищі.

Об'єктом менеджменту туристичної індустрії є система взаємозв'язків, що виникають між організаційними елементами туризму та гостинності.

Однак, на відміну від суб'єкта, об'єкт не обмежується людьми, він також може включати багато факторів, що впливають на нього. Серед них виділяють такі: політичні, соціально-демографічні, економічні, науково-технічні, фізико-географічні, історико-культурні, міжнародні тощо (табл. 1.2).

Таким чином, ефективність туристичного ринку значною мірою залежить від ряду факторів, що впливають на його розвиток.

Загалом туристична інфраструктура – це розгалужена і складна система надання туристичних послуг. Туристичні послуги є результатом діяльності, яку здійснюють туристичні підприємства для задоволення відповідних потреб туристів.

Різноманітність туристичних послуг визначається різними цілями подорожей туристів, різними вимогами до туристичних послуг і різними цінами, які вони готові і здатні платити. Кожному виду туриста відповідає певний сегмент туристичного ринку. Крім того, подальша сегментація ринку залежить від країни проживання туристів. Виробники туристичних послуг

орієнтуються на певні категорії відпочиваючих, потреби яких добре зрозумілі та задоволення яких принесе їм дохід.

Таблиця 1.2 – Фактори, які впливають на розвиток ринку туристичної індустрії

| Фактори | Характеристика |
|------------------------|--|
| Економічні | Економічна стабільність, рівень доходів населення, національне фінансове становище, національна зовнішньоекономічна діяльність, ступінь інтегрованості у світову економічну систему |
| Політичні | Політична стабільність країни, участь у міжнародних організаціях, стан торгівлі та платіжний баланс |
| Соціально-демографічні | Чисельність і вік населення, зміни в особистих доходах, складність і напруженість роботи, гнучкий графік роботи, рівень туристичної активності |
| Міжнародні | Пом'якшення міжнародного клімату, перехід від конфронтації до співпраці та взаєморозуміння між країнами, процес глобалізації та вирішення спірних міжнародних питань через переговорний процес |
| Науково-технічні | Рівень наукового розвитку, сучасні технології обслуговування, інформатизація та цифрофізація туризму |
| Природно-географічні | Якісна та кількісна характеристика географічного положення, водних, лісових, земельних ресурсів, природного клімату та природних транспортних умов |
| Історико-культурні | Розташування соціально-історичних ресурсів на території формує її позитивний туристичний імідж, впливає на локалізацію потоків відпочинку та напрямок туристичних маршрутів, урізноманітнює відпочинково-туристичний продукт, знижує сезонність туризму. |

Джерело: побудовано автором

Отже, підсумовуючи наведене визначення, зазначимо, що туризм сприяє забезпеченню надання комплексного туристичного продукту і туристичних послуг, які виробляються суб'єктами туристичного ринку.

1.2. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток туризму

Основною рушійною силою світового економічного розвитку на рубежі 20-21 ст. є глобалізація, що стала об'єктивним процесом формування світової системи.

Глобалізація включає усі сфери сучасного життя суспільства – економічну, політичну, соціальну. Щодо глобалізація то в економічній сфері вона посилює взаємозалежність держав і призводить до формування єдиного міжнародного економічного простору.

Розглянемо основні негативні та позитивні аспекти глобалізаційних процесів (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Наслідки глобалізації в економічній сфері

| Наслідки глобалізації | |
|--|---|
| Позитивні | Негативні |
| <p>1. Економія від масштабу виробництва.</p> <p>2. Поглиблення процесів міжнародного поділу праці.</p> <p>3. Більш ефективний перерозподіл світових засобів.</p> <p>4. Мобілізація значних обсягів фінансових ресурсів.</p> <p>5. Зростання продуктивності праці в результаті раціоналізації виробництва на основі передових технологій.</p> <p>6. Покращення життєвих та демографічних перспектив.</p> <p>7. Загальне підвищення добробуту в світі.</p> | <p>1. Нерівномірний розподіл переваг від глобалізації:</p> <ul style="list-style-type: none"> – між країнами – багаті країни або окремі особи отримують більшість переваг, що створює загрозу конфлікту на регіональному, національному та міжнародному рівнях; – з точки зору секторів – багато секторів програють у процесі глобалізації, втрачаючи свою конкурентну перевагу через дедалі більш відкриті ринки. Як наслідок, традиційні економічні структури зазнають болісної трансформації з величезною соціальною ціною. <p>2. Потенційна регіональна та глобальна нестабільність через</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>взаємовплив національних економік на глобальному рівні.</p> <p>3. Деіндустріалізація економіки – глобальна відкритість пов'язана зі скороченням зайнятості у виробництві та збільшенням частки зайнятості у сфері послуг.</p> <p>4. Переміщення виробничих потужностей у країни з низькою оплатою праці.</p> <p>5. Збільшення різниці в оплаті праці між кваліфікованими та некваліфікованими робітниками та зростання безробіття серед останніх.</p> |
|--|--|

Джерело: побудовано автором

Загальні процеси глобалізації та соціальної мобільності мали великий вплив на розвиток туризму. Підвищення показників соціально-економічного розвитку дозволило багатьом громадянам країн, які нещодавно вийшли на світові ринки, економити на подорожах і туризмі. Збільшення інтенсивності подорожей також сприяло збільшенню обсягів міжнародного туризму завдяки пропозиціям авіакомпаній за низькими тарифами.

Сьогодні туризм визначають як явище ХХІ століття, яке стало невід'ємною частиною життя більшості людей у світі та одним із домінуючих напрямів соціально-економічної діяльності. Про глобалізацію туризму та його пріоритетний розвиток у світовій економіці свідчить динаміка світових туристичних потоків за останні роки (щорічне зростання 4-5%) та надходжень від туризму, які становлять 6,5% від світової торгівлі послугами.

Розвиток міжнародного туризму не є рівномірним в світі, що пояснюється різницею в рівнях соціального та економічного розвитку країн і регіонів. Найбільше міжнародний туризм розвинувся у країнах Західної Європи, на яку припадає понад 70% світового туристичного ринку і 60% валютних надходжень.

Тому глобалізація та її вплив на світовий ринок туристичних послуг має сприяти створенню конкурентоспроможних національних туристичних продуктів на міжнародному ринку. Наслідками процесу глобалізації у сфері міжнародного туризму є екологічні, економічні, культурні та соціальні (рис. 1.2).

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>Екологічні</p> <p>збереження та розвиток проектів щодо ресурсної бази зелених видів туризму</p> | <p>Екологічні</p> <p>зростання економічного прибутку, національного доходу, витрат на імпорт; зниження цін на авіап перевезення, збільшення кількості робочих місць у масовому туризмі; розвиток туристичної інфраструктури та науково-технічного прогресу</p> | <p>Екологічні</p> <p>забезпечення міжнародної культурної комунікації; розвиток дружніх стосунків та мирного співіснування держав</p> | <p>Екологічні</p> <p>збільшення кількості туристів</p> |
| <p>створення наднормативного навантаження на природне середовище</p> | <p>системність розвитку ринку послуг</p> | <p>зниження унікальності культури та традицій, через інтеграцію культур різних націй в глобальну культуру</p> | <p>знищення стереотипів щодо інших народів та держав</p> |

Рисунок 1.2 – Наслідки глобалізації у міжнародному туризмі

Джерело: побудовано автором

Позитивні наслідки глобалізації знайшли відображення в економічній інтеграції, звідси створення транснаціональних корпорацій (ТНК), таких як готельні мережі: Wyndham Worldwide (США і Канада), Choice Hotels і Marriott International (США), InterContinental Hotels Group (Великобританія), Hilton Worldwide (США), AccorHotels (Франція), Best Western Hotels (Великобританія), Jin Jiang International and Home Inns (Китай), Carlson Rezidor Hotel Group (Бельгія), Robinson Club GmbH (Німеччина), Grupo Sol Melia (Іспанія), тощо [7; 40; 45].

Прикладами транснаціональних корпорацій є найбільші туроператори світу, такі як: Touristik Union International – TUI (Німеччина), Adventures by Disney (США), Emirates Holidays (Об'єднані Арабські Емірати), Thomas Cook Tours (Великобританія) тощо. У сфері транспорту також створюються глобальні альянси, до яких одна і та ж компанія може входити в декілька, їх прикладами в сфері авіаперевезень є асоціації «Star Alliance» (27 авіакомпаній), «SkyTeam» (13 авіакомпаній) та "oneworld" (12 авіакомпаній) тощо [7; 40; 45].

На сферу міжнародного туризму також впливає розвиток інформаційних технологій, які дозволяють отримувати необхідну інформацію в режимі реального часу. Використовуються глобальні системи дистрибуції, бронювання та бронювання (Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan тощо), а також поширюється використання електронної комерції для спрощення процесу купівлі та продажу туристичних продуктів.

Створення готельних мереж, міжнародних туристичних агентств, асоціацій авіакомпаній, поширення електронної комерції та глобальних систем розподілу і бронювання також призвели до неминучого впливу процесу глобалізації на міжнародні відносини і, як наслідок, до необхідності керувати туристичною діяльністю на міжнародному рівні. У цьому контексті виникає ще одна перевага процесу глобалізації – створення глобального суспільства – розширення наукових, соціальних, екологічних і культурних зв'язків між країнами (ЮНВТО, СОТ, ООН, ОЕСР).

У результаті міжнародного співробітництва сформульовано багато декларацій, норм і положень щодо діяльності та розвитку туризму (Декларація прав людини, Манільська та Стокгольмська декларації, резолюції Генеральної Асамблеї СОТ та ін.). Своєрідним підсумком усіх цих документів є Глобальний етичний кодекс туризму, затверджений у Сантьяго в жовтні 1999 р. [7; 21].

Глобальний етичний кодекс туризму визначає керівні принципи сталого розвитку світового туризму. Він містить 10 пунктів і обговорює внесок туризму в розуміння та повагу між людьми, фактори сталого розвитку туризму, використання туристичних ресурсів, корисну співпрацю, а також обов'язки та права учасників туристичного процесу та свободу туристичних подорожей.

Розвиток міжнародного співробітництва у сфері світового туризму призвів до спрощення туристичних процедур, спроб стандартизації готелів і ресторанів і сфери туризму, а також забезпечує нормативно-правову базу для сталого розвитку світового туризму.

До глобалізаційних чинників, які в подальшому впливатимуть на туристичну сферу слід віднести:

- 1) глобальна пандемічна та економічна кризи поступово відходять і купівельна спроможність зростає, що призведе до збільшення можливостей подорожувати;
- 2) зміна стереотипів поведінки та популяризація туристичної культури серед споживачів;
- 3) зниження витрат на транспортування та електроенергію для закладів розміщення завдяки зниженню цін на нафту та енергоносії і відтак зниження вартості туристичних послуг;
- 4) лібералізація та умовна «ліквідація кордонів» і будь-яких інших бюрократичних перешкод для пересування та подорожей між багатьма країнами;
- 5) роботизація та автоматизація процесів, використання штучного інтелекту призведе до вивільнення основного доходу для великої кількості людей, але при цьому залишиться достатньо вільного часу для туризму та

подорожей;

6) розвиток інформаційних технологій, що призведе до збільшення кількості он-лайн бронювань турів, закладів розміщення, транспортних квитків і, відповідно, спростить прийняття рішень про подорожі та знизить вартість послуг (Комп'ютеризовані системи бронювання (CRS) або Глобальні системи розподілу (GDS));

7) розвиток технології блокчейн створює умови для справді вільного та конкурентного ринку дистрибутивного туризму;

8) реалізація геополітичних та транскордонних гуманітарних проектів з об'єднання країн у єдиний економіко-політичний та соціально-гуманітарний простір (ЄС, СНД, BRI тощо);

9) глобальні інфраструктурні проекти (будівництво залізниць Таїланд-Китай, будівництво Балтійської швидкісної залізниці, що сполучає столиці країн Балтії, будівництво залізниць Китай-Киргизстан-Україна та ін.);

10) фінансова інтернаціоналізація – запровадження єдиної валюти (євро, долар США) та єдиної системи безготівкових розрахунків (Visa, Mastercard, Pay Pal) приносить зручність подорожей;

11) розвиток транснаціональних корпорацій, що призводить до трудової міграції та швидких і неминучих змін у характеристиках людської свідомості та поведінки, подорожі та туризм стали необхідністю та займають важливе місце в житті сучасних людей;

12) поширення “економіка вражень”. Споживачам недостатньо задовольнити свої основні потреби. Їм також потрібні емоції, споживання нових вражень і залишення власних оцінок іншим споживачам.

Інший засіб глобальної транснаціоналізації туризму лежить на рівні взаємовідносин між транснаціональними та місцевими фірмами, особливо під час економічних криз. Саме місцеві фірми, а не транснаціональні філії більш вразливі до браку фінансування. Той факт, що ТНК отримують часткові вливання капіталу від своїх материнських компаній, підтверджує важливість

внутрішніх ринків капіталу ТНК у подоланні фінансових обмежень, які заважають місцевим компаніям після валютної кризи.

Тому матеріальною основою глобальної інституціоналізації ринку туристичних послуг є транснаціоналізація туризму в різних країнах. Беручи до уваги класичну теорію суспільного продукту, розрізняємо фази виробництва та реалізації туристичних послуг. При цьому ми чітко уточнюємо прояви транснаціоналізації на кожному етапі відтворювального процесу (наприклад, у виробництві ця форма полягає у посиленні стандартизації та уніфікації туристичних послуг і збільшенні концентрації транснаціональних компаній, капіталізація туристичного сектору, розширення інвестиційної діяльності туристичних операторів; з точки зору розподілу – перерозподіл транснаціональних чинників виробництва на користь індустрії туризму; з точки зору споживання – інтернаціоналізація фондів споживання туристичних послуг, стандартизація світового споживчого попиту).

Основними принципами функціонування національного туризму в глобальному середовищі є конкурентоспроможність, відкритість, лібералізація режиму туристичних потоків у глобальному туристичному просторі, глобальна мобільність туристів, міжкультурна взаємодія.

1.3. Методика дослідження індустрії туризму в умовах глобалізації

Основними підходами чи методами дослідження туризму є: аналітичний, просторовий, хронологічний (часовий), формально-логічний, географічний та культурологічний. При цьому використовуються матеріали, методи та методичні прийоми також і з інших дисциплін: історії, географії (комплексної та проблемної), політології, культурології тощо. Так, наприклад, багато рис сучасного обличчя країни, своєрідність її традицій, мистецтва, мови та народної творчості визначаються особливостями її історичного розвитку, тому історична частина стає обов'язковою. Особливості туризму, поняття, використання термінології та деякі методи історичного дослідження є необхідними складовими вивчення туризму в країні.

Методичною базою дослідження туристичної індустрії України в умовах глобальних викликів стали: діалектичний метод пізнання, аналогія, аналіз, синтез, індукція, дедукція.

Темами туристичних досліджень можуть бути: взаємозв'язок та взаємовплив туристичного бізнесу з готельними комплексами і транспортними послугами, національні та світові моделі соціально-економічного розвитку. В даній кваліфікаційній роботі предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні аспекти управління розвитком туристичної індустрії в умовах глобальних викликів.

Методика дослідження туристичної індустрії України в умовах глобальних викликів включала: аналіз теоретичних і концептуальних засад дослідження, вивчення міжнародного та вітчизняного досвіду, збір та опрацювання статистичних даних, аналізування сучасних тенденцій та проблем розвитку, а також глобальних викликів для туристичної індустрії України, розробка пропозицій щодо розвитку національної туристичної індустрії в контексті глобальних тенденцій та викликів.

Проблематика дослідження діяльності суб'єктів туристичного бізнесу в умовах глобалізації є достатньо складною. Воно вимагає поступового всебічного і об'єктивного розгляду всіх його основних сторін. В дослідженні був застосований підхід до оцінки діяльності суб'єктів туристичної індустрії в умовах глобальних тенденцій і викликів за рахунок таких складових: аналіз структури і динаміки розвитку туристичної індустрії України; оцінка впливу глобальних викликів на розвиток туризму в Україні; аналізування впливу діяльності суб'єктів туристичної діяльності на навколишнє середовище.

Застосування даної методології дослідження дозволило зробити оцінювання сучасного стану розвитку та глобальних викликів для туристичної індустрії України, з'ясувати вплив глобальних викликів на розвиток туризму в Україні та розробити шляхи розвитку національної туристичної індустрії в контексті глобальних тенденцій та викликів.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз структури і динаміки розвитку туристичної індустрії України

Згідно даних Державної служби статистики України у 2020 р. налічувалося 3 867 суб'єктів туристичної діяльності, з яких туроператорів – 452, турагентів – 3 415, з них – 1 109 юридичних осіб і 2 306 – фізичних осіб, у порівнянні з 2018 р. кількість туроператорів та турагентів за областями України скоротилася на 5,5 %, порівняно з 2019 р. – на 12,9% (рис. 2.1).

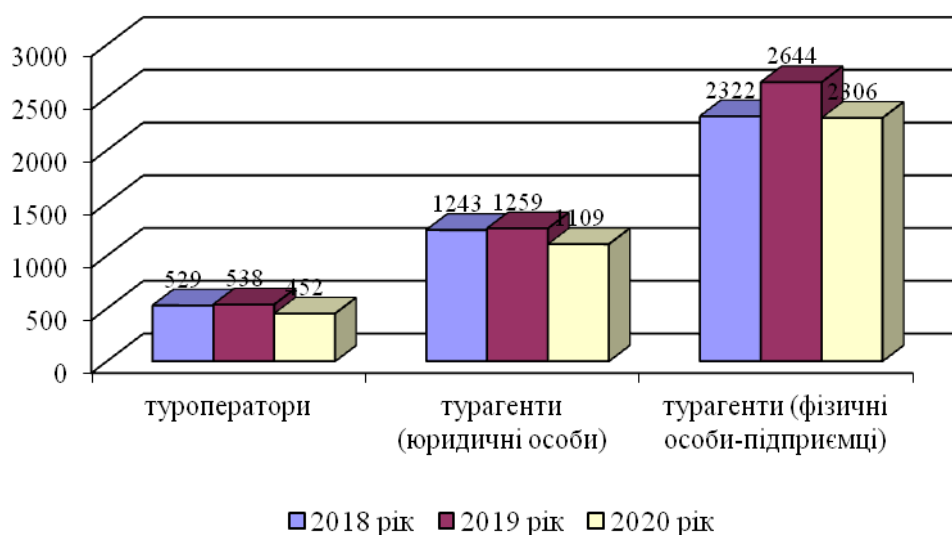


Рисунок 2.1 – Структура та динаміка суб'єктів туристичної індустрії України, 2018-2020 рр.

Джерело: складено автором на основі [34]

Найвища питома частка туроператорів спостерігається у Львівській та Одеській областях і в м. Києві. Найбільша питома частка турагентів знаходиться у Дніпропетровській та Одеській областях. Загальна динаміка туроператорів і турагентів має тенденцію до зменшення.

Динаміка розвитку туристичної галузі в останні роки зображена в табл. 2.2. і табл. 2.3. Як ми бачимо з наведених даних, зростання кількості туристів, яке відбувалося з 2015 по 2019 рр., змінилося різким обвалом у 2020 р.

Існує кілька факторів, які стримують розвиток туризму в Україні:

– українські готелі, перевізники та туристичні оператори не можуть створювати постійні партнерські відносини, як іноземні гравці ринку. Тож немає додаткової вигоди від “гуртових” знижок, спеціальних пропозицій і покращеного обслуговування;

– низька якість послуги щодо її вартості. В Україні практично неможливо отримати такий же сервіс, як у Туреччині, за ті ж гроші;

– дуже мало готелів в Україні здатні прийняти туристів і забезпечити ту кількість “зірок”, яку вони офіційно мають. Загалом туризм в Україні дуже незначний порівняно з сусідами. Наприклад, польське місто Краків приймає 14 мільйонів туристів на рік. Для порівняння, Львів, Україна, приймає трохи більше 2 мільйонів гостей на рік;

– чистота пляжів, безпека, якість доріг і вода у водоймах – все це в Україні загалом поступається популярним закордонним курортам;

– порівняно з іншими країнами регіону, Україна має набагато гірший клімат для інвестицій у туризм.

Значна частина туристських об’єктів є сьогодні невідомими як для українців так і іноземних туристів. Причиною є відсутність необхідного та належно облаштованого сполучення, а також погана якість транспортної інфраструктури. Велика кількість культурних пам’яток та історичних місць потребують коштів для їх реставрації або реконструкції. Державна підтримка таких процесів в Україні не є достатньою.

Таблиця 2.2 – Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України, 2018-2020 рр., осіб

| Показник | Громадяни України | | | Іноземці | | |
|-----------------------------------|-------------------|----------------------------|-------------|----------|----------------------------|-------------|
| | усього | у тому числі обслуговувані | | усього | у тому числі обслуговувані | |
| | | туроператорами | турагентами | | туроператорами | турагентами |
| 2018 рік | | | | | | |
| <i>Юридичні особи</i> | | | | | | |
| Кількість обслуговуваних туристів | | | | | | |
| без екскурсантів – усього | 3884682 | 2309523 | 1575159 | 72941 | 41815 | 31126 |
| у тому числі подорожуючих: | | | | | | |
| в межах України | 376569 | 280721 | 95848 | x | x | x |
| за кордоном | 3508113 | 2028802 | 1479311 | x | x | x |
| <i>Фізичні особи-підприємці</i> | | | | | | |
| Кількість обслуговуваних туристів | | | | | | |
| без екскурсантів – усього | 402868 | x | 402868 | 191 | x | 191 |
| у тому числі подорожуючих: | | | | | | |
| в межах України | 35082 | x | 35082 | x | x | x |
| за кордоном | 367595 | x | 367595 | x | x | x |
| 2019 рік | | | | | | |
| <i>Юридичні особи</i> | | | | | | |
| Кількість обслуговуваних туристів | | | | | | |
| без екскурсантів – усього | 5236249 | 3096219 | 2140030 | 83703 | 37896 | 45807 |
| у тому числі подорожуючих: | | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|-------|------|------|
| в межах України | 449655 | 336484 | 113171 | x | x | x |
| за кордоном | 4786594 | 2759735 | 2026859 | x | x | x |
| Фізичні особи-підприємці | | | | | | |
| Кількість обслуговуваних туристів | | | | | | |
| без екскурсантів – усього | 809008 | x | 809008 | 3137 | x | 3137 |
| у тому числі подорожуючих: | | | | | | |
| в межах України | 70736 | x | 70736 | x | x | x |
| за кордоном | 738272 | x | 738272 | x | x | x |
| 2020 рік | | | | | | |
| Юридичні особи | | | | | | |
| Кількість обслуговуваних туристів | | | | | | |
| без екскурсантів – усього | 1957410 | 1957410 | 544559 | 11773 | 8369 | 3404 |
| у тому числі подорожуючих: | | | | | | |
| в межах України | 187530 | 128829 | 58701 | x | x | x |
| за кордоном | 1758107 | 1275653 | 482454 | x | x | x |
| Фізичні особи-підприємці | | | | | | |
| Кількість обслуговуваних туристів | | | | | | |
| без екскурсантів – усього | 402868 | x | 402868 | 191 | x | 191 |
| у тому числі подорожуючих: | | | | | | |
| в межах України | 35082 | x | 35082 | x | x | x |
| за кордоном | 367595 | x | 367595 | x | x | x |

Джерело: розраховано автором на основі [34]

«Відпочинок вихідного дня» власним транспортом сьогодні в моді. Часто споживачі обирають коротші терміни подорожей та перебування на самоті.

З огляду на це, проблемами розвитку туризму в Україні є: відсутність інформації про привабливі туристичні об'єкти окремих регіонів України, у тому числі на міжнародному туристичному ринку; недостатня реклама, щоб викликати інтерес у відвідувача; низький рівень розвитку туристичної інфраструктури; недостатній розвиток туризму та розваг; екологічні питання та ін.

Таблиця 2.3 – Динаміка та структура туристичних потоків в Україні, 2018-2020 рр.

| Показник | Роки | | | Відхилення, 2020 р. до 2018 р. | |
|------------------------------|---------|---------|---------|--------------------------------|------|
| | 2018 | 2019 | 2020 | +;- | % |
| <i>Юридичні особи</i> | | | | | |
| Кількість туристів | 3957623 | 5319952 | 1957410 | - 2000213 | 49,5 |
| з них: | | | | | |
| в'їзних (іноземних) туристів | 72941 | 83703 | 11773 | -61168 | 16,1 |
| виїзних туристів | 3508113 | 4786594 | 1758107 | -1750006 | 50,1 |
| внутрішніх туристів | 376569 | 449655 | 187530 | -189039 | 49,8 |
| <i>Фізичні особи</i> | | | | | |
| Кількість туристів | 599824 | 812145 | 402868 | -196956 | 67,2 |
| з них: | | | | | |
| в'їзних (іноземних) туристів | 3004 | 3137 | 191 | -2813 | 6,4 |
| виїзних туристів | 516590 | 738272 | 367595 | -148995 | 71,2 |
| внутрішніх туристів | 80230 | 70736 | 35082 | -45148 | 43,7 |

Джерело: розраховано автором на основі [34]

Основні показники діяльності суб'єктів туристичної індустрії за досліджуваний період, 2019-2020 рр., подано в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Основні показники діяльності суб'єктів туристичної індустрії України, 2019-2020 рр., млн грн

| Показник | Роки | | Відхилення 2020 р. до 2019 р. | |
|---|----------|----------|----------------------------------|-------|
| | 2019 | 2020 | + - | % |
| Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) | 21 069,3 | 31 948,7 | 10 879,4 | 151,6 |
| У тому числі від екскурсійної діяльності | 89,2 | 113,7 | 24,5 | 127,5 |
| Сума комісійних, агентських і інших винагород | 969,6 | 1 086,1 | 116,5 | 112,0 |
| Операційні витрати | 17 925,9 | 19 060,6 | 1 134,7 | 106,3 |
| У тому числі: - матеріальні витрати; | 14 386,9 | 14 784,7 | 397,8 | 102,8 |
| - витрати на оплату праці; | 567,1 | 649,2 | 82,1 | 114,5 |
| - відрахування на соціальні заходи; | 123,3 | 146,7 | 23,4 | 119,0 |
| - суми нарахованої амортизації; | 729,8 | 89,0 | -640,8 | 12,2 |
| - інші операційні витрати | 2 118,7 | 3 391,1 | 1 272,4 | 160,1 |

Джерело: розраховано автором на основі [34]

Як видно з табл. 2.2. дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) за 2019-2020 рр. зріс на 51,6 % або на 10 879,4 млн грн і, зокрема, від екскурсійної діяльності – на 27,5 % або на 24,5 млн грн. Комісійні, агентські та інші винагороди зросли на 12 % або на 116,5 млн грн.

Щодо фізичних осіб-підприємців дохід від надання їх послуг у 2019-2020 рр. відображено на рис. 2.2.

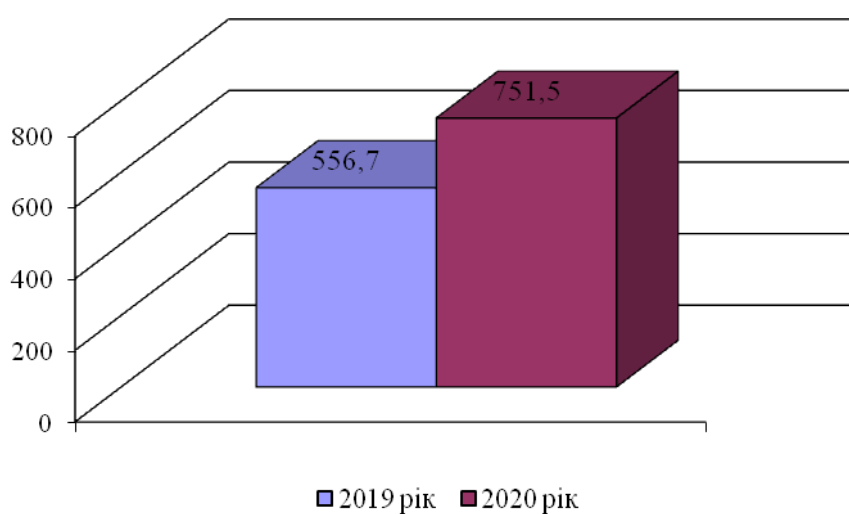


Рисунок 2.2 – Дохід від надання туристичних послуг фізичних осіб-підприємців, 2019-2020 рр., млн грн

Джерело: складено автором на основі [34]

Як бачимо з рис. 2.2. дохід від надання туристичних послуг фізичними особами-підприємцями за досліджуваний період зріс на 194,8 млн грн. або на 35 %.

Внесок туризму в сукупну пропозицію товарів і послуг в межах національної / регіональної економіки України відображено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Валова додана вартість в туристичній індустрії України, 2018-2020 рр.

| Показник | 2018 рік | | 2019 рік | | 2020 рік | |
|---|----------------|------|----------------|-------|--------------|-------|
| | тис грн | % | тис грн | % | тис грн | % |
| Валова додана вартість, що створюється в галузях туризму | 412 498 376,51 | 11,6 | 502 202 848,27 | 12,62 | 534947632,15 | 12,60 |
| Валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі (в основних цінах) | 173 749 626,99 | 4,9 | 195 687 259,17 | 4,92 | 165125166,98 | 3,91 |

Джерело: складено автором на основі [34]

Як видно з табл. 2.3. валова додана вартість, що створюється в туристичній індустрії України склала у 2020 р. 534, 9 млрд грн, що на 122, 4 млрд грн більше у порівнянні з 2018 р. і на 32,7 млрд грн більше у порівнянні з 2019 р.

Рентабельність діяльності суб'єктів туристичної індустрії України за 2019-2020 рр. подано в табл. 2.4.

Як видно з табл. 2.4 рентабельність суб'єктів туристичної індустрії України за 2018-2020 рр. має тенденцію до погіршення. Найнижча рентабельність спостерігається по: готелях та подібних засобах тимчасового розміщення – (-28,5); ботанічних садах, зоопарках і природних заповідниках – (-19,6); атракціонах і тематичних парках – (-16,5); туристичних операторах – (-11,0).

На початку 2021 р. в Україні спостерігалось зростання чисельності в'їзних іноземних туристів, а також українці частіше подорожували своєю країною. У 2022 р. вітчизняна туристична індустрія увійшла з надіями та очікуваннями на зростання, але цьому не судилося. Вже на початку 2022 р. зі сходу почали надходити погані новини. Посольства іноземних країн почали

переїзд на Західну Україну або ж за кордон. Міжнародні авіакомпанії почали припиняти авіасполучення з Україною. 24 лютого 2022 року в Україні почалася повномасштабна війна.

Таблиця 2.4 – Рентабельність суб'єктів туристичної індустрії України, 2018-2020 рр., %

| Вид економічної діяльності | Роки | | |
|---|-------|------|-------|
| | 2018 | 2019 | 2020 |
| Пасажирський авіаційний транспорт | - | 2,5 | -14,6 |
| Готелі та подібні засоби тимчасового розміщення | 22,3 | 25,5 | -28,5 |
| Ресторани | 4,1 | 5,9 | 1,5 |
| Туристичні оператори | -0,2 | -0,9 | -11,0 |
| Туристичні агентства | 4,4 | 7,9 | -5,0 |
| Надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність | 3,4 | 5,8 | -8,2 |
| Театральна та концертна діяльність | -3,0 | -3,8 | -5,5 |
| Функціонування ботанічних садів, зоопарків і природних заповідників | -29,5 | - | -19,6 |
| Оренда автомобілів | 18,2 | 12,3 | 76,0 |
| Функціонування атракціонів і тематичних парків | 8,1 | 44,1 | -16,5 |

Джерело: складено та розраховано автором на основі [34]

Мільйони людей опинилися внутрішньо переміщеними особами або біженцями. Військові дії, які сьогодні відбуваються в Україні, повністю змінили життя громадян цієї країни. Багато підприємств закрилося, у тому числі зі сфери туризму. Окремі туроператори почала працювати з територій інших країн, зокрема Польщі та країн Балтії.

Ще в гіршій ситуації опинилися туристичні агентства, оскільки вони є лише посередниками між туроператорами та туристами, а витрати на їхню роботу сьогодні залишаються дуже високими. Ті туристичні фірми, які не

припинили свою діяльність, продовжують сплачувати податки зі своїх заощаджень з попередніх років, і на сьогодні майже не отримують прибутків.

Попит на туризм у 2022 р. склав 10% від аналогічного періоду 2021 р. Популярним серед українців є відпочинок за кордоном, зокрема у Болгарії, Туреччині, Єгипті та країнах Балтії.

Як повідомляє Державне агентство розвитку туризму у 2022 р. суб'єктами туристичної індустрії України сплачено на 25,7% менше податкових платежів, ніж за аналогічний період 2021 р. Найбільше доходів до державного бюджету у 2022 р. сплатили готелі та санаторії – майже 461 млн грн. Серед міст України лідерами по сплаті податків було м. Київ, а також Львівська, Івано-Франківська, Київська та Одеська області.

Незважаючи на війну, за перші шість місяців 2022 р. сума сплаченого суб'єктами господарювання туристичного збору склала 89 млн 420 тис грн, що більше на 28,8 % у порівнянні з відповідним періодом 2021 р. (рис. 2.3).

Найбільші прирости туристичного збору в першому півріччі 2022 р. були зафіксовані в західних областях України.

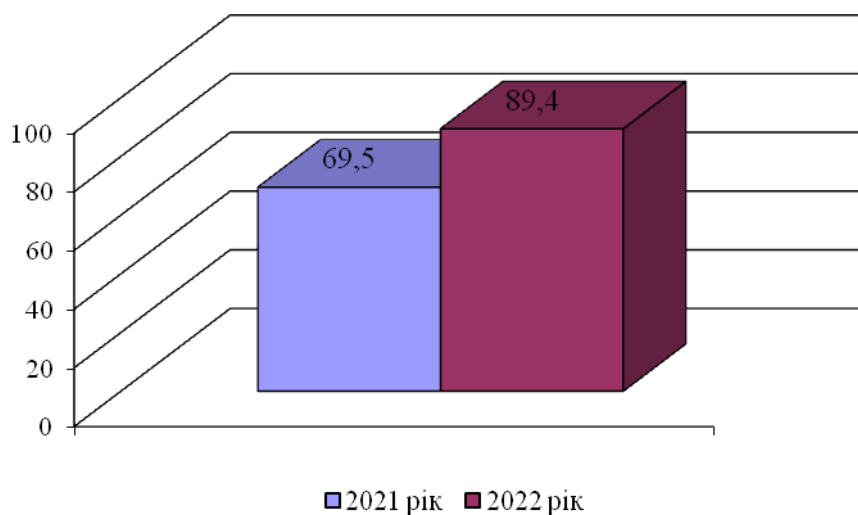


Рисунок 2.2 – Туристичний збір України, 2021-2022 рр., млн грн

Джерело: побудовано автором на основі [35]

У контексті дослідження особливостей розвитку туристичного ринку України хотілося б зупинитися на привабливості її західного регіону. Регіон має багато необхідних передумов для всебічного розвитку національного туристичного ринку. Є ряд чинників, що підвищують туристичну активність у даному регіоні (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Чинники, які впливають на туристичну активність у Західному регіоні України

| Область | Чинники привабливості |
|----------------------|--|
| 1. Закарпатська | Мінеральні води; бальнеологічні курорти; культурні пам'ятки; унікальні природно-кліматичні умови. |
| 2. Івано-Франківська | Етнографічні туристичні місця; унікальні гірські краєвиди; особлива гуцульська культура; естетичні природні ландшафти. |
| 3. Львівська | Історично-архітектурні пам'ятки; галицький колорит; пам'ятки фольклору; лікувально-мінеральні води. |
| 4. Тернопільська | Унікальні природні печери; старовинні замки, релігійні споруди; паломницький відпочинок. |
| 5. Чернівецька | Заповідники, заказники; релігійні споруди; історичні та архітектурні пам'ятки. |

Джерело: побудовано автором

Можна з упевненістю сказати, що Західний регіон є одним із найперспективніших туристичних регіонів на туристичному ринку України. Тому в цьому контексті все більшого значення набувають нові підходи до управління туризмом. Доцільно розробляти нові туристичні маршрути та рекреаційні зони, аналізувати природні та територіальні ресурси для подальшого розвитку туризму та відпочинку на території.

Таким чином, існують значні передумови для розвитку туристичної індустрії України, але, водночас, є багато стримуючих факторів. Основними причинами негативного впливу на досліджуваний ринок є війна в країні та страх іноземних туристів відвідувати Україну, нерозвинена на належному рівні туристична інфраструктура, низька купівельна спроможність українського населення. В той же час, як свідчать статистичні дані, в нашій

країні є належна матеріально-технічна база для надання професійних туристичних послуг.

2.2. Оцінка впливу глобальних викликів на розвиток туризму в Україні

Глобалізація є об'єктивним, неминучим і водночас одним із суперечливих процесів у сучасному суспільстві.

Характер глобальних відносин України зі світом є одним із найважливіших і водночас найскладніших питань її сучасного розвитку.

Незалежно від політичної лінії України зовнішні глобальні виклики «форматують» внутрішній простір країни. Економіка, політика, екологія, релігія, інформація, безпека та багато інших ключових сфер національного розвитку давно перестали бути вузьконаціональними.

Низка подій, які пережила Україна, та кроків, які вона зробила, сприяли поступовому входженню країни в глобалізований економічний простір. Так, важливим чинником її прагнення до інтеграції стало надання Україні США та Європейським Союзом статусу країни з ринковою економікою у 2005 р. Найважливішими інтеграційними заходами України є: у 2008 р. Україна вступила до Світової організації торгівлі (СОТ), в 2014 р. підписала Угоду про Асоціацію з Європейським Союзом, у 2017 р. запровадила безвізовий режим з країнами ЄС.

Можна виділити наступні особливості туристичної індустрії України в контексті глобалізаційних процесів:

1) перевага виїзного туризму над в'їзним, що означає, що в конкурентному просторі глобалізації Україна діє більше як ринок для споживачів (туристів і прихованих трудових іммігрантів), ніж як експортер туристичних послуг;

2) псевдо виїзний туризм, за яким стоїть масштабний імміграційний процес (2015-2017 рр. понад 2 млн громадян виїхали з України на роботу за

кордон);

3) лібералізація візового режиму із західними країнами та дуже неліберальний візовий режим із країнами Сходу, зокрема з тими, де ВВП на душу населення значно вищий, ніж в Україні;

4) недостатня кількість інфраструктурних проєктів (гучно анонсовані транснаціональні проєкти, такі як будівництво автомагістралі Будапешт-Чоп, «Гданськ-Одеса», ще в розробці);

5) ціни на авіаперевезення в Україні відносно високі порівняно зі світовими, що пов'язано з неприродною монополією українського авіаринку;

6) низька заробітна плата в країні створює конкурентні умови для розвитку міжнародного в'їзного туризму в Україні.

Головними перевагами глобалізації є те, що вона дозволяє туристичним фірмам здійснювати економії на масштабі виробництва турпродукту за рахунок стандартизації товарів і послуг, використовувати переваги світового маркетингу.

Проте в умовах глобалізації можуть проявлятися й деструктивні наслідки, які можуть призвести до розриву внутрішніх традиційних зв'язків, деградації неконкурентоспроможних галузей, загострення соціальних проблем.

На нашу думку, до глобалізаційних викликів, які сьогодні негативно впливають на розвиток туристичної індустрії України слід віднести:

- війну, неспокій, політичну нестабільність;
- епідемію Covid 19;
- природні катаклізми та катастрофи;
- злочинність.

У 2020 році розвиток сфери послуг, у тому числі туризму в Україні та всьому світі, стикається з серйозними викликами – кризою, пов'язаною з глобальним поширенням нового смертельного вірусу COVID-19. Глобальна криза, викликана пандемією завдала значної шкоди багатьом секторам економіки, але найбільше постраждали сфера послуг і туризм.

На розвиток туристичної індустрії негативно вплинули як прямі, так і непрямі обмеження. Прямі обмежувальні заходи включали карантинні заходи, закриття кордонів, заборони на відвідування різноманітних туристичних об'єктів, скасування авіарейсів, які призвели до зменшення кількості в'їзних, виїзних та внутрішніх туристів. До непрямих обмежень, що негативно вплинули на розвиток туризму, відносяться всі заходи, що вживалися в інших сферах, пов'язаних з туризмом, таких як готелі, громадське харчування, транспорт, санітарно-гігієнічні та медичні установи, заклади розваг.

Щоб запобігти поширенню інфекції, спричиненої COVID-19, країни світу вводили запобіжні заходи, запроваджували карантинні обмеження, закривали кордони, забороняли скупчення людей та відвідування різноманітних установ. Це призвело до закриття великої кількості туристичних об'єктів та скорочення туристичних потоків, що призвело, у свою чергу, до погіршення фінансової ситуації туристичних підприємств та зменшення бюджетних надходжень.

За даними звітів UNWTO, міжнародні туристичні прибуття впали на 72% у період з січня по жовтень 2020 р. порівняно з тим самим періодом 2019 р. [47]. Причиною стало повільне стримування вірусу, низька довіра мандрівників та обмеження, пов'язані з COVID 19.

З 20 квітня 2020 р. Україна ввела обмеження на в'їзд на 100% іноземних напрямків. Подібна ситуація склалася і всередині країни, де карантинні обмеження також негативно вплинули на внутрішні подорожі. Така ситуація призвела до закриття великої кількості турфірм в Україні, які не вистояли в умовах картинних обмежень.

24 лютого 2022 року почалася повномасштабна збройна агресія росії проти України, наслідки якої не лише спричинили велику кількість жертв, а й завдали значних збитків інфраструктурі та економіці, особливо туристичній галузі. Немає розвитку внутрішнього туризму, натомість є міграція мільйонів людей всередині країни, масовий виїзд громадян України за кордон не має

нічого спільного з туризмом. Війна спустошила туризм, порушила фінансові, енергетичні та продовольчі ринки і викликала шалену інфляцію по всьому світу. Туризм у центральній, східній та південній Україні повністю зупинився.

Російсько-українську війна завдала туризму величезних втрат, як в Україні, так і за кордоном. Експерти прогнозують, що війна найбільше вплине на туризм на Близькому Сході, у Туреччині, Німеччині та Греції. Цей наслідок пов'язаний в основному не з політичними причинами, а через підвищення цін на природні ресурси, такі як газ і нафта, і в той же час ціни на туристичні послуги також зростуть [25].

Війна торкнулася туристичної індустрії України, яка лише почала набирати обертів після двох років протиепідемічних обмежень. Першим поштовхом стало те, що західні авіакомпанії відмовили в польотах в Україну. Потім пішли занепокоєння, а потім і заборона авіаційним перевізникам літати в українському повітряному просторі. Тоді питання вдалося вирішити на державному рівні, але ненадовго, бо за тиждень почалося повномасштабне вторгнення [12].

Варто зазначити, що сучасна сфера туризму в Україні має такі особливості: управління туристичним бізнесом більше орієнтоване на волонтерські послуги, а центри туризму перетворюються на гуманітарні чи волонтерські штаби, на туристичних маршрутах необхідно встановлювати бомбосховища чи інші захисні споруди; пляжі та походи неможливі через триваючі військові дії та наявність мінних полів, які, як очікується, будуть розмінюватися ще багато років після війни [14].

Водночас, в Україні під час війни не має абсолютно безпечних територій, що безпосередньо має негативний вплив на туристичну привабливість країни. Через підвищений ризик військових дій та порушення авіасполучення, регулярні масовані обстріли та ракетні удари, серйозно пошкоджену інфраструктуру іноземні туристи не мають ані можливості, ані бажання відвідувати Україну. Внутрішній туризм України має також

серйозну кризу пов'язану з міграцією людей із небезпечних районів у більш безпечні замість того, щоб їхати в інші частини України з туристичною метою.

Українська туристична галузь зараз втрачає великі гроші. 13 із 24 областей України майже повністю припинили діяльність туристичного бізнесу [26].

Наразі експерти KSE за допомогою ресурсу «росія заплатить» найбільш ретельно збирають та опрацьовують втрати української економіки через війну з росією. Станом на 13 червня 2022 року загальні прямі збитки знищених об'єктів туризму склали 400 мільйонів гривень, з яких 28 знищено та 21 пошкоджено.

Проте, незважаючи на втрати українського туризму через війну, за перші чотири місяці 2022 р. туристичний збір склав 64 млн 611 тис. грн, збільшившись майже на 65% порівняно з аналогічним періодом 2021 р., коли до бюджету надійшло 39 млн. 206 тис. грн. Порівняно з відповідним періодом 2021 р. найбільший приріст зафіксовано у Львівській області – 268% (до бюджету надійшло 11 млн 463 тис. грн.). У Закарпатській області туристичний збір зріс на 144% до 6 млн 212 тис. грн. Хмельницька область залучила до бюджету 1 мільйон 447 тис. грн. Івано-Франківська область внесла до бюджету майже 6 млн грн, збільшивши збори на 48%. У районах, де велися або ведуться бойові дії, а також на окупованих територіях спостерігається значне зниження туристичного збору. У Миколаївській області туристичні збори знизили на 63%, у Луганській – на 60%, у Сумській – на 48%, у Херсонській – на 46%, у Запорізькій – на 41% [33].

Одним із найважливіших глобальних факторів, що впливають на розвиток внутрішнього та міжнародного туризму, є добробут населення. Існує чіткий зв'язок між тенденціями туризму, загальним економічним розвитком та індивідуальними доходами громадян. Ринок туризму дуже чутливий до економічних змін. Якщо з кожним роком доходи громадян

зростатимуть, це призведе до більш інтенсивної туристичної діяльності та збільшення кількості туристичних послуг у населення.

За офіційною статистикою, у 2021 р. відсоток зайнятого населення в Україні по відношенню до всього населення країни склав – 36,3%, а по відношенню до економічно активного населення – 89,7%.

Проте сьогодні важко відповісти на запитання про кількість безробітних, адже наразі жодна державна установа не знає, скільки українців живе в країні. Як правило, ці цифри збирає Державна служба статистики України, але після 24 лютого такі дослідження не проводилися.

Майже 13 мільйонів людей покинули Україну після початку війни, 8,12 мільйона повернулися, а 4,77 мільйона отримали тимчасовий захищений статус у країнах ЄС, повідомили в ООН.

Однак навіть ці дані не дають повної картини ситуації. До них, зокрема, не входять люди виселені окупантами до Росії.

Внаслідок агресії Російської Федерації було знищено багато підприємств, у тому числі великих промислових об'єктів. За даними Європейської Бізнес Асоціації, 53% її членів обмежили роботу, а 3% припинили роботу. У результаті 15% опитаних асоціацією компаній звільнили працівників або відправили їх в неоплачувану відпустку.

Очевидно, що кількість безробітних значно зросла, але держава "бачить" далеко не всіх. За даними Національної служби зайнятості, за січень-листопад статус безробіття отримали 544 тис. українців, що на 16% менше порівняно з відповідним періодом 2021 року.

У листопаді цього року офіційно безробітними були 215 тис. осіб – на 18% менше, ніж за той самий час 2021 року та на третину менше, ніж на 1 березня 2022 року.

Щоб зрозуміти причини цього парадоксу, необхідно розрізняти осіб, які втратили роботу, безробітних осіб і офіційно зареєстрованих безробітних.

Згідно з методологією Міжнародної організації праці (МОП), безробітним вважається особа у віці 15-70 років, яка активно шукає роботу

протягом щонайменше чотирьох тижнів або планує почати роботу протягом наступних двох тижнів.

Міністерство економіки оцінило кількість безробітних у 2,6 мільйона осіб. У цифру не входять люди, які перебувають за кордоном або на тимчасово окупованій зоні.

Міжнародна організація праці дала більш песимістичну оцінку. Вони стверджують, що рівень зайнятості в Україні у 2022 р. був на 15,5% нижчим, ніж у 2021 р. Іншими словами, безробітними стали на 2,4 млн осіб більше, ніж у 2021 р. Держкомстат назвав цифру в 1,7 млн.

Сподіватимемося, що українці зможуть жити на високому рівні життя в майбутньому. Тому можна передбачити, що основними елементами заповнення вільного часу будуть відпочинок, подорожі, мистецтво, культура.

Виходячи з вищевикладеного, слід шукати рішення існуючих проблем. Для цього потрібен чіткий план реформування туристичної галузі, а отже, переходу до сталого розвитку.

2.4. Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище

Туризм впливає на збереження й розвиток культурного потенціалу, сприяє гармонізації відносин між різними країнами та народами. Важливою функцією туризму є те, що він змушує уряди, громадські організації й комерційні структури брати активну участь у справі збереження й оздоровлення навколишнього середовища. З метою запобігання негативного впливу туризму на довкілля органи місцевого самоврядування, органи контролю, адміністрації природоохоронних установ постійно контролюють дотримання вимог природоохоронного законодавства, щоб не допустити перевищення рекреаційного навантаження і деградації природного середовища. Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище може бути як позитивним, так і негативним.

Позитивний вплив включає охорону і реставрацію пам'ятників природи, історії, культури, створення національних парків і заповідників, збереження лісів, захист рослинного і тваринного світу.

Негативний вплив, на жаль, більший, зокрема, це вплив на якість води в річках, озерах, морях і на якість повітря, зростання викидів шкідливих речовин транспортними засобами, самовільне розміщення тимчасових баз відпочинку, забруднення відходами навколишнього середовища, самовільне розпалювання вогнищ. Такі види туристичного відпочинку, як полювання, риболовля, збирання рослин, завдають значної шкоди живій природі і призводять до зменшення чисельності або навіть до повного зникнення фауни та флори певних територій. Зростання населення в туристських регіонах, будівництво нових туристичних потужностей потребує залучення якомога більшої кількості природних ресурсів, що, своєю чергою, збільшує навантаження на навколишнє середовище.

Із зростанням впливу всіх цих факторів запобігти забруднень довкілля та привести цінні природні території до належного стану можна лише шляхом залучення природоохоронних інвестицій. Проте за даними державної статистики, 2020 р. в Україні інвестиції переважно спрямовувалися на охорону і раціональне використання водних ресурсів – 35,5 %, атмосферного повітря і проблем змін клімату – 34,8 % та поводження з відходами – 15,5 %. Водночас, освоєні обсяги інвестицій на охорону і раціональне використання ресурсів рослинного і тваринного світу становили лише 0,3% усіх капітальних інвестицій природоохоронного призначення, що не відповідає сучасним вимогам формування сталого соціально-економічного розвитку країни.

Проблема впливу туризму на навколишнє середовище залишається дуже актуальною і потребує регулювання, підтримки та належного контролю з боку держави.

Закон „Про охорону навколишнього природного середовища” визначає правові, економічні та соціальні основи організації охорони навколишнього природного середовища в інтересах нинішнього і майбутніх поколінь.

У ст. 1 цього Закону зазначено, що завданням законодавства про охорону навколишнього природного середовища є регулювання відносин у галузі охорони, використання і відтворення природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки, запобігання і ліквідація негативного впливу господарської та іншої діяльності на навколишнє природне середовище, збереження природних ресурсів, генетичного фонду живої природи, ландшафтів та інших природних комплексів, унікальних територій та природних об'єктів, пов'язаних з історико-культурною спадщиною.

Повноваження місцевої адміністрації в галузі використання та охорони земель, природних ресурсів і охорони довкілля визначені в Законі України „Про місцеві державні адміністрації”. Відповідно до цього Закону, місцева державна адміністрація зобов'язана:

- розробляти та забезпечувати виконання затверджених у встановленому законом порядку програм раціонального використання земель, лісів, підвищення родючості ґрунтів, що перебувають у державній власності;

- розробляти, подавати на затвердження відповідної ради та забезпечувати виконання регіональних екологічних програм; звітувати перед відповідною радою про їх виконання; вносити до відповідних органів пропозиції щодо державних екологічних програм;

- вживати заходів до відшкодування шкоди, заподіяної порушенням законодавства про охорону довкілля підприємствами, установами, організаціями і громадянами;

- вносити пропозиції відповідним органам місцевого самоврядування щодо організації територій та об'єктів природно-заповідного фонду місцевого значення.

Протягом останніх десятиріч у різних країнах розроблено програми, орієнтовані на гармонізацію відносин між туризмом і природним середовищем. Серед них: зелений туризм, екотуризм, сталий туризм. На практиці ці альтернативні напрями туризму передбачають обмеження нового туристичного будівництва, пропагування екологічних видів транспорту, впровадження екологічних технологій для найбільш поширених форм туризму (відпочинковий, піший), а також підвищення екологічної свідомості туристів і місцевих жителів.

З метою обмеження шкідливого впливу традиційних видів туризму на довкілля експерти пропонують науково розроблені методики та обмежуючі заходи. Це створення “закритих” територій – національних парків, заповідників, заказників (їх кількість у світі на кінець 1980-х років становила понад 500 млн га); розробка методів регулювання туристичних потоків (введення квот на відвідання заповідних районів, вхід тільки для проінструктованих осіб, свідоме зменшення кількості під’їзних шляхів та утруднення доступу). Для боротьби з особливо гострою проблемою в туризмі – проблемою густоти туристичних потоків – експерти з планування у сфері туризму ввели поняття пропускну здатність та допустиме навантаження, серед яких виділяють: соціально допустиме навантаження (густина туристичних потоків, яка не зашкоджує нормальній життєдіяльності населення і самих туристів); фізично допустиме навантаження (достатня кількість місць у транспорті, засобах розміщення, пляжних площ тощо); допустиме навантаження на довкілля (наприклад, здатність природного середовища природнім шляхом переробляти стічні води, здатність природних об’єктів до самовідновлення тощо). Так, на думку експертів організації “Кіпріотські друзі землі”, максимально допустиме співвідношення між кількістю місцевого населення і туристів у сезон не повинно переважати 6:1, що досить часто порушується в популярних курортних центрах світу. Пляжні території, на думку експертів різних організацій, повинні плануватися з розрахунку від 5 до 25 м² на людину тощо.

Усі техніки, які пропонуються для зменшення негативного впливу туризму на довкілля на регіональному й національному рівнях, можна поділити на дві групи:

- макротехніки, пов'язані з плануванням об'єктів у туристичній зоні та зв'язків між ними;
- мікротехніки, пов'язані з управлінням потоками людей у самій зоні.

Макротехніки, серед яких політика “розкидання” або політика “горщиків з медом”, – створення альтернативних туристичних об'єктів та їх популяризація для відвернення туристів від особливо перевантажених туристичних центрів; зонування – визначення способів використання земель, привабливих для туристичної діяльності; розвиток “м'якого” туризму, що дозволяє тільки ті заняття, які властиві для даного району; створення умов для відпочинку поблизу міських центрів; туристична освіта населення тощо – мають на меті оптимальний розподіл туристичних потоків між районами та формування в потенційних туристів правильного ставлення до природного довкілля.

Мікротехніки – обмеження входу на туристичні об'єкти; використання цінового механізму; обладнання туристичних маршрутів і контроль за точками доступу тощо – допомагають зменшити шкоду від туристів, які вже прибули до даного регіону.

Але проблеми взаємодії та взаємозалежності туризму й довкілля вже давно вийшли за рамки національних і регіональних інтересів і стали предметом обговорення на міжнародному рівні. Цю проблему піднімали і піднімають на більшості сучасних туристичних форумах, конференціях.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

3.1. Розвиток туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму

Міжнародний туризм стрімко глобалізується, що є об'єктивним процесом на фоні глобалізації в усіх інших сферах. Глобалізація туризму суттєво впливає на розвиток туризму в усьому світі, а також на розвиток економік країн залежно від їх конкуренції, особливо їх позицій у міжнародних рейтингах.

Більшість країн світу мають певний туристичний потенціал, тому в контексті світових тенденцій важливим економічним завданням є розвиток туристичної галузі в країні, однією з її складових є туристична інфраструктура (ТІ).

Закон України “Про туризм” визначає створення ефективної ТІ одним із важливих завдань державної політики у сфері туризму [11]. До неї належать готелі та інші заклади, призначені для надання послуг з розміщення, заклади харчування, курорти тощо.

У Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року зазначено, що Україна суттєво відстає від провідних країн світу за рівнем розвитку ТІ. Тому її розвиток розглядається як стратегічне завдання, особливо в частині підвищення якості туристичних послуг. Напрямок “Розвиток туристичної інфраструктури” передбачає загальний розвиток території, зокрема: створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розвиток інформаційних технологій, забезпечення доступу до об'єктів ТІ осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення; забезпечення збалансованого використання природних лікувально-рекреаційних ресурсів; збереження самовідтворювальної здатності природних комплексів, створити інтегровані туристичні продукти (з відповідними заходами) шляхом

реалізації проектного підходу, сприяючи стратегічному партнерству між національними, приватними та суспільними інтересами [31].

Під ТІ слід розуміти групу різноманітних техніко-організаційних та економічних об'єктів, що забезпечують безперебійне функціонування туризму: заклади розміщення; заклади громадського харчування; заклади розваг; санаторно-курортні заклади; санітарно-гігієнічні заклади; організації, що надають транспортні послуги на території, спеціальні інженерні мережі та інформаційні системи. Ці об'єкти представляють різноманітну тематику туристичної діяльності. Залежно від окремих видів туризму до ТІ можна віднести заклади культури, спортивні споруди, університети, медичні заклади тощо.

ТІ – це група установ (організацій), які надають туристичні послуги, включаючи надання інформації, транспорту, готелів, розваг та інших туристичних послуг. Межі ТІ важко визначити, тому необхідно виділити її “ядро”, тобто спеціалізовані туристичні заклади та установи, а решту розглядати за потребою з урахуванням якісних характеристик.

Інфраструктура завжди є сервісно-орієнтованою та допоміжною. Водночас вона суттєво впливає на якість туристичних послуг та рівень ефективності туристичної діяльності, а інколи визначає загальну можливість її реалізації. Необхідно враховувати пряму залежність між туристичною діяльністю та параметрами ТІ, функція яких завжди цілеспрямована.

ТІ за своєю суттю є вторинною і характеризується подвійністю. Вторинність проявляється в тому, що вона забезпечує допоміжні галузі, так що ефективність інфраструктури завжди залежить від кінцевої ефективності туристичної діяльності (послуг, бізнесу), для яких вона створена. Подвійність полягає в тому, що функція ТІ залежить від цілей самої організації інфраструктури, а також підпорядковується інтересам тих, кого вона обслуговує.

ТІ зазвичай вважаються територіальними, наприклад, по відношенню до міста чи регіону. Проте ми вважаємо доцільним розглядати національну

ТІ і, меншою мірою, міжнародно-регіональну ТІ (наприклад, щодо європейських регіонів і субрегіонів світу). Основними складовими ТІ є:

- 1) фізико-технічний;
- 2) інституційний;
- 3) організаційний;
- 4) змістовний;
- 5) матеріально-технічний;
- 6) соціальний. Слід зазначити, що нематеріальні, неявні, “невидимі”

компоненти все частіше розглядаються в складових ТІ.

Розвиток ТІ слід розглядати з точки зору таких методів:

- 1) постановка та досягнення нових цілей;
- 2) еволюція, ускладнення системи;
- 3) адаптація до мінливих умов і вимог;
- 4) вирішення проблем і протиріч всередині системи чи у її взаємодії

із зовнішнім середовищем. Ці підходи в основному включають фізичні та технологічні, соціальні, організаційні, логістичні компоненти та інформаційні системи, а реалізуються через інституційні компоненти. В умовах глобалізації зростає міжнародний вплив на розвиток туристичної інфраструктури (рис. 3.1).

Глобалізація туризму призводить не тільки до появи відповідних світових тенденцій, а й до нових вимог і рушіїв його розвитку. Головною тенденцією є диверсифікація видів туризму, а географічні регіони утворюють єдиний глобальний туристичний простір. Це забезпечується шляхом розширення та зміцнення інтеграції національного туризму, що також пов'язано з підвищенням соціальної мобільності.

Основними рушійними силами останніх років є: цифровий маркетинг та соціальні мережі; розвиток логістики; уніфікація стандартів обслуговування; підвищення уваги до питань безпеки. Це супроводжується різними глобальними, національними та локальними (точковими) інноваціями. У контексті диверсифікації в туризмі підтримується

різноманітність, особливо щодо нових туристичних продуктів. Це пов'язано з диверсифікацією потреб, яка також отримує вплив у глобальному просторі та загострює конкуренцію за інновації.

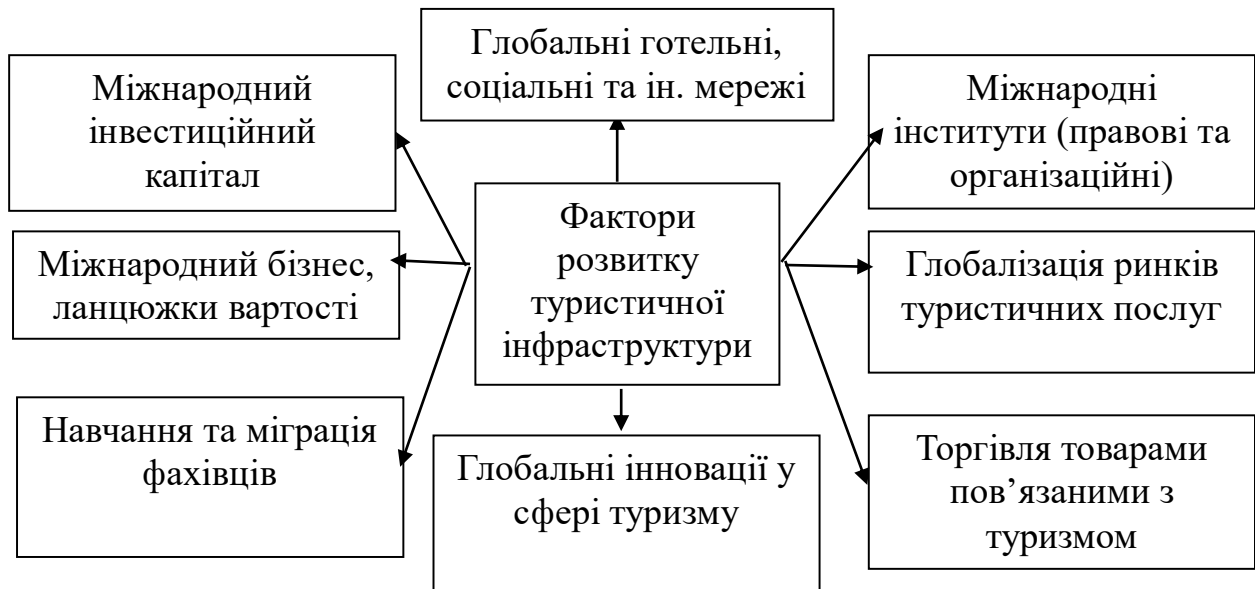


Рисунок 3.1 – Міжнародні фактори розвитку ТІ

Джерело: побудовано автором

В умовах глобалізації туризму основним завданням розвитку національних ТІ є підвищення рівня якості функціонування всіх її елементів на основі впровадження інновацій у контексті світових тенденцій. Країнам доцільно виходити в глобальний туристичний простір з ефективними ТІ і боротися за своїх та іноземних туристів. Це вимагає дотримання світових правил з урахуванням власного туристичного потенціалу.

Принципами розвитку інформаційних технологій мають стати:

- 1) прогрес технологій і культури;
- 2) комплексність елементів і алгоритмічна замкнутість;
- 3) єдина координація національних і корпоративних зусиль і розвиток державно-приватного партнерства;
- 4) поєднання стимулюючого впливу ринку і провідна роль держави;
- 5) врахування регіональних особливостей;

б) гнучкість і збалансованість головних структур;
 7) створення умов для інноваційної діяльності та гнучкості;
 підвищення якості функціональної інтеграції всіх елементів (блоків, підсистем) ТІ. Шляхи розвитку національної ТІ показано на рис. 3.2.

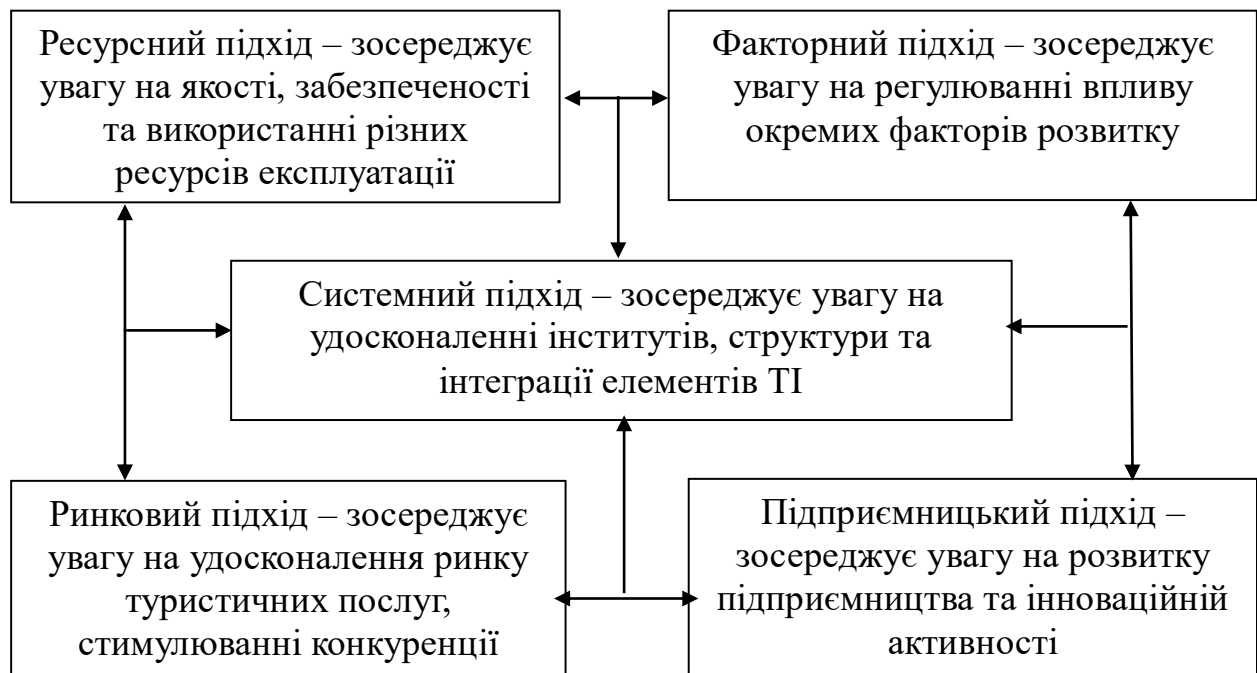


Рисунок 3.2 – Підходи до розвитку національної ТІ

Джерело: побудовано автором

Основними напрямками розвитку національних ТІ в умовах глобалізації є:

- 1) формування та розвиток туристичних кластерів;
- 2) підтримка малого та середнього підприємництва у туристичній галузі;
- 3) сприяння інноваціям у сфері туризму;
- 4) підтримка розвитку окремих внутрішніх туристичних територій (регіонів) та збереження їх характеристик. Це потребує запровадження передових моделей і методів розвитку ТІ для координації прогресу країн і регіонів.

Окремо слід підкреслити роль держави. У сфері ТІ, як і в інших видах інфраструктури, існує незліченна кількість ринкових “провалів”. Країна повинна не тільки їх ліквідувати, а й забезпечити стабільність механізму роботи ТІ. Це стосується не тільки конкурентного порядку, а й соціальних правил. В Україні роль держави є особливо важливою з огляду на зростання конкурентоспроможності туризму в багатьох інших країнах (переважно сусідніх). Тому необхідно зосередити увагу на необхідності реалізації цілісної політики розвитку туристичної інфраструктури з чітко вираженим міжнародним виміром. Це має охоплювати не лише нормотворчу діяльність, а й аспекти прогнозування, освіти, інвестицій та управління. Країна має зосередитися на розвитку ТІ як основи туризму та інтеграції України у світовий туристичний сектор.

Таким чином, розвиток національної туристичної інфраструктури має здійснюватися на тлі світових тенденцій та формування світового туристичного простору. Глобалізація туризму має специфічні прояви, які безпосередньо пов'язані з елементом ТІ. Це слід розглядати на рівні принципів і напрямів розвитку ТІ.

3.2. Інтернет-маркетинг як засіб просування туристичних послуг в умовах глобалізації бізнесу

Сучасний туризм – це дуже динамічна галузь, що швидко розвивається, яка не тільки адаптується до вимог ринку, але й демонструє нові бізнес-практики в національному та міжнародному масштабі з використанням передових ключових хмарних технологій. Про це свідчить значне зростання світового ринку хмарних обчислень і хостингу.

Індустрія туризму реагує на зростаючі вимоги сектору, що швидко змінюється, зокрема: еволюцію цифрових інструментів, продуктів і послуг; рівні можливості та доступ для всіх відвідувачів; місцевий сталий розвиток; підтримка креативних індустрій, місцевих талантів і спадщини;

впровадження інтелектуальних практик туризму в умовах пандемії COVID-19 відповідно до зеленого та цифрового переходу [41].

У країнах ЄС основи розумного туризму залежить від досконалості туристичних напрямків у чотирьох категоріях:

- 1) доступність;
- 2) сталість;
- 3) цифровізація;
- 4) культурна спадщина та креативність.

У всьому світі розумний туризм стає новим трендом 21 століття (рис. 3.3).

У туризмі таке поняття, як “розумний”, визначає синтез усіх компонентів бізнесу та відносин – від “розумних” міст до інфраструктурного зв'язку. Створення розумного міста типу “mart site” в контексті сталого розвитку стало сучасним трендом світової економіки XXI століття [41]. У новому тисячолітті практичний інтерес полягає в розширенні баз даних, що відображають просторово-часові відносини, і характеристику норм об'єктів, включаючи культурні аспекти, важливі для туристів. Йдеться про створення дійсно розумного туристичного середовища, яке вимагає певних інвестицій для створення бази даних поселень, які прагнуть розвивати цю тенденцію.

У всьому світі створюються бази даних для розумного туризму на базі геоінформаційної системи (GIS - Geographic Information System).

У 21 столітті туризм піднявся на новий технологічний рівень – Travel 3.0, де споживачі можуть: легко підключатися до туристичних веб-сайтів і взаємодіяти з ними; отримати доступ до онлайн-платформи, яка надає більш продуктивні, ефективні та конкурентоспроможні послуги, щоб просувати туризм як важливу частину механізму сталого розвитку. Європейська ініціатива стає мотивуючим інструментом для розвитку розумного туризму: відповідно до спеціально організованого конкурсу Європейська столиця розумного туризму 2021 року була обрана за видатні, інноваційні та стійкі практики туризму [44].

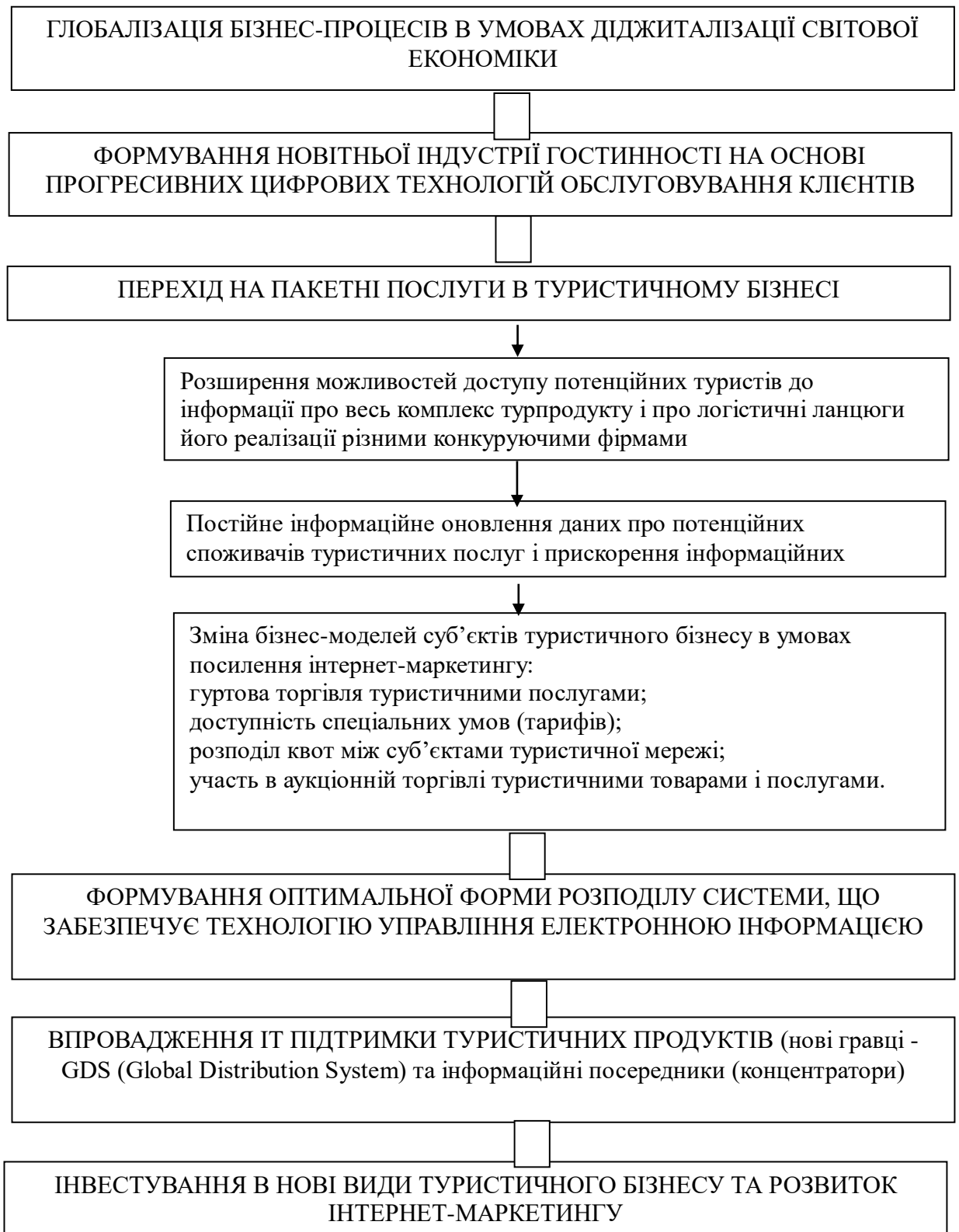


Рисунок 3.3 – Концепція системного підходу до підтримки інформаційних технологій та маркетингу туристичного продукту в умовах глобалізації бізнесу

Джерело: побудовано автором

Змістовна модель для учасників туристичного ринку, щоб ефективно реагувати на виклики глобальної конкуренції на основі інтернет-технологій, показана на рис. 3.4.



Рис. 3.4 – Змістовна модель для учасників туристичного ринку, щоб ефективно реагувати на виклики глобальної конкуренції на основі інтернет-технологій

на глобальні виклики конкуренції на основі Інтернет-технологій

Джерело: побудовано автором

Одним із прикладів впровадження концепції розвитку туристичної діяльності в цифровому світі є відкриття у вересні 2017 р. компанією

Vodafone Україна спільно із Львівською міською радою унікального розумного туристичного маршруту “Вперше у Львові” за книгою Ілька Лемка “Львів понад усе” [17].

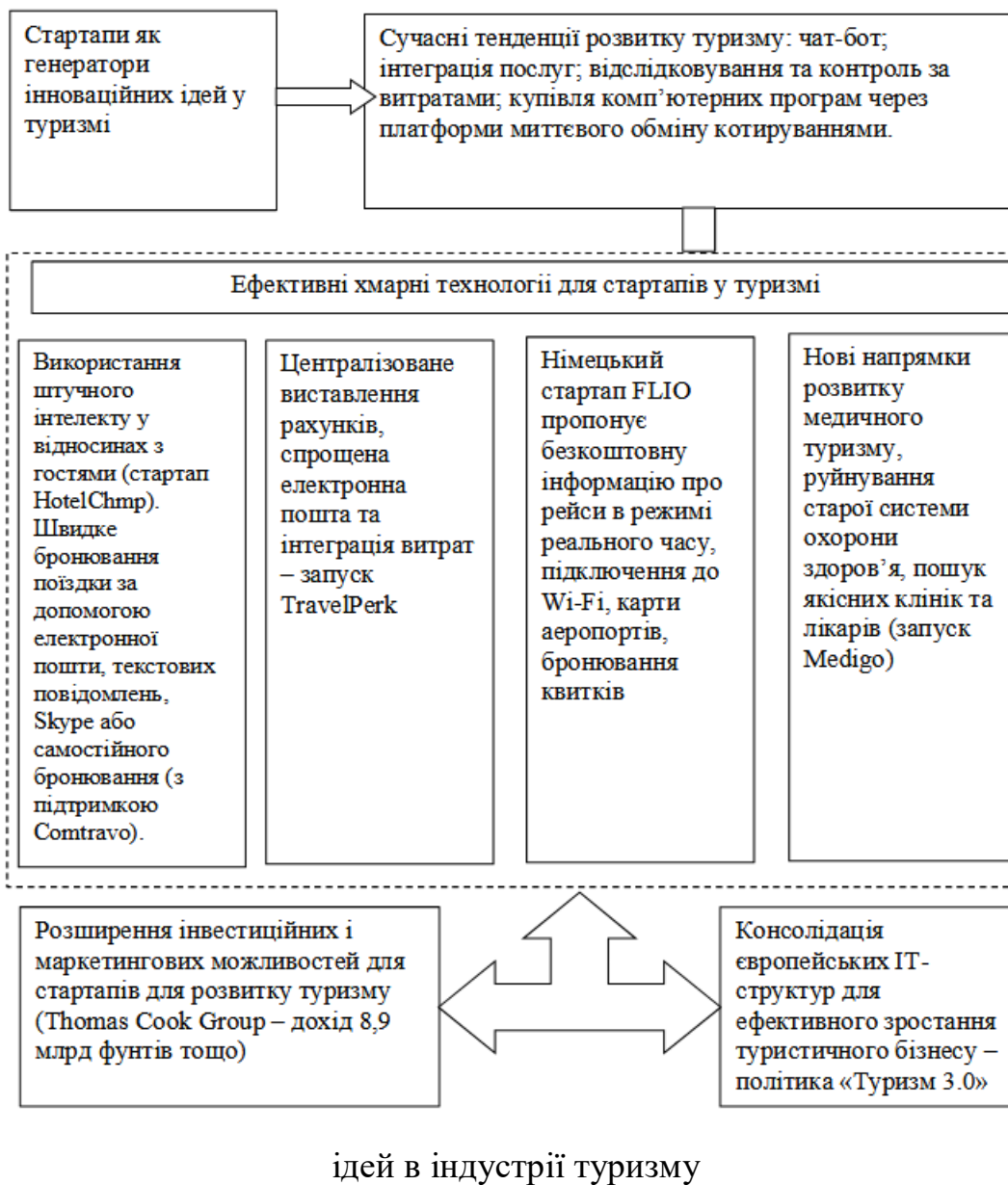
З 15 червня 2020 року Європейська комісія запустила веб-платформу Open Again: веб-сайт і мобільний додаток, що надає інформацію в режимі реального часу про кордони країн ЄС і доступні транспортні та туристичні послуги (веб-сайт доступний 24 мовами ЄС).

З 1 липня 2021 року в умовах пандемії з метою регулювання потоку міжнародних туристів та їх безпеки в усіх країнах ЄС та Шенгенської зони діють електронні COVID-сертифікати.

Гнучкі стартапи, як генератори ідей та інноваційних технологій, добре знають тенденції світового ринку та перспективи свого зростання, тому своєю діяльністю приваблюють інноваційні туристичні підприємства, які прагнуть зміцнити свої конкурентні позиції (рис. 3.5).

Зростаючий попит на хмарні технології пов'язаний з необхідністю вирішення таких сучасних глобальних викликів: підвищення безпеки подорожей; розумне управління маршрутами пасажиропотоку; бронювання місць у різних видах транспорту та розміщення в готелях і приватному секторі; подолання форс-мажорних обставин.

Формування відкритої економіки в Україні та збагачення контенту завдяки інформаційно-комунікаційним технологіям прямо чи опосередковано сприятимуть інноваційному розвитку туризму.



Р

ису
нок
3.5
–
Рол
ь
стар
тапі
в як
гене
рато
рів
інно
ваці
йни
х
мар
кет
инг
ови
х

Джерело: побудовано автором

Таким чином, нова індустрія гостинності, стратегія використання інтернет-маркетингу для просування пакетів туристичних послуг, формування розумного туризму в розумній економіці та політики розумного менеджменту в системі взаємовідносин з клієнтами та стартапами є перспективними напрямками подальшого розвитку прикладної туристичної науки.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах та організаціях туристичної галузі

Безпека життя і здоров'я туристів є важливим елементом організації туризму. Небезпеки фізичного і соціального характеру повинні прийматися до уваги підприємствами та організаціями туристичної галузі, яким варто мінімізувати й запобігати різноманітним ризикам загроз безпеці туристської діяльності. Забезпечення безпеки передбачає цілий комплекс заходів у рамках національного та міжнародного законодавства, що гарантують безпеку переміщення туристів по території держави, їхнього перебування, збереження здоров'я, життя і майна.

У Гаазькій декларації по туризму відзначається, що для того, щоб нормально функціонувати і розвиватися, туризм має потребу в безпеці для мандрівників і подорожуючих, як національних, так і міжнародних, і для їхньої особистої власності.

Безпека подорожей задекларована в Хартії туризму. Міжнародний досвід з розробки заходів безпеки туризму досліджується й узагальнюється Світовою організацією торгівлі.

Безпека туристів і захист у сфері туризму зв'язані з великою кількістю правил і постанов, що повинні виконуватися не тільки туристською адміністрацією, але і цілим рядом інших адміністративних органів, що працюють у різних економічних і соціальних секторах (фінанси, охорона здоров'я, охорона навколишнього середовища, розвиток територій, енергетика, зайнятість і т.п.), і насамперед у приватному.

В Україні діє Закон України “Про туризм”, що передбачає систему гарантування безпеки туристів та порядок продажу туристичних послуг,

враховуючи розгляд усіляких ризиків, що можуть спричинити несприятливі наслідки і завдати шкоди здоров'ю туриста та його майну [11].

Згідно із Законом [11] з метою забезпечення безпеки туристів підприємства та організації туристичної галузі зобов'язані:

- інформувати туристів про можливі небезпеки під час подорожі, необхідність виконання загальнообов'язкових вимог і запобіжних чи попереджувальних заходів (медичних щеплень тощо);

- створювати безпечні умови в місцях надання туристичних послуг, забезпечувати належне облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій тощо;

- гарантувати спеціальні вимоги безпеки під час надання туристичних послуг з підвищеним ризиком (автомобільний, гірський, лижний, велосипедний, водний, мотоциклетний, пішохідний туризм, спелеотуризм тощо);

- забезпечувати туристів кваліфікованими фахівцями туристичного супроводу, спеціальним спорядженням та інвентарем;

- забезпечувати навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм, попередження нещасних випадків та надання першої медичної допомоги;

- забезпечувати надання оперативної допомоги особам, які постраждали під час подорожі, транспортування потерпілих;

- оперативно інформувати органи місцевої влади та відповідальних осіб про надзвичайні ситуації, в яких опинилися туристи, подавати відомості про зниклих осіб.

В Україні також діє міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) “Туристично-екскурсійне обслуговування”, який передбачає порядок проектування туристичних послуг, включаючи розгляд можливих ризиків, які можуть викликати негативні наслідки і спричинити шкоду здоров'ю туриста та його майну.

Особи, які організують експлуатацію туристичних ресурсів, зобов'язані забезпечувати виконання вимог щодо охорони довкілля та охорони культурної спадщини, а також вживати заходів щодо забезпечення мінімізації або припинення шкідливого впливу на довкілля і соціально-культурне середовище та компенсувати завдані їм при цьому збитки.

Надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації в межах території України, здійснюється спеціалізованими державними, комунальними та приватними службами, а також рятувальними командами, що утворюються відповідно до законодавства. Організація рятувальних команд і порядок здійснення рятувальних заходів визначаються Кабміном в Україні. Держава забезпечує захист законних прав та інтересів іноземних туристів до законодавства та міжнародних договорів України.

Таким чином, на створення привабливих та одночасно сприятливих і безпечних умов перебування туристів і рекреантів в місцях тривалого відпочинку та тимчасового перебування впливають як технічні засоби інфраструктурного забезпечення, так і людський чинник з усіма факторами сприяння або загрози безпеці, створення умов гостинності та якості послуг.

Ефективним напрямком підвищення безпеки в туризмі є розробка та реалізація превентивних заходів, що дозволяє знизити частоту негативних подій і важкість наслідків та скоротити загальні витрати на гарантування безпеки. Прихильники такого підходу вважають, що підприємство, яке мінімізує витрати, має прагнути до того, щоб маржинальні витрати превентивних заходів були рівні маржинальним витратам ліквідації наслідків негативних подій, що відбулися (аварій, катастроф, нещасних випадків, збоїв у процесі виробництва і реалізації туристичного продукту тощо). Отже, на розробку та реалізацію превентивних заходів варто спрямовувати ресурси доти, поки сумарні/загальні витрати на гарантування безпеки не виявляться мінімальними.

Превентивні заходи підприємств та організацій туристичної галузі мають підвищити рівень безпеки в туризмі, зокрема щодо безпеки

інфраструктурного забезпечення. Практика показує, що співвідношення витрат, здійснених до моменту настання негативної події і різних втрат, наприклад готелю, зокрема витрат на ліквідацію наслідків небезпеки та відновлення майна і ресурсів, дорівнює 1/15. Необхідність проведення превентивних заходів не викликає сумнівів, але на цей час не розроблена методика оцінювання, якого розміру мають бути ці заходи з матеріальної, трудової, фінансової точки зору. Крім цього, витрати на дослідження негативної події можна зарахувати як до превентивних, так і до ліквідаційних. Як бачимо, існує ряд складних і донині не вирішених питань щодо врахування усіх можливих факторів впливу на безпеку туристичних підприємств і організацій.

Ефективне вирішення проблеми безпеки у сфері туризму вимагає системного підходу, заснованого на аналізі функціонування об'єкта, виявленні найуразливіших зон і особливо небезпечних загроз, складання всіх можливих сценаріїв кримінальних дій та виробленні адекватних заходів протидії.

Працівники служби безпеки підприємств та організацій туристичної галузі мають постійно вивчати досвід експлуатації своїх інфраструктурних об'єктів і роботи служб безпеки, дані статистики правопорушень, мати консультаційну взаємодію з фахівцями державних служб охорони порядку, пожежної безпеки, силових відомств.

Перехід до нової, сучасної концепції туристичної безпеки, яка передбачає застосування складної спеціальної техніки, вимагає перегляду тактичних аспектів в роботі підприємств та організацій туристичної галузі. Для цього необхідно реалізувати такі організаційні заходи: розробити детальні інструкції дій у всіх можливих позаштатних ситуаціях і надати детальні коментарі щодо їх виконання для кожного працівника; скласти короткі, багатоінформативні та зрозумілі інструкції стосовно користування засобами безпеки для туристів, у які мають бути внесені короткі правила поведінки у разі екстремальної ситуації; регулярно проводити заняття з

підвищення кваліфікації персоналу служби безпеки; проводити навчання персоналу з правил користування апаратурою безпеки; організувати для персоналу періодичну (не менш одного разу на рік) перевірку знань у сфері безпеки; організувати нечисленну, але професійну інженерну службу (у межах штату служби безпеки), серед обов'язків якої було б проведення технічного обслуговування туристичних підприємств.

4.2. Пожежна безпека

Вогонь, що вийшов із-під контролю, здатний викликати значні руйнівні та смертоносні наслідки. До таких проявів вогняної стихії належать пожежі.

Пожежа – неконтрольоване горіння поза спеціальним вогнищем, що розповсюджується у часі і просторі.

Залежно від розмірів матеріальних збитків пожежі поділяються на особливо великі (коли збитки становлять від 10000 і більше розмірів мінімальної заробітної плати) і великі (збитки сягають від 1000 до 10 000 розмірів мінімальної заробітної плати) та інші. Проте наслідки пожеж не обмежуються суто матеріальними втратами, пов'язаними зі знищенням або пошкодженням основних виробничих та невиробничих фондів, товарно-матеріальних цінностей, особистого майна населення, витратами на ліквідацію пожежі та її наслідків, на компенсацію постраждалим і т. ін. Найвідчутнішими, безперечно, є соціальні наслідки, які, передусім, пов'язуються з загибеллю і травмуванням людей, а також порушенням їх фізичного та психологічного стану, зростанням захворюваності населення, підвищенням соціальної напруги у суспільстві внаслідок втрати житлового фонду, позбавленням робочих місць тощо.

Не слід забувати й про екологічні наслідки пожеж, до яких, у першу чергу, можна віднести забруднення навколишнього середовища продуктами горіння, засобами пожежогасіння та пошкодженими матеріалами,

руйнування озонового шару, втрати атмосферою кисню, теплове забруднення, посилення парникового ефекту тощо.

Цілком закономірно, що повинна існувати безпосередня зацікавленість підприємств та організацій туристичної галузі у зниженні вірогідності виникнення пожеж і зменшенні шкоди від них. Досягнення цієї мети є досить актуальним і складним соціально-економічним завданням, вирішенню якого повинні сприяти системи пожежної безпеки.

Пожежна безпека об'єкта – це стан об'єкта, за якого з регламентованою імовірністю виключається можливість виникнення і розвитку пожежі та впливу на людей її небезпечних факторів, а також забезпечується захист матеріальних цінностей.

Системи пожежної безпеки – це комплекс організаційних заходів і технічних засобів, спрямованих на запобігання пожежі та збитків від неї.

Відповідно до ГОСТ 12.1.004-91 пожежна безпека об'єкта повинна забезпечуватися системою запобігання пожежі, системою протипожежного захисту і системою організаційно-технічних заходів

Системи пожежної безпеки мають запобігти виникненню пожежі і впливу на людей небезпечних факторів пожежі на необхідному рівні. Потрібний рівень пожежної безпеки людей за допомогою зазначених систем, згідно з ГОСТ 12.1.004-91, не повинен бути меншим за 0,999999 відвернення впливу на кожну людину, а допустимий рівень пожежної небезпеки для людей не може перевищувати 10" впливу небезпечних факторів пожежі, що перевищують гранично допустимі значення на рік у розрахунку на кожну людину.

Об'єкти, пожежі на яких можуть призвести до загибелі або масового ураження людей небезпечними факторами пожежі та їх вторинними проявами, а також до значного пошкодження матеріальних цінностей, повинні мати системи пожежної безпеки, що забезпечують мінімально можливу імовірність виникнення пожежі.

Основними вихідними даними при розробці комплексу технічних і організаційних рішень щодо забезпечення потрібного рівня пожежної безпеки в кожному конкретному випадку є чинна законодавча і нормативно-технічна база з питань пожежної безпеки, вибухопожежонебезпечні властивості матеріалів і речовин, що застосовуються у виробничому циклі, кількість вибухопожежонебезпечних матеріалів і речовин і особливості виробництва.

На основі цих вихідних даних визначаються такі критерії вибухопожежонебезпеки об'єкта, як категорії приміщень і будівель за вибуховою і пожежною небезпекою, а також класи вибухонебезпечних і пожежонебезпечних зон.

4.3. Інструкція з охорони праці для менеджера з туризму

Охорона праці відіграє важливу роль як суспільний чинник, оскільки, якими б вагомим не були трудові здобутки, вони не можуть компенсувати людині втраченого здоров'я, а тим більше життя.

Менеджер з туризму зобов'язаний дотримуватись вимог законодавчих та загальних нормативно-правових актів України з питань охорони праці, пожежної і радіаційної безпеки та безпеки життєдіяльності, а також інструктивно-методичних документів з питань безпеки життєдіяльності.

Також менеджер з туризму повинен бути ознайомлений з такими Державними міжгалузевими та галузевими нормативними актами про охорону праці як “Типове положення про навчання, інструктаж і перевірку знань працівників з питань охорони праці”; “Типове положення про інструктажі, спеціальне навчання та перевірку знань з питань пожежної безпеки на підприємствах, в установах та організаціях України”; “Положення про організацію наукової, науково – технічної діяльності у вищих навчальних закладах III та IV рівнів акредитації”.

Охорона праці менеджера з туризму заснована на чинному законодавстві: Закон України “Про охорону праці”, Закон України “Про освіту”, Закон України “Про обов'язкове державне соціальне страхування”; Закон України “Про пожежну безпеку”, “Кодекс законів про працю” та нормативно-правових актів з питань охорони праці, пожежної безпеки, техніки безпеки та безпеки життєдіяльності.

Інструкція з охорони праці встановлює вимоги щодо охорони праці та безпеки життєдіяльності менеджера з туризму. До роботи менеджера з туризму на туристичному підприємстві допускаються особи, які мають спеціальну освіту, підтверджену документом установленої форми (дипломом), можливо навіть стаж роботи і які пройшли:

- попередній профілактичний медичний огляд. Під час влаштування на роботу менеджер з туризму проходить попередній медичний огляд, у подальшій роботі медогляди проходить періодично один раз на рік;

- інструктаж з питань охорони праці та безпеки життєдіяльності на робочому місці.

Тобто, при прийомі на роботу менеджер з туризму проходить інструктаж з охорони праці на техніки безпеки на робочому місці, який завершується підписом в журналі реєстрації інструктажів з охорони праці на робочому місці туристичного підприємства. Первинний інструктаж із новим працівником є обов'язковим. Мета інструктажу – навчити його правильно і безпечно виконувати свої трудові обов'язки. Він включає такі пункти: обережне користування електроприладами (чайник, кондиціонер, комп'ютер, принтер, телефон) та оргтехнікою на підприємстві.

Менеджери з туризму більшу частину своєї роботи проводять в офісі і мають власне робоче місце. Для ефективної роботи працівника робоче місце має бути правильно організоване.

Меблі слід добирати згідно з функціональними, ергономічними, психофізіологічними і естетичними вимогами. Розміщення меблів і засобів оргтехніки має забезпечувати зручне використання їх.

Організація робочого місця менеджера передбачає:

- упорядкування і планування приміщення, в якому воно знаходиться;
- вибір і обладнання робочого місця засобами і предметами праці;
- розміщення предметів праці на робочому місці у певному порядку.

Існує декілька правил, що стосуються робочого місця. Зокрема, в туристичному офісі заборонене використання будь-яких предметів і рослин (отруйних, колючих), які можуть негативно позначитися на здоров'ї.

Оформлення туристичного кабінету повинно відповідати рекомендованим санітарно-гігієнічним, технічним нормам (освітленості, температури, вологості, швидкості руху повітря) та естетичним вимогам.

Туристичний кабінет розташовується в приміщеннях з достатнім природним та штучним освітленням, звуковою ізоляцією, необхідною кількістю розеток. Кімната повинна забезпечувати психотерапевтичний ефект. Підвищенню комфортності сприяють кімнатні рослини, акваріуми, зображення природи, гарних картинок екзотичних країн, виставлені сувеніри тощо.

Для кращого розсіювання та відбиття світла рекомендується стелю фарбувати у білий колір. Якщо вікна у приміщенні виходять на сонячний бік, то стіни краще оформляти у прохолодні тони: блакитний, зеленуватий, салатний. Для приміщень з вікнами, орієнтованими на північ, північний захід, північний схід більше підходять кольори теплої гами: жовтуватий, світло-рожевий, пісковий. Підлога, незалежно від матеріалу, з якого вона зроблена, повинна мати темніший колір, ніж стіни.

Але сучасний дизайн іноді диктує нам зовсім інші вимоги. Оскільки туристичний офіс має асоціюватися у клієнтів з відпочинком: морем, сонцем, можна оформити його у яскравих кольорах з доданням блакитних та жовтих кольорів, а також гарно виглядають в туристичному офісі саме картинки екзотичних країн, туристичні карти, глобуси.

Під час виконання своїх обов'язків менеджер з туризму піддається діям наступних небезпечних і шкідливих факторів:

- психофізіологічна напруга;
- висока концентрація уваги;
- електронбезпека;
- пожежонебезпека;
- порушення мікрокліматичних умов в приміщенні.

Також, менеджер з туризму повинен дотримуватися затвердженого на турфірмі режиму роботи: 10:00 – 19:00.

Отже, знання й виконання усіх вимог інструкції з охорони праці є посадовими обов'язками менеджера з туризму, а їхнє недотримання – порушенням трудової дисципліни, що веде до відповідальності, встановленої законодавством України.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі досліджено теоретико-методичні засади індустрії туризму в умовах глобалізації, узагальнено сучасний стан розвитку туристичної індустрії України та розроблено на цій основі рекомендацій щодо розвитку національної туристичної індустрії в контексті глобальних тенденцій та викликів.

За результатами проведених у роботі досліджень можна сформулювати такі висновки:

1. Систематизувавши погляди науковців, можна запропонувати таке визначення поняття “туристична індустрія”. Туристична індустрія – це сукупність різноманітних суб'єктів господарювання, основна діяльність яких пов'язана з наданням послуг, виробництвом і реалізацією товарів для задоволення потреб туристів.

2. Загальні процеси глобалізації та соціальної мобільності мали великий вплив на розвиток туризму. Підвищення показників соціально-економічного розвитку дозволило багатьом громадянам країн, які нещодавно вийшли на світові ринки, економити на подорожах і туризмі. Збільшення інтенсивності подорожей також сприяло збільшенню обсягів міжнародного туризму завдяки пропозиціям авіакомпаній за низькими тарифами.

3. До глобалізаційних факторів, які в подальшому впливатимуть на туристичну сферу слід віднести: глобальна пандемічна та економічна кризи поступово відходять і купівельна спроможність зростає, що призведе до збільшення можливостей подорожувати; лібералізація та умовна «ліквідація кордонів» і будь-яких інших бюрократичних перешкод для пересування та подорожей між багатьма країнами; роботизація та автоматизація процесів, використання штучного інтелекту призведе до вивільнення основного доходу для великої кількості людей, але при цьому залишиться достатньо вільного часу для туризму та подорожей; розвиток інформаційних технологій, що призведе до збільшення кількості он-лайн бронювань турів, закладів розміщення, транспортних квитків і, відповідно, спростить прийняття рішень

про подорожі та знизить вартість послуг (Комп'ютеризовані системи бронювання (CRS) або Глобальні системи розподілу (GDS); поширення “економіка вражень”.

4. Аналіз розвитку туристичної індустрії України за останні роки показав, що зростання кількості туристів, яке відбувалося з 2015 по 2019 рр., змінилося різким обвалом у 2020 р. Головною причиною такого спаду був covid 19. Початок 2021 р. був сприятливим для відновлення туризму як в світі так і в Україні, проте війна України з росією завадила розвитку вітчизняної туристичної галузі.

5. Попри військовий стан існує кілька факторів, які стримують розвиток туризму в Україні: українські готелі, перевізники та туристичні оператори не можуть створювати постійні партнерські відносини, як іноземні гравці ринку. Тож немає додаткової вигоди від “гуртових” знижок, спеціальних пропозицій і покращеного обслуговування; низька якість послуги щодо її вартості. В Україні практично неможливо отримати такий же сервіс, як у Туреччині, за ті ж гроші; дуже мало готелів в Україні здатні прийняти туристів і забезпечити ту кількість “зірок”, яку вони офіційно мають. Загалом туризм в Україні дуже незначний порівняно з сусідами. Наприклад, польське місто Краків приймає 14 мільйонів туристів на рік. Для порівняння, Львів, Україна, приймає трохи більше 2 мільйонів гостей на рік; чистота пляжів, безпека, якість доріг і вода у водоймах – все це в Україні загалом поступається популярним закордонним курортам; порівняно з іншими країнами регіону, Україна має набагато гірший клімат для інвестицій у туризм.

6. Проблемами розвитку туризму в Україні є: відсутність інформації про привабливі туристичні об'єкти окремих регіонів України, у тому числі на міжнародному туристичному ринку; недостатня реклама, щоб викликати інтерес у відвідувача; низький рівень розвитку туристичної інфраструктури; недостатній розвиток туризму та розваг; екологічні питання та ін.

7. Можна виділити наступні особливості туристичної індустрії України в контексті глобалізаційних процесів: перевага виїзного туризму над в'їзним, що означає, що в конкурентному просторі глобалізації Україна діє більше як ринок для споживачів (туристів і прихованих трудових іммігрантів), ніж як експортер туристичних послуг; псевдо виїзний туризм, за яким стоїть масштабний імміграційний процес (2015-2017 рр. понад 2 млн громадян виїхали з України на роботу за кордон); лібералізація візового режиму із західними країнами та дуже неліберальний візовий режим із країнами Сходу, зокрема з тими, де ВВП на душу населення значно вищий, ніж в Україні; недостатня кількість інфраструктурних проєктів (гучно анонсовані транснаціональні проєкти, такі як будівництво автомагістралі Будапешт-Чоп, «Гданськ-Одеса», ще в розробці); ціни на авіап перевезення в Україні відносно високі порівняно зі світовими, що пов'язано з неприродною монополією українського авіаринку; низька заробітна плата в країні створює конкурентні умови для розвитку міжнародного в'їзного туризму в Україні.

8. До глобалізаційних викликів, які сьогодні негативно впливають на розвиток туристичної індустрії України слід віднести: війну, неспокій, політичну нестабільність; епідемію covid 19; природні катаклізми та катастрофи; злочинність.

9. До глобальних чинників, які впливають на розвиток внутрішнього та світового туризму, є добробут населення. Простежується чіткий зв'язок між тенденціями розвитку туризму, загальним соціально-економічним розвитком та індивідуальними доходами громадян. Ринок туризму дуже чутливий до економічних змін. Якщо з кожним роком доходи громадян зростатимуть, це призведе до більш інтенсивної туристичної діяльності та збільшення кількості туристичних послуг у населення.

10. В умовах глобалізації туризму основним завданням розвитку національних туристичних індустрій є підвищення рівня якості функціонування всіх її елементів на основі впровадження інновацій у контексті світових тенденцій. Країнам доцільно виходити в глобальний

туристичний простір з ефективними ТІ і боротися за своїх та іноземних туристів. Це вимагає дотримання світових правил з урахуванням власного туристичного потенціалу. Принципами розвитку інформаційних технологій мають стати: прогрес технологій і культури; комплексність елементів і алгоритмічна замкнутість; єдина координація національних і корпоративних зусиль і розвиток державно-приватного партнерства; поєднання стимулюючого впливу ринку і провідна роль держави; врахування регіональних особливостей; гнучкість і збалансованість головних структур; створення умов для інноваційної діяльності та гнучкості; підвищення якості функціональної інтеграції всіх елементів (блоків, підсистем) ТІ.

11. Основними напрямками розвитку вітчизняної ТІ в умовах глобальних процесів є: створення та розвиток туристичних кластерів; стимулювання малого та середнього підприємництва у туристичній галузі; сприяння інноваціям у сфері туризму; підтримка розвитку окремих внутрішніх туристичних територій (регіонів) та збереження їх характеристик. Це потребує запровадження передових моделей і методів розвитку ТІ для координації прогресу країн і регіонів.

12. Зростаючий попит на хмарні технології пов'язаний з необхідністю вирішення таких сучасних глобальних викликів: підвищення безпеки подорожей; розумне управління маршрутами пасажиропотоку; бронювання місць у різних видах транспорту та розміщення в готелях і приватному секторі; подолання форс-мажорних обставин.

13. Нова індустрія гостинності, стратегія використання інтернет-маркетингу для просування пакетів туристичних послуг, формування розумного туризму в розумній економіці та політики розумного менеджменту в системі взаємовідносин з клієнтами та стартапами є перспективними напрямками подальшого розвитку прикладної туристичної науки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєва Т. Розвиток індустрії туризму як фактор інтегрування України у світове господарство: *матер. VII міжн. наук.-практ. конференції “Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети”*. 20.11.2015 р. ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Х.: ХНУ. 2015.
2. Алексєєва Т. І. ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ФАКТОРІВ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. Вип. 11. 2006. С. 44-47.
3. Бочан І. О. Сучасні тенденції розвитку туризму в контексті європейських і світових вимог. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму: Серія: Економічні науки*. № 3. 2008. С. 64-69.
4. Бугіль С., Дудяк Р., Шовген М. Економічні аспекти розвитку міжнародного туризму в Україні та світі. *Вісник Львівського національного аграрного університету: Економіка АПК*. 2021. № 28. С. 154-160.
5. Бугіль С. Я., Погребняк Л. В., Дудяк Р. П. Вплив пандемії Covid-19 на стан туристичного та рекреаційного бізнесу України. *Аграрна економіка*. 2020, Т. 13, № 3-4, С. 62-68.
6. Бугіль С.Я. Формування маркетингового потенціалу території як фактор її соціально-економічного розвитку. *Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development: Scientific monograph*. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. 716 p., P. 147-161.
7. Воронін І. М. Вплив факторів глобалізації на розвиток міжнародного туризму. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. С. 115-117.
8. Герасименко В. Г. Основи туристського бізнесу: навч. посіб. Одеса : Чорномор'я, 1997. 160 с.
9. Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Ступень Р. М. Маркетинг у туризмі: навч. посіб. Львів : «Галицька видавнича спілка», 2021. 360 с.

10. Зайцева В. М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. *Вісник Запорізького національного університету*. 2012. № 2 (8). С. 55-65.

11. Закон України “Про туризм” від 15.09.1995 № 324/95-ВР (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

12. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>

13. Ковальчук С. В., Миколишина В. В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. Т. 4. С. 60-65.

14. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції*, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337-341.

15. Кривега К. В. Туристична інфраструктура: поняття та складові. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2005. Вип. 21. С. 118-124.

16. Кучірка Д. Внутрішній туризм в Україні – на підйомі через COVID-19. Чи надовго? *Радіо Свобода*, 15.07.2020 р. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukraini-covid19/30726545.html>

17. Львівська мерія спільно з Vodafone Україна відкрили у Львові «розумний» туристичний маршрут. URL: <https://cityadm>.

18. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.

19. Лютак О. М. Глобальна інституціоналізація бізнес-діяльності у сфері міжнародного туризму [Текст] : дис. ... д-ра екон. Наук : 08.00.02. Держ. ВНЗ “Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”. Київ, 2018. 573 с.

20. Лютак Л. М. ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОЇ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ. URL: https://www.researchgate.net/publication/335054945_TENDENCII_SUCASNOI_TRANSNACIONALIZACII_TURISTICNOI_INDUSTRII_V_UMOVAN_GLOBALIZACII

21. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг. Підручник. К.: «Заня», 2008.

22. Маховка В. М. Особливості розвитку туристичної індустрії України. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2013. № 2 (39). Ч.1. С. 167-171.

23. Мельниченко О. А. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: НУЦЗУ, 2017. 153 с.

24. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

25. Парфененко Г. Як війна в Україні вплинула на туризм Німеччини та США. URL: <https://dip.org.ua/nimechchina/stalo-vidomo-yak-vijna-v-ukraini-vplivuli-na-turizm-nimechchini-ta-ssha-ozvucheno-nevtishni-prognozi/>

26. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>

27. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. Одеса :Астропринт, 2013. 334 с.

28. Смаль І. В. Особливості і проблеми розвитку міжнародного туризму у контексті глобалізаційних процесів. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2008. Вип. 24. С.327-335.

29. Статистичний щорічник України 2020. Державна служба статистики України. 2021. 455 с. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/11/Yearbook_2020.

30. Степаненко Н. О. Розвиток туристичної діяльності України в умовах євроінтеграції. *Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки»*. 2017. №10. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3107
31. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>
32. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. 2-ге вид., випр. та доп. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.
33. Турзбір в Україні за перші чотири місяці 2022 року зріс на 65%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turzbir-v-ukrayini-za-pershi-chotiri-misyaci-2022-roku-zris-na-65>
34. Туристичний барометр України 2020. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2020.pdf>
35. Туристична статистика України. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turzbir-v-ukrayini-za-pershe-pivrichchya-2022-roku-zris-mayzhe-na-29>
36. Уліганенець М. Історія та сучасні тенденції розвитку інфраструктури вітчизняного туризму. *Східноєвропейський історичний вісник*. 2017. №4. С. 145-149.
37. Чорна Л. В. Інноваційні кластерні структури в туризмі регіону. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Черкаси, 18–19 берез. 2021 р.): у 2 т. М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Т. 1. Черкаси: ЧДТУ, 2021. С. 142–145.
38. Чудновський А. Д. Управління індустрією туризму: навч. посібник. К.: КНОРУС, 2010. 189 с.
39. Школа І. М., Ореховська Т. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону : монографія. Чернівці : Книга – XXI, 2007. 292 с.

40. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2014. № 34. С. 292-301.

41. European Capitals of Smart Tourism. URL: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/europeancapitals-smart-tourism_en

42. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. United Nations Publication Sales. 2010. No. E.08.XVII.28. URL : http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf

43. Global Council on Sustainable Tourism, The Case for Responsible Travel: 2019 Trends and Statistics from CREST. 2019. URL: <https://www.gstcouncil.org/case-responsible-travel-trendsstatistics-2019>

44. The European Commission launched the competition for the 2021 European Capitals of Smart Tourism on 22 April 2021. URL: https://smarttourism-capital.ec.europa.eu/index_en.

45. The Largest Hotel Chains In The World. URL: <http://www.worldatlas.com>

46. UNWTO and UNDP, Tourism and the sustainable development goals – journey to 2030. 2017.

47. UNWTO. “Restarting tourism”. 2020. URL: <https://www.unwto.org/restarting-tourism/>

