

УДК 338.48

Опубліковано 28 листопада 2021 року

# ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

**РОЇК Оксана Романівна** 

кандидат економічних наук, асистент кафедри туризму  
Національного університету «Львівська політехніка»  
УКРАЇНА

**Анотація:** У статті досліджено економічні аспекти розвитку туризму у сучасних умовах. На основі комплексного аналізу визначено сучасний стан розвитку туристичної сфери в Україні, висвітлено її особливості, проблеми та відображено перспективи розвитку в майбутньому як важливого сектору економіки та соціальної сфери. Визначено доцільний напрям комплексного вивчення проблематики туризму, що забезпечило виконання нагальних завдань: розгляд основних функцій туризму; аналіз сучасного стану розгортання туристичних процесів в умовах пандемії COVID-19. Викладено теоретичні передумови та обґрунтовано доцільність вирішення проблем розвитку сфери туризму як економічної категорії. Доведено, що оцінка економічного ефекту туристичної діяльності повинна базуватися на визначенні показника, який характеризує результативність господарської діяльності суб'єктів.

## ВСТУП.

Туристична сфера в Україні, як і світі загалом, виступає важливою складовою соціально-економічного розвитку. За даними досліджень, позитивний вплив туризму на економічну діяльність постійно зростає [1]. Зокрема, розвиток туризму в Україні суттєво впливає на такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів та послуг, та є одним з найперспективніших напрямів структурної перебудови економіки, що підтримує національні традиції, стимулює розвиток народних промислів, відродження рецептів приготування цікавих і смачних страв, вимагає збереження природи та створення сприятливих соціальних умов для свого функціонування.

Розвиток туристичної сфери є важливою складовою частиною економіки регіонів України, тому вдосконалення та покращення розвитку туристичної галузі в регіонах у сучасних тенденціях світової

економіки дає мотивацію супутнім галузям, таким як торгівля, харчова промисловість, будівництво, транспорт, сільське господарство, підприємства малого та середнього бізнесу, а також формує концепції успішного розвитку країни. Розвиток туристичної галузі України дає змогу вирішувати проблему зайнятості та зростання доходів населення. Також туризм є важливим джерелом валютних надходжень, позитивно впливає на розвиток торгівлі, є прискорювачем соціальних змін у суспільстві, стимулює розвиток та модернізацію транспортно-комунікаційної інфраструктури, а також відіграє важливу роль у подоланні негативних наслідків в економіці країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що проблемам та тенденціям розвитку й функціонування туристичної галузі України було приділено увагу в роботах вітчизняних учених, таких як О.О. Бейдик [1], В.Ф. Кифяк [2], В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська [3], М.В. Борушак [4], Т.І. Ткаченко [5], В.К. Федорченко, В.С. Пазенок, О.А. Кручек, Т.А. Дьорова, О.О. Любіцева [6], Г.І. Михайліченко [7], Т.В. Гринько [8; 9], В.Г. Герасименко [10], Є.А. Фалько [11], В.М. Пестушко [12]. Згадані науковці та практики здійснили вагомий внесок у теоретичні основи розвитку туристичної діяльності, виявлення чинників впливу на розвиток туристичної галузі, механізмів функціонування, вивчення ресурсного потенціалу в туристичній галузі України, стратегій розвитку туризму в регіонах тощо. Провівши аналіз публікацій з вищеназваних питань, можемо зробити висновок про існування як позитивних зрушень та тенденцій у розвитку туристичної галузі, так і проблемних питань у туристичній діяльності підприємств України. Туристична галузь України потребує постійної уваги та вивчення, а також виокремлення сучасних світових тенденцій у розвитку для підвищення ефективності її функціонування, особливо в умовах розгортання пандемії COVID-19.

## **ОСНОВНА ЧАСТИНА.**

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства і розглядається і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. Нині туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку ХХІ ст. туризм за обсягами доходу

справедливо посів третє місце серед провідних галузей світової економіки.

Туризм – це перш за все категорія економічна, тому що держава, приймаючи туриста, продає йому місцеві послуги, створює робочі місця для своїх громадян, отримує величезні доходи від ввезення валюти. У багатьох країнах туризм є найбільш прибутковим видом економічної діяльності і суттєвим джерелом надходжень від експорту та зростання національної економіки.

У сучасній світовій практиці як основні показники економічного ефекту туристичної індустрії для національної економіки тієї або іншої країни використовують такі змінні: вклад туризму у створення національного доходу; частку доходів від туризму в експорті країни; частку витрат на туризм в імпорті країни; кількість робочих місць в туризмі; вплив туристичної індустрії на регіональний розвиток.

Таким чином, можна виділити наступні основні економічні функції міжнародного туризму: прибуткову, зовнішньоекономічну (баланс доходів від туризму та витрат на нього), посилення диверсифікації економіки шляхом створення галузей, що обслуговують сферу туризму, створення нових робочих місць.

У даний час туризм забезпечує близько 3,8% світового ВВП і близько 11% з урахуванням непрямого впливу. Частка туризму у ВВП більшості країн коливається від 1% у високорозвинених і диверсифікованих економіках до 10% у країнах з відносно великим туристським сектором (Німеччина – 0,9%, США – 1, Великобританія – 1,9, Іспанія – 4,2, Австрія – 8,5%). Однак у багатьох малих країнах цей показник перевищує середні значення (у деяких острівних державах туризм забезпечує понад 50% ВВП: Антигуа – 58%, Багамські острови – 52, Бермудські острови – 35%). У той же час занадто висока частка надходжень від туризму у ВВП свідчить про вразливість економіки у разі зміни світової кон'юнктури. Оптимальною виглядає цифра 2-10% [1].

Туризм також істотно впливає на зайнятість населення. Але оскільки він охоплює безліч різноманітних секторів економіки, точно оцінити чисельність працівників, зайнятих у цій сфері, складно. Більш того, реальну оцінку утруднював специфічний характер праці та різноманітні зв'язки між туристичною та іншими сферами економіки. Однозначно можна відзначити, що незалежно від рівня розвитку країни туризм створює значну кількість робочих місць. Такий вплив туризму на

зайнятість стає визначальним для невеликих країн, де понад 50% працездатного населення залучено до діяльності, прямо або опосередковано пов'язану з туризмом у певний час року. На відміну від них, у великих індустріальних країнах у туристській галузі працює тільки 5% працездатного населення. Наприклад, у країнах Європейського союзу кожне сьоме робоче місце пов'язано з туризмом, в Східній Європі – кожне дванадцяте. У країнах, що розвиваються, в індустрії туризму створюється більше нових робочих місць, ніж в інших галузях економіки.

За даними СOT, в 2000 р. у світі в індустрії туризму зайнято близько 192 млн. осіб (8% від загальних показників зайнятості). У туристичній індустрії країн Європейського союзу працюють 65% всього працюючого населення. Більшу частину трудових ресурсів в туризмі поглинають готельне і ресторанне господарство, транспортні підприємства, туроператори і турагенти. При цьому, за експертними оцінками В.Г. Гуляєва, на одного працівника, зайнятого в туристичній галузі припадає 1,5 людей, зайнятих в супутніх галузях торгівлі, побутовому обслуговуванні, зв'язку, страхування та ін.).

Для визначення впливу міжнародного туризму на зміну одного з економічних показників даний коефіцієнт помножують на витрати туристів. При оцінці значення мультиплікатора важливо визначити його вид. Таким чином, хоча міжнародний туризм і володіє значним потенціалом як інструмент економічного розвитку, він не є засобом від усіх економічних проблем. Уряд має докласти чимало зусиль до оптимізації, а не максимізації прибутку від туризму, беручи до уваги ті витрати, які може спричинити за собою його розвиток. Слід зазначити, що можливість виникнення і величина витрат від туризму для країн, що розвиваються, набагато вище, ніж для процвітаючих. Розвинені країни за визначенням мають сильну економіку, яка здатна з легкістю покрити всі витрати туризму. Зазвичай економіки таких країн диверсифіковані, а урядові інвестиційні програми зосереджені не тільки на туризмі.

Динаміка основних показників, що характеризують розвиток туризму в Україні подана в табл. 1. Як свідчить аналіз даних у таблиці 1, ключові показники туристичної діяльності в Україні є досить низькими і мають понижувальну тенденцію. Так, загальний внесок туризму у ВВП залишається вкрай низьким, зважаючи на значний туристично-рекреаційний потенціал країни, і дещо зменшився із 7,5% у 2014 р. до 5,2 % у 2019 р.; практично на половину скоротилися доходи від туризму – від

5931 млн. дол. США у 2014 р. до 1999 млн. дол. США у 2019 р.; знизився також загальний внесок туризму в зайнятість до 4,7% у 2019р. (на противагу 7,0% у 2012 р.).

Таблиця 1

**Динаміка основних показників розвитку туризму в Україні**

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Туризм, загальний внесок в ВВП (частка, %)	7,5	7,6	5,5	5,4	5,4	5,6	5,4	5,2
Туризм, прямий внесок в ВВП (частка, %)	2,05	2,04	1,42	1,43	1,45	1,45	1,44	1,39
Туризм, прямий внесок в зайнятість (частка, %)	1,9	1,8	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,2
Туризм, загальний внесок в зайнятість (доля, %)	7,0	6,8	4,9	4,8	4,9	5,0	4,9	4,7
Частка державних інвестицій в туристичну сферу (% від загальних інвестицій)	2,4	2,3	2,2	2,1	1,9	1,9	2,3	2,4
Туризм, державні витрати (частка від загальних витрат, %)	5,0	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	5,6	5,6
Витрати міжнародних туристів в середині країни (млрд. дол. США)	5,7	5,7	2,0	1,4	1,5	1,7	2,0	2,2
Міжнародний туризм, доходи (% від загального експорту)	6,9	7,3	3,5	3,5	3,7	3,7	3,8	4,1
В'їзний туризм, доходи млрд. дол. США	4,82	5,08	1,61	1,08	1,08	1,26	1,45	1,62

дані сформовано з [12]

Проте, для розвитку туристичної сфери в Україні існують усі передумови. Так, маючи вигідне геополітичне розташування, Україна володіє значним рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, різноманітним рельєфом, мережею транспортних сполучень, культурною спадщиною тощо. Крім цього, в Україні дедалі частіше розробляються нові маршрути, розвивається готельна інфраструктура, підвищується рівень обслуговування туристів і зростає відвідуваність туристичних об'єктів. У сукупності ці передумови й сприяють динамічному розвитку туристичного бізнесу в Україні, про що свідчить аналіз туристичних потоків (табл. 2).

Таблиця 2

**Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами,  
за видами туризму, осіб**

	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2010	2280757	335835	1295623	649299
2011	2199977	234271	1250068	715638
2012	3000696	270064	1956662	773970
2013	3454316	232311	2519390	702615
2014	2425089	17070	2085273	322746
2015	2019576	15159	1647390	357027
2016	2549606	35071	2060974	453561
2017	2806426	39605	2289854	476967
2018	4557447	75945	4024703	456799
2019	6132097	86840	5524866	520391
2020	2360278	11964	2125702	222612

дані сформовано з [13]

Аналіз динаміки туристичних потоків дає можливість стверджувати, що в Україні впродовж 2010–2019 рр. спостерігалось збільшення кількості всіх категорій туристів. Згідно з даними аналізу, з 2018 р. позитивна динаміка туристичних потоків відновила. Так, упродовж останніх років в Україні спостерігається динамічний розвиток в'їзного туризму, відносно стабільний розвиток виїзного туризму та стабільна динаміка внутрішніх потоків, які можуть свідчити про підвищення рівня конкурентоспроможності України на міжнародній арені. У 2019 р. відбулося збільшення кількості туристів за всіма категоріями, причому більшою мірою збільшилася кількість іноземних громадян, які відвідували Україну (порівняно з 2017 р. їх кількість збільшилася на 4,6 млн. осіб, або на 18,1%). Проте, вплив пандемії COVID-19 негативно вплинув на динаміку туристичних потоків у країні. У 2020р. спостерігається скорочення туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, майже у три рази, тоді як іноземних туристів – у 7,3 рази, виїзних та внутрішніх туристів – наполовину.

Для України, як і для більшості країн світу, 2020-й рік став випробуванням на стійкість. Пандемія коронавірусу, без перебільшення, наклала свій відбиток на всі сфери суспільного життя. У подальшому боротьба з пандемією коронавірусу в Україні відбувалася в умовах необхідності швидкої адаптації до загрози COVID-19, а також напрацюванні ефективних методів протидії їй. Деякі рішення, як суцільний локдаун навесні 2020 р., були не до кінця виваженими, деякі, як запровадження адаптивного карантину, мали кращий вплив як на протидію пандемії, так і на економічні процеси. Амбітними завданнями для України будуть залишатися продовження боротьби з пандемією коронавірусу, зокрема, і забезпечення вакцинавання населення, і протидія економічним наслідкам пандемії. Простий шлях (урізання витрат, емісія, популізм) не є ефективними виходом із ситуації. Повернення показників туристичної сфери до докризового рівня не буде швидким [14].

Туристичний сектор України забезпечує понад 1 млн. робочих місць. Усе ще дуже складно прогнозувати результати карантинних обмежень для туристичного сектору України у 2020р. Проте більшість експертів вважають, що туризм перебуває в повному занепаді та досяг лише однієї третьої частини рівня 2019р. [14]. Про це свідчить перш за все негативна динаміка серед туристичних підприємств. Протягом 2019-2020 рр. кількість туроператорів та турагентів (юридичних осіб) зменшилася на 236 підприємств, з них на 86 од. – туроператори, на 150 од. – турагенти. Не менш негативною спостерігається і динаміка серед турагентів – фізичних осіб-підприємців, де за аналізований період відбулося скорочення на 338 підприємств (див. табл. 3).

Таблиця 3

### Кількість туроператорів та турагентів в Україні

	Кількість туроператорів та турагентів – юридичних осіб	З них		Кількість турагентів – фізичних осіб – підприємців
		туроператори	турагенти	
2019	1797	538	1259	2644
2020	1561	452	1109	2306

дані сформовано з [13]

У зв'язку з різким падінням економічної активності працівники туристичного сектору зіткнулися з катастрофічним скороченням робочого часу та втратою роботи. У нинішніх умовах більше 80% підприємств туристичної галузі змушені були задекларувати збиток. 9% від цих 80% збанкрутували [14] (табл. 4).

Таблиця 4

**Кількість і вартість реалізованих туроператорами  
та турагентами туристичних пакетів**

	Кількість реалізованих туристичних пакетів, од		Вартість реалізованих туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ), тис.грн	
	2019	2020	2019	2020
Реалізовано туристичних пакетів, усього	2933680	1225131	60051850,2	27617877
<i>у тому числі</i> іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	1246128	513553	16548029,0	10613354
туристам	2099044	904477	53212656,8	22143535
<i>з них</i> внутрішнім туристам для подорожі по Україні	238402	162258	1428696,8	943509,5
виїзним туристам для подорожі	2217583	924339	61143367,9	26265355
в'їзним (іноземним) туристам	54551	10779	349427,7	73680,9

дані сформовано з [13]

Не менш у складній ситуації опинилися і заклади розміщення. Кількість закладів розміщення у 2020р. становила 4523 од., тоді як у 2019 р. – 5335 од., скоротившись на 812 од. Кількість осіб, що перебували у колективних закладах розміщення у 2020 р. скоротилася на половину (на 3581,4 тис. чол.), з них іноземців з 959,4 тис. чол. у 2019 р. до 254,4 тис. чол. у 2020 р. (див. табл. 4).

Таблиця 4

**Коллективні засоби розміщування  
(з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців)**

	Кількість колективних засобів розміщування, од.	Кількість місць у КЗР, тис. од	Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис.	
			усього	з них іноземці
2011	5882	567,3	7426,9	1427,7
2012	6041	583,4	7887,4	1554,8
2013	6411	586,6	8303,1	1665,1
2014	4572	406,0	5423,9	551,5
2015	4341	402,6	5779,9	665,8
2016	4256	375,6	6544,8	863,7
2017	4115	359,0	6661,2	824,5
2018	4719	300,0	7006,2	917,9
2019	5335	370,6	6960,9	959,4
2020	4523	312,1	3379,5	254,4

дані сформовано з [13]

Стосовно податкових надходжень від суб'єктів туристичного бізнесу на ринку туристичних послуг, лише від цих галузей за березень-вересень 2020 року державний та місцеві бюджети, порівняно з 2019 роком, недоотримали 650 млн. грн. Найбільше постраждали від запровадження карантину туристичні агентства та оператори. У березні-вересні 2020 року відрахування від цього бізнесу, порівняно з 2019 роком, упали на 49%. В абсолютних числах падіння податкових надходжень становило 210,6 млн. грн. [16].

Закриті кордони та зупинка пасажирського авіасполучення призвели до того, що обсяги сплачених туристичними агентствами податків за червень знизилися у 3,4 разу. Навіть попри поступове послаблення карантину, у традиційно «високий» літній сезон турагентства сплатили до бюджету податків на 130 млн. грн. менше, ніж роком раніше [15].

За даними Української асоціації туристичних агенцій значна частина туристичних компаній працюють у збиток. За перші дев'ять місяців 2020 року обсяги продажів членів нашої асоціації знизилися приблизно на 50%. Відповідно, не всі фірми вийшли навіть на рівень самоокупності.

Більшість турів, які українці купували протягом карантинного літа, були до Туреччини. Європейські країни та екзотичні напрямки для українських туристів досі недоступні. Частково ситуацію врятувало те, що частина туристів, які раніше мандрували самостійно, тепер стали звертатися до турагентів за пакетними турами.

Скоротилися доходи і готельної сфери. За шість карантинних місяців українські готелі та заклади, які надають послуги з розміщення, сплатили податків на понад пів мільярда гривень менше, ніж у березні-вересні 2019 року. Найстрімкішим падіння надходжень від галузі було у квітні – майже втричі порівняно з аналогічним місяцем 2019 року. З липня готелі збільшують відрахування до бюджетів, однак вони значно менші порівняно з докарантинним періодом [16].

Ресторани та заклади мобільного харчування скоротили відрахування до бюджетів на 23% або 535,5 млн. грн. Найважчим для представників цього бізнесу був квітень, після чого почалося поступове відновлення. У вересні ресторани майже вийшли на показники 2019 року. Як видно з рис. 2.8, з початку карантину споживання впало на 30-40%. Деякі заклади переходили на такий варіант сервісу як доставка їжі, проте це не дуже допомогло. За оцінками фахівців, доходи галузі за результатами 2020 р. можуть знизитися на 30%, а ринок може недорахуватися 15-20% гравців [16].

Податкові відрахування під час карантину відчутно зменшили і пасажирські авіаперевізники. За березень-вересень 2020 року до бюджетів надійшло лише 270 млн. грн., що на 49% менше, ніж у 2019 році [16].

Наразі підприємці ще не оговталися від наслідків попереднього жорсткого карантину. Більшість членів асоціації розраховує надолужити втрачені через локдаун позиції протягом наступних шести місяців. Щоб досягнути докарантинного рівня розвитку, більшості середніх та великих бізнесів знадобиться від шести місяців до року, малому бізнесу – від одного до кількох років. Попри невизначеність щодо подальшого перебігу пандемії та ймовірності оголошення нового жорсткого карантину, бізнес не втрачає оптимізму. 86% членів ЄБА очікують, що фінансові результати їхніх компаній за 2020 рік покращаться або принаймні не погіршаться [17].

При розробці антикризового плану з подолання наслідків впливу COVID-19 на туристичний сектор в Україні необхідно врахувати

рекомендації Глобального кризового комітету з туризму, які розподілені за трьома основними напрямками [18; 19]:

1. Управління кризою та пом'якшення наслідків: збереження робочих місць; підтримки самозайнятих працівників; забезпечення ліквідності; сприяння розвитку навичок та перегляду податків, зборів та норм, що стосуються подорожей та туризму.

2. Забезпечення стимулу та прискорення відновлення, зокрема надання фінансових стимулів, включаючи сприятливу податкову політику; скасування обмежень на поїздки, як тільки це дозволить ситуація; сприяння спрощенню оформлення віз; підвищення довіри споживачів.

3. Підготовка до майбутнього: приділяти більше уваги ролі туристичного сектору в економіці країни та досягненні цілей сталого розвитку; розробляти плани готовності до викликів майбутнього та використовувати цю можливість для переходу до циркулярної економіки.

Сьогодні криза, пов'язана з пандемією COVID-19 змусила туристичний бізнес вийти з зони комфорту та шукати інноваційні шляхи розвитку та діяльності. На нашу думку, для того щоб туризм відновився після кризи, його слід реанімувати упровадженням різного роду новацій. Зробити це можна багатьма шляхами. Але, основними мають стати – державна підтримка туризму та підприємницьких ініціатив у даній сфері, поліпшення сервісу, зокрема у сфері гостинності, та посилення інформаційної компанії, зокрема в мережі Інтернет.

### **ВИСНОВКИ З ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ.**

Таким чином, розвиток туризму дає країні наступні переваги: збільшення грошового потоку, у тому числі приплив іноземної валюти, а отже, і зростання доходів населення; зростання валового національного продукту (ВНП); поповнення бюджету через збільшення податкових зборів приймаючого регіону та інших надходжень; створення нових робочих місць, тобто збільшення зайнятості населення; залучення капіталу, в тому числі іноземного; ефект мультиплікатора розвиваючи сферу туризму, країна поступово розвиває й інші галузі; розвиток інфраструктури; реформування структури відпочинку, яка може бути використана як туристами, так і місцевим населенням; підвищення якості життя місцевих жителів унаслідок демонстраційного ефекту.

До недоліків, пов'язаних з розвитком міжнародного туризму, можна віднести: зростання цін на місцеві товари і послуги, на земельні та інші природні ресурси і нерухомість; відтік грошей за кордон при туристичному імпорті; можливість обмеження розвитку інших галузей; сезонний характер туризму; екологічні і соціальні проблеми.

Ступінь впливу туризму на країну, регіон або туристичний центр зводиться до трьох основних чинників сталого розвитку туризму: 1) екологічного – забезпечує сумісність розвитку туризму із збереженням навколишнього середовища і різноманіття біологічних ресурсів; 2) соціально-культурного – забезпечує сумісність розвитку з культурою і цінностями місцевого населення туристських рекреацій; 3) економічного – забезпечує економічну ефективність розвитку і управління ресурсами за для їх збереження для майбутніх поколінь. Сталий туризм визначається як зразкова форма економічного розвитку, цілями якої є: поліпшення якості життя приймаючого населення; забезпечення високого рівня вражень у відвідувачів; підтримання якості навколишнього середовища, від якої залежать як населення, так і відвідувачі.

COVID-19 продемонстрував надзвичайну важливість потреби сектору швидко адаптуватися до змін. Ключові зрушення для розвитку туризму після COVID19 – це оцифровка, підтримка суб'єктів туристичної діяльності та безпосередньо представників малого та середнього бізнесу на всіх етапах виходу з кризи, збереження робочих місць, турбота про захист мандрівників, а також дані та дослідження для виявлення тенденцій, які можуть допомогти у відновленні туризму [20].

Для того, щоб запустити галузь після сезону, який, як свідчать наявні дані, було втрачено, потрібно перш за все, розпочати реалізацію програм з підтримки бізнесу, збереження робочих місць туристичного сектору та відновити впевненість людей у безпеці подорожей.

Україна повинна переглянути пріоритети, визначені в Плані подолання наслідків коронакризи та включити заходи спрямовані на підтримку та збереження туристичної галузі, а також на перепланування та прискорення всіх внутрішніх видів діяльності (реорганізація, законодавча база, статистика). Зрозуміла та доступна статистика туризму має стати підставою для прийняття стратегічних рішень як підприємцями так і органами влади.

Розробка програм підтримки та їхня імплементація мають базуватися на принципах солідарності, конкурентоспроможності, стійкості, захисті зайнятості, захисті доходів та участі соціальних партнерів.

В якості важливих заходів антикризового плану необхідно розглянути наступні: провести консультації з учасниками ринку туристичних послуг з метою підготовки антикризових заходів та стратегії розвитку туристичної галузі (з урахуванням наслідків коронакризи); в регіонах, привабливих для внутрішнього туризму, здійснити підготовку регіональних стратегій стимулювання розвитку туризму та рекреації в посткарантинних умовах; забезпечити швидке поширення інформації щодо можливого обмеження подорожей та їх скасування в розрізі як регіонів України, так і основних країн виїзного туризму в залежності від ступеня епідемічної загрози; забезпечити механізм відшкодування коштів туристу за невикористані ваучери; встановити механізм моніторингу впровадження заходів підтримки для малого та середнього бізнесу та працівників, зокрема ліквідності, кредитування та прозорості заходів підтримки; запровадити прозорий механізм використання отриманих до місцевих бюджетів коштів від туристичного збору виключно на розвиток внутрішнього туризму, супутньої інфраструктури та покращення стану довкілля; розробити та імплементувати програми, спрямовані на розвиток інновацій та цифровізацію туризму; сприяти підвищенню конкурентоспроможності та гнучкості шляхом інвестування в освіту та розвиток навичок представників сектору; забезпечити посилення координації та партнерських відносин з учасниками сектору з метою трансформації туризму.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

- [1] Бейдик, О. О. (2001). *Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія*. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет».
- [2] Кифяк, В. Ф. (2003). *Організація туристичної діяльності в Україні*. Чернівці: Книги – XXI.
- [3] Бабарицька, В. К. & Малиновська, О. Ю. (2004). *Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-теоретичні основи*. Київ: Альтер-прес.
- [4] Борушак, М. В. (2006). *Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів*. Львів: ІРД НАН України.
- [5] Ткаченко, Т. І. (2006). *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу*. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет.
- [6] Федорченко, В. К., Пазенок, В. С., Кручек, О. А., Дьорова, Т. А., ... Любіцева, О. О. (2013).

- Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму.* Київ: ВЦ «Академія».
- [7] Михайліченко, Г. І. (2012). *Інноваційний розвиток туризму.* Київ: Київський національний торговельно-економічний університет.
- [8] Гринько, Т. В. (2012). Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі міжнародного туризму в Україні. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка»*, 6(4) (10/1), 12-16.
- [9] Гринько, Т. В. (2013). Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери. *Економіка, фінанси, право*, (5), 13-15.
- [10] Герасименко, В. Г. (ред.). (2013). *Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку.* Одеса: Астропринт.
- [11] Фалько, Є. А. (2014). *Розвиток інформатизації міжнародного туристичного бізнесу в умовах глобалізації* (дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.02). Дніпро. Україна.
- [12] World Data Atlas. (2021). Retrieved from: <https://knoema.ru/atlas>.
- [13] Державна служба статистики України. (2021). Вилучено з <http://www.ukrstat.gov.ua>.
- [14] Світлична, В. Ю. (2020). *Туристична сфера: пошук шляхів подолання кризи в умовах глобальних карантинних обмежень.* Комунальне господарство міст, 5 (158), 24-31. <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2020-5-158-24-31>.
- [15] Шацька, З. Я. & Акульшин, М. І. (2018). Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери туризму в Україні. *Економіка і суспільство*, (19), 699-705.
- [16] UNWTO World Tourism Barometer. (2020). Retrieved from <http://mkt.unwto.org/barometer>.
- [17] Бігус, М. М., Гальків, Л. І. & Добушовський, П. А. (2020). Туристичний бізнес під впливом сучасних змін, зумовлених світовими викликами. *Науковий погляд: економіка та управління*, (3), 7-12. <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-69-1>.
- [18] Демків, Ю. М. & Стукач, Т. М. (2020). Українська туристична галузь у світовому середовищі: адаптація за умов впливу глобальної міжнародної кризи COVID-19. *Бізнес-навігатор*, (4), 18-25. <https://doi.org/10.32847/business-navigator.60-3>
- [19] Апельт, Г. В. (2020). Визначення змін у туристичній галузі, що сформувалися під впливом загальноприйнятих заходів безпеки у зв'язку з пандемією COVID-19. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*, (43), 58-62. <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2020-43-9>.
- [20] Даниліна, С. О., Коцюрубенко, Г. М. & Шикіна, О. В. (2020). Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*, (52-1), 29-34. <https://doi.org/10.32843/bses.52-4>.