

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет транспорту, менеджменту і логістики
Кафедра логістики

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри логістики

Григорак М.Ю.
(підпис, П.І.Б)
«07» грудня 2020 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ

«МАГІСТР»

ТЕМА: «Управління ланцюгами постачання туристичними
послугами України в умовах пандемії»

зі спеціальності 073 «Менеджмент»
(шифр і назва)

освітньо-професійна програма «Логістика»
(шифр і назва)

форма навчання денна

Виконавець: Таловір Юлія Юріївна
(прізвище, ім'я та по батькові) (підпис, дата)

Науковий керівник: Смерічевська С.В.
(прізвище та ініціали) (підпис, дата)

Нормоконтролер: Кабан Н.Д.
(прізвище та ініціали) (підпис, дата)

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет транспорту, менеджменту і логістики
Кафедра логістики

Освітнього ступеня магістр

Форма навчання

денна

Спеціальність

073 «Менеджмент»

(шифр найменування)

Освітньо-професійна програма

«Логістика»

(шифр найменування)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри логістики

Григорак М.Ю.

(підпис,

П.І.Б)

«05» жовтня 2020 р.

ЗАВДАННЯ

НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Таловір Юлії Юріївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема дипломної роботи: «Управління ланцюгами постачання туристичними послугами України в умовах пандемії» затверджена наказом ректора від 06 жовтня 2020 р. № 1932/ст.

2. Термін виконання роботи: з 05.10.2020 р. до 31.12.2020 р.

3. Дата подання роботи на випускню кафедру 07.12.2020 р.

4. Вихідні дані до проекту: загальна та статистична інформація щодо розвитку туристичної галузі в світі та в Україні, показники діяльності туристичних операторів, які є лідерами туристичної галузі, літературні джерела з логістики та управління ланцюгами постачання туристичних послуг, інтернет-джерела.

5. Зміст пояснювальної записки: особливості управління ланцюгами постачання туристичних послуг; діагностика проблем та ризиків для вітчизняних туристичних компаній, які виникли в результаті пандемії; обґрунтування необхідності розвитку в Україні внутрішнього туризму, зокрема, екотуризму, та доцільності об'єднання туристичних компаній в кластери для подолання наслідків пандемії.

6. Перелік обов'язкового графічного матеріалу: таблиці, діаграми, графіки, схеми, що ілюструють теперішній стан проблеми та методи їх вирішення.

Календарний план – графік

№ п/п	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1	2	3	4
1.	Вивчення та аналіз наукових статей, літературних джерел, нормативно-правової документації, підготовка першого варіанту вступу та теоретичного розділу	05.10.20- 18.10.20	виконано
2.	Збір статистичних даних, проведення хронометражу, виявлення, підготовка першого варіанту аналітичного розділу	19.10.20- 01.11.20	виконано
3.	Розробка проектних пропозицій та їх організаційно-економічне обґрунтування, підготовка першого варіанту проектного розподілу та висновків. Редагування перших варіантів дипломної роботи	02.11.20- 24.11.20	виконано
4.	Підготовка остаточного варіанта дипломної роботи, перевірка у нормоконтролера	25.11.20- 30.11.20	виконано
5.	Узгодження роботи з науковим керівником, одержання відгуку наукового керівника, подання на кафедру логістики для допуску до захисту, одержання внутрішньої та зовнішньої рецензій, довідки про успішність	01.12.20- 06.12.20	виконано
6.	Подання дипломної роботи на кафедру логістики	07.12.20	виконано

Студент _____
(підпис)

Керівник дипломної роботи _____
(підпис)

8. Консультанти з окремих розділів роботи:

Розділ	Консультант (посада, П.І.Б.)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	проф., д.е.н. Смерічевська С.В.	05.10.20	05.10.20
Розділ 2	проф., д.е.н. Смерічевська С.В.	19.10.20	19.10.20
Розділ 3	проф., д.е.н. Смерічевська С.В.	02.11.20	02.11.20

9. Дата видачі завдання «05» жовтня 2020 р.

Керівник дипломної роботи: _____ Смерічевська С.В.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання: _____ Таловір Ю.Ю.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Управління ланцюгами постачання туристичними послугами України в умовах пандемії»: 100 сторінок, 34 рисунків, 8 таблиць, 82 використаних джерел.

ПЕРЕЛІК КЛЮЧОВИХ СЛІВ: УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ, ЛОГІСТИКА, ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ, КРИЗА, ПАНДЕМІЯ, ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ, ЕКОТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР.

В дипломній роботі дано теоретико-методичне обґрунтування напрямків трансформації управління ланцюгами постачання туристичних послуг в умовах карантинних обмежень, спричинених пандемією COVID-2019.

У теоретичному розділі роботи охарактеризована роль туризму для розвитку економіки країни, особливості управління ланцюгами постачання туристичних послуг та їх ризики в умовах пандемії.

В аналітичному розділі проаналізовані сучасні тренди розвитку міжнародного ринку туристичних послуг, проведені дослідження зі стану ринку туристичних послуг в Україні до пандемії та діяльності найбільших світових туристичних операторів під час Covid-19. Також була проведена діагностика проблем діяльності українських туристичних компаній під час пандемії.

В рекомендаційному розділі роботи запропонований комплекс заходів з подолання кризи в туристичній галузі, спричиненої пандемією; перспективні напрями розвитку екотуризму та впровадження кластерної моделі управління ланцюгами постачання туристичних послуг в умовах пандемії.

Матеріали дипломної роботи рекомендується використовувати у роботі туристичних агенств, логістів, управлінців, менеджерів туристичних та логістичних компаній.

ABSTRACT

Thesis gives a theoretical and methodological justification for the transformation of the management of supply chains of tourist services in the quarantine restrictions caused by the pandemic COVID-2019.

The theoretical section of the work describes the role of tourism for the development of the country's economy, the features of the management of supply chains of tourist services and their risks in a pandemic.

The analytical section analyzes the current trends in the international market of tourist services, conducted research on the state of the market of tourist services in Ukraine before the pandemic and the activities of the world's largest tour operators during Covid-19. Diagnosis of the problems of Ukrainian tourism companies during the pandemic was also carried out.

The recommended section of the work proposes a set of measures to overcome the crisis in the tourism industry caused by the pandemic; perspective directions of ecotourism development in the conditions of a pandemic; cluster model of tourism supply chain management in a pandemic.

Thesis materials are recommended for use in travel agencies, logisticians, managers, managers of travel and logistics companies.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ	7
ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	10
1.1 Роль туризму для розвитку економіки країни	10
1.2 Особливості управління ланцюгами постачання туристичних послуг	22
1.3 Ризики в управлінні ланцюгами постачання в умовах карантину, спричиненого світовою пандемією	28
Висновки за розділом 1	34
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	35
2.1 Характеристика сучасних трендів розвитку міжнародного ринку туристичних послуг	35
2.2 Аналіз стану ринку туристичних послуг в Україні до пандемії	41
2.3 Аналіз діяльності найбільших світових туристичних операторів під час Covid-19.....	47
2.4 Діагностика проблем діяльності українських туристичних компаній під час пандемії	53
Висновки до розділу 2	61
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ В УМОВАХ КАРАНТИНИХ ОБМЕЖЕНЬ, СПРИЧИНЕНИХ COVID-19	62
3.1 Комплекс заходів подолання кризи в туристичній галузі, спричиненої пандемією.....	62
3.2 Перспективні напрями розвитку екотуризму в умовах пандемії	72
3.3 Обґрунтування кластерної моделі управління ланцюгами постачання туристичних послуг в умовах пандемії.....	79
Висновки до розділу 3	90
ВИСНОВОК.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	94

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ЛП – ланцюг постачання

ЗУ – Закон України

ЄС – Європейський Союз

ПП – приватний підприємець

ФОП – фонд оплати праці

ТО – туроператор

ТА – турагент

МОП – Міжнародної організація праці

МЕРТ – Міністерство розвитку економіки, розвитку, торгівлі

ВСТУП

На сьогодні у діяльності туристичних підприємств великої актуальності набувають теми щодо вдосконалення управління процесами обслуговування споживачів на туристичних фірмах. Нестабільна економічна ситуація, коливання попиту на туристичний продукт вимагає від компаній постійного розгляду питань та аналізу кон'юнктури ринку туристичних послуг, аби змінювати їх асортиментну структуру в обсягах, достатніх для задоволення потреб клієнтів.

Удосконалення процесів менеджменту та впровадження новітніх підходів логістики у туризмі тісно зв'язано із реальними можливостями та перспективами розвитку в Україні. Туризм у регіональній економіці набув важливого значення, адже ця галузь надає велику частину податкових надходжень до місцевого бюджету, можливість розвитку як для усього регіону, так і для інфраструктури туристично-рекреаційної сфери.

Логістика туризму – є відносно новим науково-практичним напрямом, що вивчає логістичні особливості у сфері діяльності туризму. Тобто організація та управління цією галуззю тісно пов'язані з основними принципами логістики. Завдяки правильному застосуванню логістичних засад в менеджменті туристичних підприємств прибутковість туристської діяльності можна підвищити. Це можливо реалізувати шляхом зменшення витрат та підвищення рівня логістичної координації всіх операцій з обслуговування туристів. Туристична послуга включає в себе декілька частин. Сюди можна віднести і транспортування, і заклади відпочинку та харчування, фінансову складову, інформаційне та програмне забезпечення, екскурсійна програма, готельно-ресторанну інфраструктуру.

Актуальність тем полягає в тому, що туристичний сектор є важливою складовою в економіці України. У період пандемії всі підприємства туристичної галузі зазнали збитків. Для того, аби дана сфера змогла існувати

надалі, існує потреба у розробці шляхів виходу з кризи, спричиненої пандемією COVID-19. Зважаючи на вказане, дане питання є актуальним та потребує пошуково-аналітичних та практичних розробок.

Об'єкт дослідження – ланцюги постачання туристичних послуг в умовах пандемії.

Предмет дослідження – процес управління ланцюгами постачання туристичних послуг в умовах пандемії.

Мета дипломної роботи – розробка пропозицій щодо вдосконалення управління ланцюгами постачання туристичних послуг в Україні в карантинних умовах, спричинених пандемією Covid-2019.

Було вирішено такі задачі: визначено роль туристичного сектора для економіки країни; зазначено особливості в управлінні ланцюгами постачання туристичними послугами та їх можливі ризики в умовах карантину; був проведений аналіз сучасних трендів розвитку міжнародного ринку туристичних послуг та аналіз стану ринку туристичних послуг в Україні до пандемії, а також аналіз діяльності найбільших світових туристичних операторів та проблемі їх діяльності під час Covid-19. Було запропоновано комплекс заходів подолання кризи в туристичній галузі, розвиток перспективних напрямів розвитку екотуризму в Україні та впровадження кластерної моделі управління ланцюгами постачання туристичних послуг в умовах пандемії.

Методи дослідження – методи економіко-математичного аналізу, методи узагальнення на основі використання методу побудови дерева цілей, табличні та графічні методи, метод системного аналізу.

Матеріали дипломної роботи рекомендується використовувати у роботі туристичних агенств, логістів, управлінців, менеджерів туристичних та логістичних компаній.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1 Роль туризму для розвитку економіки країни

Міжнародний туризм є однією з найважливіших складових зовнішньоекономічної діяльності кожної країни, а також однією з найбільш високоприбуткових галузей світової економіки. Ринок туристичних послуг – це система міжнародних господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і навпаки. Сферу туризму можна вважати важливим елементом стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету держави, істотного позитивного впливу на стан сумісних галузей економіки, таких як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо. Туристична галузь вносить вагомий, зростаючий внесок у розвиток міжнародної економіки. Вплив глобалізаційних процесів на міжнародний туризм у світі щоденно зростає. Такий розвиток пов'язаний з розширенням внесків міжнародного туризму в платіжний баланс країни, забезпеченням зайнятості населення, сприянням диверсифікації економіки, а також з раціональним використанням рекреаційних ресурсів.

До початку ХХІ століття туризм став одним із провідних напрямків соціально-економічної, культурної та політичної діяльності більшості держав та регіонів світу. У сфері туризму тісно переплетені інтереси культури, транспорту, безпеки, готельного бізнесу та інших. Враховуючи внутрішній туризм, майже половина населення земного шару щорічно стає туристами. Туризм займає значне місце та міжнародні відносини: з 7,5 млрд. людей на планеті щорічно близько 1 млрд. відвідують зарубіжні країни в туристичних цілях.

В сучасних умовах туризм являє собою одну з найбільш розвинених галузей світового господарства, форм зовнішньоекономічної діяльності. На сьогодні наука розглядає туризм як складну соціально-економічну систему. З появою такої послуги як туристичні подорожжі, туризм став інтенсивно розвиватися та займати одне з передових місць у економіці країни, в якій чимале місце займає людська праця, прискорення амортизації та висока норма покриття капіталовкладень.

Туризм зважає на тимчасове переміщення людей з місць, де вони зазвичай проживають і працюють, в інших місцях. Під «тимчасовим переміщенням» умовно розуміється період до одного року. Відповідно до міжнародної статистики, до іноземного туризму відносяться особи, що відвідують другу країну (як мінімум з однією ніччю) з будь-якою метою.

Основною метою існування і діяльності туристичного підприємства є надання туристичних послуг та забезпеченні фінансової стійкості водночас, відповідного рівня динаміки й позитивних фінансових результатів.

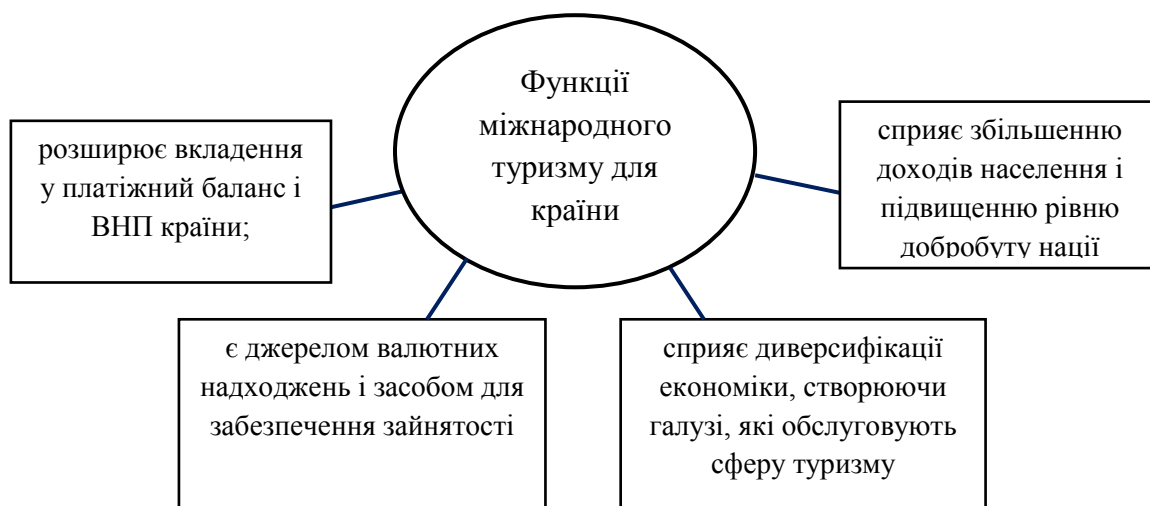


Рисунок 1.1 - Функції міжнародного туризму для країни

Джерело : складено особисто на основі [27]

В економіці окремої країни міжнародний туризм виконує ряд важливих функцій:

- є джерелом валютних надходжень для країни і засобом для забезпечення зайнятості;
- розширює вкладення у платіжний баланс і ВВП країни;
- сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, які обслуговують сферу туризму;
- зі зростанням зайнятості у сфері туризму збільшуються доходи населення і підвищується рівень добробуту нації.

Виокремлюють внутрішній та міжнародний туризм. Частка внутрішнього туризму перевищує над міжнародними. На долю внутрішнього туризму припадає 75-80% загального числа туристів у світі, відповідно за фінансовими результатами з багатьох країн, що значно перевищує міжнародний.

Для багатьох країн туризм є фундаментальною основою економіки та важливим джерелом валютних процедур. В даний час він перевтілюється в індустрію міжнародного масштабу, займаючись за доходом третє місце серед найбільших експортних галузей економіки, вступаючи лише з нафтопереробною промисловістю та автомобілебудуванням.

Так, якщо в 1950 р. кількість туристів у всьому світі складала 25 млн., а обіг туристичної індустрії – 2,1 млрд. дол., то в 2008 р., згідно даних Всесвітньої організації туризму, ці показники перевищили 400 млн. і 372,6 млрд. дол. США. До початку 90-х років частка туризму вже складала більше 10% світової торгівлі товарами й послугами, що дозволило йому зайняти третє місце після експорту нафти і автомобілів. А в 2015 році кількість іноземних туристів по всьому світу досягла рекордних 1,2 мільярдів у 2015 році, що на 4,4% більше, ніж у 2014 році. За підсумками 2018 року Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) зафіксувала 1,4 млрд міжнародних туристичних прибуттів по всьому світу (рис.1.2). Це на 6% більше, ніж у 2017 році.



Рисунок 1.2 - Кількість туристів у всьому світі по роках

Джерело: складено особисто на основі [48]

Аналітики вважають, що розвитку міжнародного туризму сприяють такі чинники:

- фінансово-економічне зростання і соціальний прогрес призвели збільшення кількості пасажирських перевезень з діловими цілями, а також подорожей із пізнавальною метою;
- вдосконалення всіх видів транспортних засобів та можливість обрати зручний транспорт в залежності від переваг клієнта ;
- збільшення кількості найманих працівників і службовців у розвинутих країнах та підвищення їхнього матеріального й культурного рівня;
- інтенсифікація праці та тривалість відпустки;
- розвиток міжнародних зв'язків і культурних обмінів між країнами;
- розвиток сфери послуг стимулював розвиток сфери перевезень і технологічний прогрес у галузі телекомунікації;
- послаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей (рис.1.3).

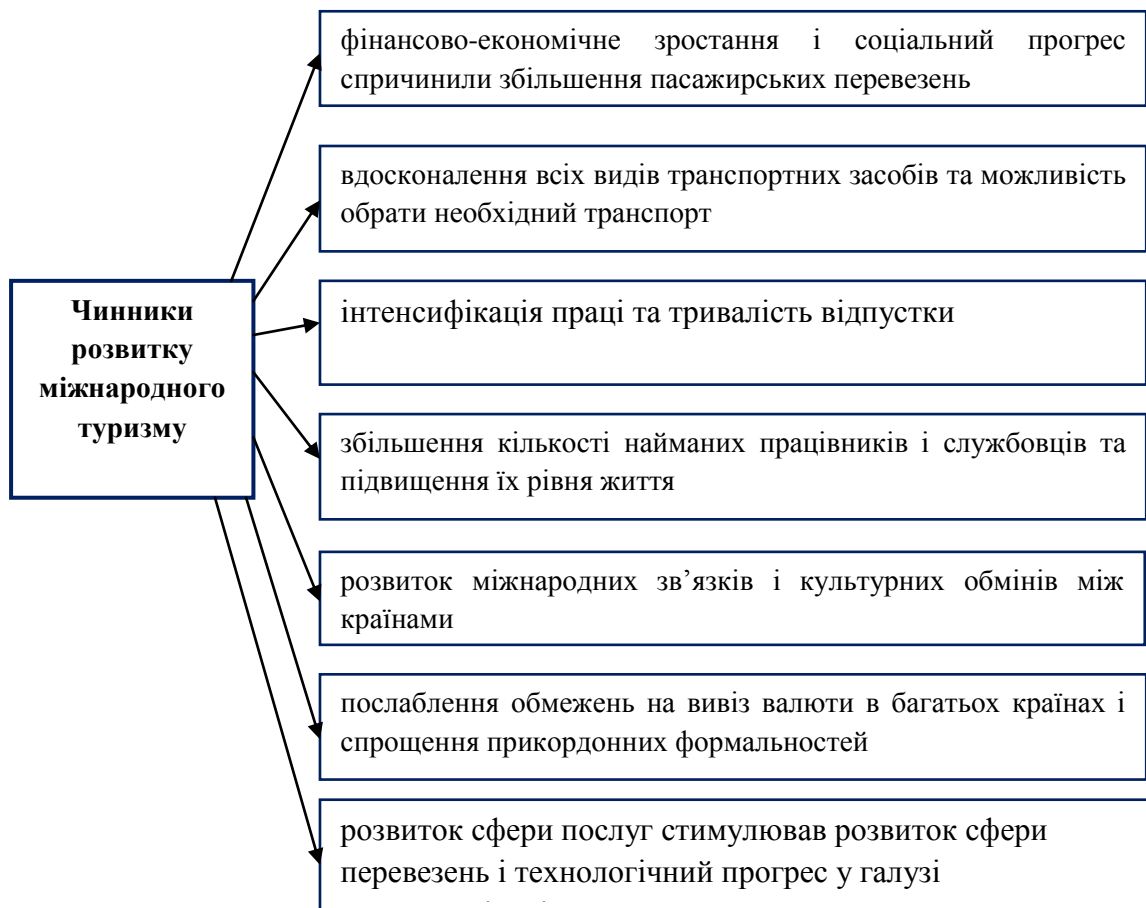


Рисунок 1.3 – Чинники розвитку міжнародного туризму

Джерело : складено особисто на основі [27]

Туризм – це не лише популярний вид відпочинку, але і сфера світової економіки. За останні три десятиліття число туристів у світі збільшилося майже в 4 рази, а доходи від туризму - більш ніж в 25 разів. Туризм - це високоприбутковою галузю та входить у число трьох найбільших експортних галузей, яку за ефективністю інвестиційних вкладень можна прирівняти до нафтогазовидобувної промисловості та з автомобілебудуванням, питома вага яких у світовому експорті займає 11% та 8,6%, відповідно.

Становлення загальносвітового туристичного ринку супроводжується потужними процесами транснаціоналізації, які знаходять висловлення в міжнародному переплетенні приватних капіталів, посиленні зв'язків між монополіями різних країн і в широкому розвитку транснаціональних компаній в сфері турбізнесу. Стан світової індустрії туризму, незважаючи на об'єктивні

труднощі останніх років, в цілому демонструє стабільність і зберігає позиції найбільшого, високоприбуткового і швидко розвиваючого сектора світової економіки. На частку туризму припадає (рис.1.4) приблизно 30% світової торгівлі послугами, близько 7% світових капіталовкладень і 10,5% світового ВВП [36].



Рисунок 1.4 - Частка світової торгівлі послугами, світових капіталовкладень і світового ВВП на частку туризму

Джерело : складено особисто на основі [36]

Світова туристична індустрія в останні роки стикається з постійно зростаючим рівнем конкуренції між країнами як всередині свого регіону, так і за його межами. В першу чергу на це вказують заходи рекламного впливу при просуванні свого туристичного продукту на зовнішніх ринках, які в окремих випадках можна назвати досить агресивними. Крім цього туристський попит і пропозицію залежать від ряду таких мінливих факторів, як економічний і фінансовий розвиток, політична ситуація в країні, демографічні та соціальні зміни, розвиток новітніх технологій. Таким чином, посилення конкуренції, як

на ринку туристичного попиту, так і на ринку пропозиції є однією з істотних тенденцій розвитку світового туризму.

До економічних функцій туризму, в першу чергу відносяться економічні вигоди, які він надає. Так, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури - готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, які можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямыми (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Крім цього, як зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різного роду інвестицій. Не менш важливою економічною функцією туризму є диверсифікації економіки, утворюючи галузі, які обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації [22].

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється в підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг в результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає в швидшій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті. У багатьох країнах туризм входить в першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне і економічне значення.

Значення туризму для економічного розвитку країни у систематизованому вигляді представлено на рис.1.5.



Рисунок 1.5 – Значення туризму для розвитку країни

Джерело : складено особисто на основі [77]

Але позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається лише в тому випадку, якщо він розвивається з усіх боків, тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він в державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу.

Світовий туризм розвивається неоднаково, це звісно пов'язано з рівням соціально-економічного розвитку країн і регіонів.

За кількістю туристів у світі перше місце посідає Європейський регіон, на який припадає більше половини (51%) їх загальної кількості. На другому місці знаходиться Азіатсько-Тихоокеанський регіон (22%), на третьому – Американський туристичний регіон (16%) (рис.1.6).

Стосовно Африканського та Близькосхідного регіонів, то незважаючи на позитивну динаміку туристичних прибуттів протягом останніх років, їх сукупна частка у світовому туристичному ринку становить не більше 11%.



Рисунок 1.6 – Регіональна структура туристів у світі за останні роки

Джерело : складено особисто на основі [18]

Найбільший розвиток міжнародний туризм отримав в західноєвропейських країнах. На частку цього регіону доводиться понад 70% світового туристичного ринку і близько 60% валютних надходжень. Приблизно 20% доводиться на Америку, менше 10% - на Азію, Африку і Австралію, разом узяті.

Згідно з даними СОТ, у світі налічується 15 країн, що спеціалізуються на туристичних послугах, в яких надходження від туризму перевищують доходи від експорту, нерідко у багато разів. До них відносяться невеликі острівні держави в зоні вологих субтропіків і тропіків – Барбадос, Сейшельські острови і інші. У 45 країн надходження від туризму перевищують 1/4 частина від обсягу експорту (це, в основному, країни, що розвиваються зі слаборозвиненою економікою). Для 38% країн світу туристична галузь є основним джерелом доходу, а для 83% держав туристична індустрія є одним з п'яти основних джерел доходу.



Рисунок 1.7 – Вагомість для країн світу туристичної галузі як джерела доходу

Джерело : складено особисто на основі [12]

Індустрія туризму є дуже складною системою, ступінь розвитку якої залежить від ступеня розвитку економіки країни в цілому. У ній гостро проявляється необхідність державної фінансової підтримки. В обмін на фінансові вкладення в туризм країна має:

- швидке повернення коштів (4 - 8 років);
- збільшення національного доходу без здійснення сировинних витрат;
- збільшення зайнятості населення;
- збільшення надходження валюти.

Під надходженнями від міжнародного туризму розуміється плата за товари і послуги, вироблена іноземними туристами під час їх перебування в країні, за винятком прибутку від додаткової зайнятості та оплати міжнародного транспорту. Крім витрат на проїзд до країни і назад, іноземний турист витрачає на харчування близько 40% своїх витрат, на проживання - 30%, на проїзд в середині країни - 8%, інші витрати - 22%. Витрати американських туристів за кордоном зазвичай вище, ніж витрати туристів з інших країн. Міжнародний туризм, характерною рисою якого є те, що значна частина послуг проводиться з

мінімальними витратами на місці, відіграє все більш помітну роль у світовій економіці.



Рисунок 1.8 – Структура витрат туриста під час подорожі до іншої країни (окрім вартості самої подорожі)

Джерело : складено особисто на основі [12]

У кожній країні галузь туризму включає всі заклади, основним видом діяльності яких є туристичний вид діяльності. Група всіх закладів, що мають один і той же основний вид діяльності, який полягає в прямому обслуговуванні відвідувачів і є сферою туризму. Зростання туризму спричинює зростання робочих місць в країнах незалежно від рівня їх розвитку. Тому такий вплив туризму на зайнятість може стати визначальним для багатьох невеликих країн, які істотно залежать від даного сектора економіки. У цих країнах більше 50% працездатного населення залучено в діяльність, яка прямо чи опосередковано пов'язана з туризмом в певну пору року. Невеликі країни в основному мають замкнуту економіку, і до розвитку в них туристичної діяльності вони залежали від якогось одного виду економічної діяльності, наприклад сільського господарства. На відміну від невеликих держав, у великих індустріальних країнах в туристській галузі працює тільки 5%

працездатного населення. У країнах, що розвиваються, в індустрії туризму створюється більше нових робочих місць, ніж в інших галузях економіки [70].

Характерна риса використання трудових ресурсів в рекреаційній сфері – широке поширення часткової зайнятості. Для пом'якшення фактора сезонності в пікові періоди застосовується наймання на роботу жителів інших населених пунктів, студентів за договорами з навчальних закладів інших міст. Тому з цієї точки зору розвиток туризму сприяє пом'якшенню такого явища, як безробіття. В секторі туризму практично присутня група людей, зайнятих неповний робочий день, а також найманих на сезонну або разову роботу з низьким або дуже низьким рівнем оплати праці. Для роботодавців це означає відчутну економію на витратах на робочу силу в силу більш низької заробітної плати, а також меншою соціальною захищеності цієї категорії зайнятих. Особливо такий підхід характерний для готелів, підприємств громадського харчування, пасажирського транспорту тощо.

Також існує і інша група працівників, що складається з висококваліфікованого персоналу (менеджери, керівники закордонних подорожей, фахівці з обчислювальної техніки), тривалість робочого тижня яких може досягати в екстремальних ситуаціях навіть 70 годин. Їх робота дуже добре оплачується. Сезонність туризму стимулює багатoproфільний характер робочих місць, коли один і той же працівник виконує різні функції в залежності від сезонних особливостей.

Найближчими роками туризм все ж таки залишиться одним з джерел створення нових робочих місць в країнах світу та провідною галуззю держав, навіть незважаючи на карантинні обмеження. Після пандемії прогнозується диференціація пропозиції туристичного продукту, що має на меті все більш широке охоплення споживачів з різними можливостями та потребами. Прогнозується подальший процес концентрації капіталів, створення великих інтернаціональних компаній і корпорацій, також збереження тенденцій інтеграційних процесів в сфері туризму.

1.2 Особливості управління ланцюгами постачання туристичними послугами

Логістичний ланцюг поставок (ЛЛП) – це комплекс видів діяльності і сукупність організацій, через які матеріальні потоки проходять під час свого переміщення від постачальника початкового рівня до кінцевого споживача. Іншими словами, ЛЛП – це формалізований шлях проходження матеріального потоку від постачальника до споживача (табл.1.2).

Таблиця 1.2 - Види логістичних ланцюгів поставок

Логістичний ЛП	Функції
Внутрішній	1.складається з різних підрозділів компанії, починається у відділі постачання (закупівлі) і закінчується підрозділом обслуговування клієнтів 2.до внутрішнього ланцюга входять операції з придбання запасів, перевезення, зберігання, використання у виробництві, доставки до клієнтів
Зовнішній	Зовнішній ланцюг постачання — мережа організацій, які задіяні в: 1.переробці матеріалів, сировини та інформації в продукти та послуги 2.споживанні продуктів та послуг

Джерело: складено особисто на основі [15]

В кінці XX століття логістична наука виступає як економічне напрямок, що включає в себе закупівельну, виробничу, збутову, транспортну, інформаційну логістику і т.д. Кожна з цих областей діяльності людини досить вивчена, однак новизна логістичного підходу полягає в інтеграції перерахованих сфер діяльності для досягнення бажаного результату з мінімальними витратами часу, матеріальних ресурсів і фінансових коштів шляхом формування найбільш оптимального наскрізного керування всіма видами потоків. Таким чином, логістика покликана максимально задовольняти запити споживачів.

Учасниками ланцюга поставок можна назвати виробників (як правило, виробник є «ядром» ланцюга поставок і саме він і стає фокусної компанією) та постачальників, включаючи початкового постачальника, споживачів, в тому числі кінцевих, і посередників, які надають різні допоміжні послуги. В їх число входять всі компанії, з якими фокусна компанія або безпосередньо здійснює свою взаємодію, побічно, тобто через постачальників або споживачів різних рівнів від початкового до кінцевого. При цьому якщо включати всіх можливих учасників, то ланцюг поставок неминуче зросте до таких масштабів, при яких управління стане неефективним, так як в цьому випадку доведеться враховувати інтеграцію всіх зв'язків бізнес-процесів з усіма учасниками, що є непродуктивним, якщо взагалі можливим. Тому з метою ефективного управління необхідно встановити такі критерії, які дозволили б виявити найбільш важливих для забезпечення конкурентоспроможності фокусної компанії і ланцюги поставок в цілому учасників.

Ключові (основні) учасники ланцюга поставок - це незалежні компанії або структурні підрозділи центральної компанії (її філії або дочірні підприємства), які безпосередньо впливають на формування і управління бізнес-процесами, що протікають в ланцюзі поставок.

Допоміжні учасники ланцюга поставок - це компанії, які не роблять істотного впливу на формування та управління бізнес-процесами в ланцюзі постачань, а тільки надають частину своїх ресурсів ключовим учасникам для виконання ними своїх операцій [15].

Наприклад, компанія-перевізник, що надала постачальнику транспортний засіб для здійснення перевезення вантажів, тобто надала ресурси для виконання бізнес-процесу, є допоміжним учасником ланцюга поставок, а фірма-постачальник, яка скористалася послугами транспортної компанії і яка безпосередньо здійснює бізнес-процес «управління виконанням замовлення», є ключовим учасником ланцюга поставок. Таким чином, допоміжні учасники ланцюга поставок за рахунок надання власних ресурсів, знань, можливостей

або активів надають необхідну підтримку ключовим учасникам ланцюга поставок.

До допоміжних учасникам відносяться:

- банки та інші кредитні установи, які надають кредити ключовим учасникам для ведення підприємницької діяльності;
- платіжні системи (VISA, Master-Card та ін.);
- страхові компанії;
- експедиторські та транспортні організації;
- охоронні структури;
- фірми, які надають в оренду складські, виробничі
- або торгові площі;
- лізингові компанії;
- консалтингові фірми;
- органи державної влади в особі податкових, митних та
- інших органів;
- інші державні і недержавні, комерційні та некомерційні організації.

Логістика та туризм утворюють новий напрямок, що досліджує особливості логістики у туристичної галузі, зокрема використання логістичних засад до геопросторової організації та управління туристичною індустрією. Застосування правил та принципів логістики в діяльності туристичних підприємств дозволяє значно підвищити прибутковість туристичного бізнесу за рахунок скорочення витрат та підвищення рівня логістичної координації всіх операцій з обслуговування туристів.

Планування туризму - це шлях до роздумів про потреби людей, які організовують прогулянку або поїздки, та використання цих компонентів для вибору найкращих активів, програм та вправ для їх екскурсії. Планування призначене для мешканців і підприємств, що знаходяться в цьому місці, а також самих туристів. З іншого боку, основною причиною туристичного маркетингу є просування іміджу компанії, протидія конкуренції з боку інших

конкурентів, залучення туристів та інформування людей про існування бізнесу. Два аспекти взаємопов'язані, щоб забезпечити споживачам видатний бізнес та послуги. Отже, маркетинг за призначенням залежить від належного планування, організації та використання життєздатних методологій та методів, щоб забезпечити чітке розуміння ринку, тобто брендингу та каналу дистрибуції.

Логістика туристичної організації розглядається як один із засобів ефективного управління. Логістика туристичної організації - це специфічна логістична діяльність на транспорті, мета якої полягає в плануванні, управлінні, постійному контролі й регулюванні операцій, здійснюваних в процесі розробки туристичної послуги, формуванні туру та представлення цього готового результату до споживача відповідно до його потреб. Логістика туристичної організації охоплює також спектр питань надання, зберігання та обробки відповідної інформації [28].

Туристична компанія визначає логістику як дієвий підхід до управління туристичними, матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в туристичному комплексі з метою зниження витрат на виробництво і реалізацію туристичного продукту. Логістика – це конкурентноспроможна сфера. Результатом взаємодії логістичної та туристичної діяльності є створення нового виду туристичних пакетів, що пропонуються в конкурентному ринковому середовищі, де їх необхідно реалізовувати в конкретний час, враховуючи відповідність замовлення та транспорту.

У логістичній системі туристичної організації розрізняються наступні складові:

- кількість і розміщення туристичних фірм і їх філіальних мереж, в цілому повинні відповідати кількості клієнтів, яких вони можуть прийняти і обслужити;
- зв'язок (в тому числі електронна та Інтернет);
- інфраструктура туризму з єдиними транспортними та
- інформаційними мережами;

— транспортна модель, яку турфірма визначає разом з транспортними організаціями.

Розглянемо детальніше принципи управління логістичною системою туристичної організації (рис.1.9):

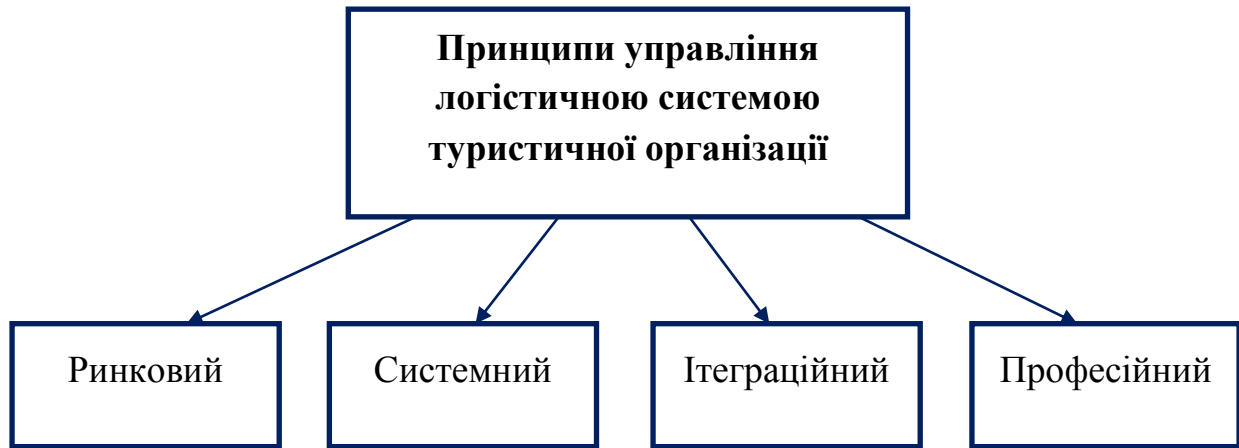


Рисунок 1.9 - Принципи управління логістичною системою туристичної організації

Джерело: складено особисто на основі [28]

1) ринковий підхід - потреба пристосування логістики туристичної організації до вимог ринку, що робить обов'язковим логістичні дослідження потоків клієнтів, тобто застосування маркетингово й логістики на транспорті;

2) системний підхід, який передбачає вплив кожного елемента на інший і на логістичну систему туристичної організації в цілому;

3) інтеграційний підхід, який передбачає об'єднання різних видів діяльності в туристичному бізнесі. Наприклад, якщо немає зв'язку між перевезеннями туристів, бронюванням місць у поїздах і літаках і продажем турів, то прийняття рішення не будуть оптимальними (логістичними);

4) професійний підхід - тісний взаємозв'язок процесів розробки турів, їх реалізації та надання туристичних послуг.

Об'єкти логістики можна розглянути як матеріальні, фінансові, інформаційні та сервісні потоки, а також як туристичні потоки, управління яким відповідає еволюційним принципам розвитку логістики як науки і сфери

діяльності, яка дозволяє її інтерпретувати у вигляді управління різними поточковими процесами, що передбачає просторово-тимчасове пересування об'єктів управління логістичної системи.

До сервісних потоків туристичного підприємства можна віднести сервісні потоки, які пов'язані з надання логістичного обслуговування матеріальних потоків: передпродажні послуги, також послуги, що надаються безпосередньо в ході продаж і післяпродажне обслуговування. В данному випадку забезпечення функціональної області логістичного управління в загальній логістичній теорії сприяє сервісна логістика.

Сервісна логістика - це розділ логістики, в якому вивчається оптимізація потоків послуг, що надаються підприємствами споживачам, які надають один одному партнерами по логістичній ланцюги, а також потоків в середині підприємства.

Логістика взаємодіє з кожною ланкою підприємства, створюючи умови для реалізації заданих цілей. Тобто логістика стимулює досягнення кінцевої мети, яка визначена однаково як у сфері дистрибуції пропозиції, так і у сфері оптимізації витрат фінансового обслуговування [28].

Розвиток туристичної галузі виникає шляхом активного застосування інтегральних підходів до формування систем логістики, що реалізують процеси потоків в області туристичних послуг. Тобто застосування логістичних концепцій у діяльності туристичних підприємств заключається в пошуку і визначенні нових способів підвищення ефективності використання ресурсних, виробничих капіталів, забезпечення більшого рівня конкурентоспроможності кожного учасника інтегрованих логістичних ланцюгів.

Використання технологій логістики в туристичній галузі надає можливість: створити єдину систему обліку і контролю при формуванні та просуванні туристичного продукту; скоротити часові інтервали формування, просування і реалізації туристичного продукту; підвищити якість обслуговування в процесі надання туристичної послуги.

При формуванні логістичної системи в сфері обігу туристичних продуктів слід виділяти керуючу і керовану підсистеми. Керуюча підсистема (суб'єкти логістики) – це туроператори, які формують туристичний продукт і координують роботу попередніх і наступних по відношенню до них учасників процесу надання послуг. В рамках концепції управління ланцюгами поставок туристичні оператори є фокусними компаніями.

Завданням логістичного менеджменту в сфері туризму є ефективна організація діяльності суб'єктів логістики та підвищення надійності функціонування логістичних систем на макро- і мікрорівні.

Таким чином, найважливішим аспектом діяльності в процесі надання послуг в місцях відпочинку є своєчасне транспортування, розміщення клієнтів у готелях, їх харчування, надання екскурсійних услуг. Підсумкове враження у туристів залежить від багатьох факторів, частиною яких є точність і своєчасність виконання окремих логістичних операцій в процесі постачання будинків відпочинку, санаторіїв або при організації екскурсій. Використання логістики на макрорівні передбачає своєчасність доставки відпочиваючих до місця призначення різними видами транспорту з використанням логістичної технології «точно в термін».

1.3 Ризики в управлінні ланцюгами постачання в умовах карантину, спричиненого світовою пандемією

Світова пандемія призвела до різкого скорочення по всьому світу фактичних поставок - життєво важливого елемента більшої частини бізнесів. Вільний та відкритий рух товарів і послуг – це прекрасний варіант, але ризикований, адже чим більше ЛП залежить від людей, тим більше ризиків.

Спочатку COVID-19 вдарив по підприємствах Китаю, що порушило інфраструктуру і мережі ланцюгів поставок по всьому світу. У китайських

портах почали накопичуватися порожні вантажні контейнери, а в інших частинах земної кулі, навпаки, утворилася нестача. Деякі підприємства тимчасово відмовилися від роботи з Китаєм. Але це короткострокове рішення. У довгостроковій перспективі ризики все ж таки залишилися. Компаніям також довелося навчитися працювати зі скороченою кількістю співробітників, що вплинуло на всі основні процеси ланцюгів поставок [42].

Карантин, блок-пости, перекриті дороги та інші обмеження привели до великого скупчення контейнерів в портах Китаю. А враховуючи, що ці контейнери повинні рухатися далі на Захід і там використовуватися для інших вантажів, то спостерігається нестача контейнерів в інших частинах світу. Це також впливає на уповільнення руху по глобальному ланцюгу поставок.

Пандемія такого масштабу застала зненацька як окремі компанії, так і цілі галузі економіки, утворивши хаос в роботі підприємств та в ланцюгах поставок. Споживча активність і структура попиту різко змінилися, і виявилось, що багато компаній не помітили перші ознаки майбутньої кризи. Багато галузей зіткнулися з різким скороченням попиту і необхідністю перейти на онлайн-режим роботи [45].

В умовах нестачі персоналу, пов'язаної з заходами безпеки і ізоляцією громадян, заводи зазнають труднощів з підтриманням нормального рівня продуктивності. Проблема стоїть особливо гостро для тих, хто намагається відновити роботу після тимчасової зупинки. Після закриття кордонів і транспортних хабів багато компаній зіткнулися зі збоями в системах логістики. Наслідки епідемії відчувають на собі всі - починаючи з невеликих постачальників і закінчуючи гігантами з багатомільярдною виручкою. При цьому багатьом для відновлення можуть знадобитися роки.

Дана ситуація висвітлює важливість запровадження в торгівлі та економіці технологій Індустрії 4.0, що не залежать від людського фактора. Nike вже не перший рік наголошує про необхідність діджіталізації всього ланцюга поставок. Їх пропозиція заключалась в тому, аби запустити 1200 автоматичних машин в США, що дозволить скоротити терміни поставки з 60 до 10 днів. За

розрахунками це призведе до значного скорочення транспортних витрат, імпортного мита і ризику перевиробництва. Це на 30% менше кроків в процесі поставок і велика стійкість.

Від спалаху COVID-19 сильно постраждав сектор туризму, де за останні місяці змінилися як попит, так і пропозиція. Світова пандемія може спричинити регрес в умовах слабкої світової економіки, геополітичної, соціальної та торговельної напруженості, а також нерівномірної ефективності серед основних виїзних ринків подорожей.

У 2019 глобальна індустрія туризму забезпечувала (прямо і побічно) близько 330 млн. робочих місць, що еквівалентно 10,3% від загального рівня зайнятості, тобто одне з 10 робочих місць у світі. На кожне робоче місце, безпосередньо створене в сфері туризму, побічно або опосередковано створюється близько півтора додаткових робочих місць. одні лише трудомісткі підгалузі готелів та ресторанів дають роботу 144 млн. осіб по всьому світу. В їх число входять близько 44 млн. самозайнятих працівників і 7 млн. роботодавців. Більшість туристичних підприємств складають мікро-, малі та середні підприємства з менш ніж 50 працівниками. Приблизно 30% всієї робочої сили зайнято в компаніях з 2-9 працівниками. Пандемія має великий вплив на туристичні підприємства і доходи їх працівників.

Пандемія COVID-19 чинить руйнівний вплив на економіку і зайнятість в світі. Індустрія туризму сильно страждає від заходів, необхідних для стримування пандемії, і мало ймовірно, що вона повернеться до нормального стану найближчим часом. Навіть після поступового зняття стримуючих заходів підприємства будуть мати справу з повільним відновленням. За оцінками Міжнародної організації праці (МОП), пандемія може призвести до втрати 305 млн. робочих місць, багато з яких знаходяться в секторі туризму [44].

Пандемія та глобальні зусилля по її стримуванню можуть призвести до скорочення міжнародної економіки туризму на 45-70%. впливу пандемії піддаються і галузі внутрішнього туризму, оскільки, за оцінками, стримуючі заходи обмежують свободу пересування приблизно половини населення земної

кулі. Проте внутрішній туризм, як очікується, відновиться швидше, ніж міжнародна туристична індустрія. Готелі, ресторани, туроператори, авіаперевізники та круїзні компанії призупинили свою діяльність на невизначений термін. У підгалузях готелів і ресторанів 51 млн. підприємств виявилися в надзвичайно складних умовах для ведення бізнесу, що серйозно позначається на можливостях працевлаштування. У зв'язку з різким падінням економічної активності працівники трудомісткою індустрії туризму стикаються з катастрофічним скороченням робочого часу, потенційної втратою роботи і загострюються проблемами на шляху до гідної праці.

Туристична галузь давала великі надії на подальший розвиток у 2020 році, адже за даними «Аналізу світового ринку туризму», підготовленого BusinesStat в 2019 році, в 2014-2018 рр. чисельність міжнародних туристичних поїздок у світі щорічно збільшувалася і досягла 1,66 млрд поїздок до кінця 2018 р. (рис.1.10). Ринок міжнародного туризму зростає завдяки поліпшенню повітряного сполучення між країнами, спрощення візового режиму, розвитку нових бізнес-моделей в галузі.



Рисунок 1.10 – Динаміка чисельності міжнародних туристичних поїздок за 2014-2018 рр

Джерело: складено на основі [53]

За попередні роки країнами-лідерами за кількістю відвідувачів були Франції та Іспанії. У 2018 році у Франції відбулись 90,2 млн поїздок, в Іспанії -

87,1 млн поїздок. Європа була основним міжнародним центром пізнавального туризму. Проте наразі така статистика змінилась.

У Європі окрім загальноєвропейських стандартів кожна країна ЄС дотримується власних вимог при прийнятті рішення про те, чи можуть громадяни третіх країн в'їжджати на її територію і якщо так, то при дотриманні яких саме умов. Країни Євросоюзу також мають право самостійно вживати заходів щодо стримування пандемії - такі, наприклад, як карантин у разі в'їзду з іншого регіону або країни. Можуть відрізнятися один від одного і регіональні правила в межах однієї країни.

За даними Всесвітньої туристичної організації в десятку туристичних місць-фаворитів входять п'ять європейських держав: Німеччина, Франція, Іспанія, Італія і Великобританія. З початку пандемії коронавіруса в'їзд до цих країн як і раніше сильно обмежений.

Що стосується безперешкодного в'їзду до Німеччини, з 9 жовтня він дозволений громадянам Австралії, Канади, Нової Зеландії, Таїланду і Уругваю. Обмеження на в'їзд також можуть бути зняті для Китаю, Південної Кореї і Японії - але тільки за умови, що німцям також буде дозволений вільний в'їзд до цих країн.

Громадяни інших країн, що не входять до складу ЄС і Шенгенської зони, в тому числі, Росії, України і Білорусі, як і раніше можуть в'їхати до Німеччини лише за наявності вагомих підстав. Серед них - навчання, професійна діяльність в критично важливих для економіки Німеччини областях, лікування в ФРН, сімейні причини (народження дитини, весілля, похорон члена сім'ї, догляд за родичами).

Франція, яка займає перше місце в світі по числу туристів, що прибувають, продовжує жорстко обмежувати правила в'їзду в країну. На сьогоднішній день країна відкрита для громадян ЄС і Шенгенської зони, а також громадян Австралії, Канади, Грузії, Ісландії, Японії, Південної Кореї, Таїланду, Тунісу, Монако, Швейцарії, Великобританії та Уругвая. Влада Італії 7 жовтня 2020 року прийняла рішення продовжити режим надзвичайного стану в

країні до 31 січня 2021 року. В'їзд до Італії для зарубіжних громадян - в тому числі, з ряду країн Євросоюзу - як і раніше сильно обмежений.

Наша держава наразі знаходиться серед країн так званої червоної зони через стрімке поширення COVID-19. Тому українці не можуть вільно подорожувати в будь-яку країну світу. Незважаючи на це, для громадян нашої країни відкриті кордони до 59 країн. Країни відкриті для українців станом на 29 жовтня: Туреччина, Бразилія, Домініканська республіка, Чорногорія, Білорусь, Великобританія, США, Мексика, Єгипет, Республіка Корея, Ірак, Іран, Афганістан, Південний Судан, Судан, Танзанія, Бурунді, Сейшельські острови, Болгарія, Словенія, ОАЕ, Ірландія, Мальдіви, Еквадор, Ямайка, Пакистан, Бахрейн, Перу, Пакистан, Узбекистан та інші [39].

Попри нестабільну ситуацію на туристичному ринку, деяким країнам вдалося впоратися з поставленими цілями. Однією з найвідвіданіших країн світу в 2020 році стала Туреччина. За офіційною статистикою, в минулому році Туреччину відвідали понад 45 мільйонів іноземних туристів, у порівнянні з 39,5 мільйонами в 2018 році. За словами Міністра закордонних справ України, в серпні Туреччина прийняла 2,5 мільйона туристів.

Під час карантину туристичний ринок зазнав втрат, у зв'язку з обмеженням в'їзду туристів до багатьох країн світу. Тому першочерговим питанням для відновлення та розвитку даної сфери є існування діяльності під час карантинних обмежень, відстеження зон інфікованості різних країн, посилення контролю якості санітарних правил і норм. Також необхідно звернути увагу і на чинники, що впливали на економіку туризму, як і до карантину, так і під час нього, таких як: відсутність підготовлених кваліфікованих кадрів; будівництво нових туристичних об'єктів з високим рівнем комфорту; розширення спортивно-рекреаційних послуг; підвищення якості лікувальних послуг; розширення спектру пропонованих побутових послуг і звісно питання конкурентоспроможності туристичних послуг на світовому ринку.

Висновки за розділом 1

Міжнародний туризм є однією з основних частин зовнішньоекономічної діяльності кожної держави, а також однією з найбільш високоприбуткових галузей світової економіки. Ринок туристичних послуг – це система міжнародних господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і навпаки.

Туристична сфера є джерелом валютних надходжень для країни, а також надає велику кількість робочих місць для населення. До результатів правильно функціонуючої галузі туризму можна віднести і збільшення вкладень у платіжний баланс та ВВП країни, диверсифікація економіки, а також покращення рівня життя населення.

Стан ринку світового туризму майже у попередні роки був досить стабільним та втримував лідируючі позиції високоприбуткового сектора світової економіки. Частка туризму у світовій торгівлі послугами становить близько 30%, у світовому ВВП 10,5%, а близько 7% припадає на світові капіталовкладення.

Стрімкий розвиток туристичної індустрії відбувається в західноєвропейських країнах, куди припадає 70% світового туристичного ринку і близько 60% валютних надходжень. У світі налічується 15 країн, що спеціалізуються на турпослугах, в яких надходження від туризму перевищують доходи від експорту, нерідко у багато разів (Барбадос, Сейшельські острови і інші).

Логістика та туризм тісно пов'язані та утворюють новий напрямок, що досліджує особливості логістики у туристичній галузі, зокрема використання логістичних засад до геопросторової організації та управління туристичною індустрією.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

2.1 Характеристика сучасних трендів розвитку міжнародного ринку туристичних послуг

Ефективне та результативне функціонування сфери туристичних послуг є одним з основних факторів соціально-економічного розвитку будь-якої держави. В силу своєї специфічної природи ринок туризму надає не тільки прямий економічний вплив на розвиток країни та регіонів, але й істотний поштовх до розвитку взаємопов'язаних галузей, такі як: транспорт і зв'язок, виробництво товарів народного споживання, сільське господарство, будівництво, що виступає важливим мультиплікативним результатом, каталізатором соціально-економічного розвитку, а також прямо і опосередковано сприяє підвищенню якості життя населення.

Кожного року на світовому ринку туризму з'являються нові його різновиди. Будь-яка держава та її туристичні компанії хочуть займати провідне місце, тому стараються запропонувати клієнтам абсолютно новий, якісний, відмінний від інших інноваційний продукт. Але економічна нестабільність в нашій країні негативно впливає на туристичну сферу, тому розвиток відбувається повільніше, як кількісно, так і якісно. З цього випливає, що слід виконати аналіз нинішнього стану ринку туристичних послуг та перспектив його розвитку.

Зміни в економіці досить сильно впливають на ринок туристичних послуг. При стабільних цінах зростання особистого споживання на 2,5% збільшує витрати на туризм на 4%, а зростання особистого споживання на 5% - на 10%

У 2019 році Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) зареєструвала 1,5 мільярда міжнародних туристичних поїздок по всьому світу (рис.2.1). Зростання в 4 % у порівнянні з попереднім роком, підтверджує, що туризм є провідним і стійким сектором економіки, особливо на тлі поточної глобальної невизначеності. Одночасно це вимагає відповідального управління даним зростанням з метою використання наявних можливостей найкращим чином.

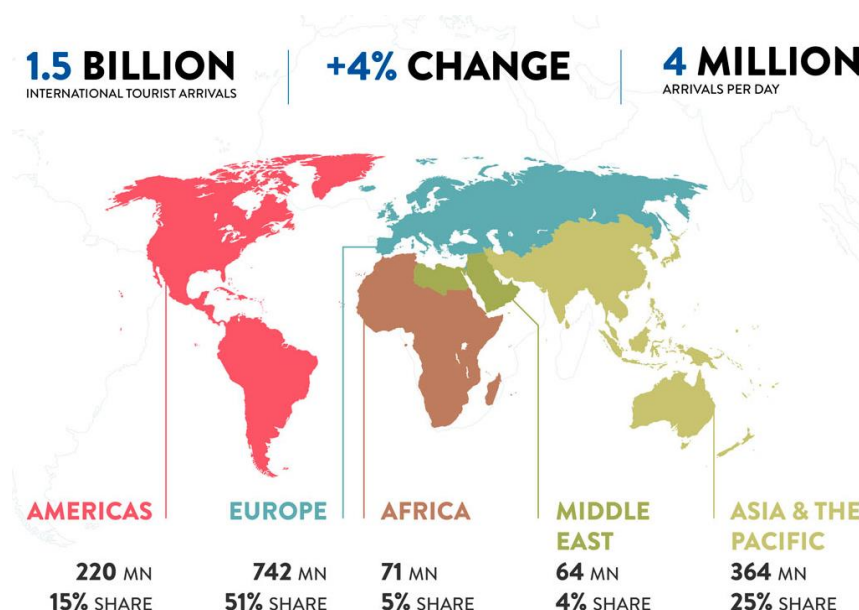


Рисунок 2.1 – Кількість поїздок та їх розподіл по регіонам за 2019 рік [73]

У 2019 у всіх регіонах простежується зростання міжнародного туризму. Проте геополітична ситуація та напруга серед населення, послаблення світової економіки спричинили сповільнення темпів росту в 2019 році в порівнянні з попередніми роками. Даний процес головним чином торкнувся розвинених країн, а особливо Європу і Азіатсько-Тихоокеанський регіон.

Близький Схід став самим швидкозростаючим регіоном за кількістю міжнародних туристичних поїздок в 2019 році, майже вдвічі перевищевши середній світовий показник (+8%). Зростання числа міжнародних поїздок в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні сповільнилося, але як і раніше залишається вище середнього, складаючи 5% [47].

Європа, де також спостерігався більш повільний, ніж в попередні роки, ріст (+4%), зберігає лідерство за кількістю міжнародних поїздок: в 2019 році Європу відвідало 743 мільйони іноземних туристів, що становить 51% світового ринку. Північна і Південна Америка (+2%) показали неоднозначну картину, оскільки багато островні туристичні напрямки в Карибському басейні зміцнили свої позиції, відновившись після ураганів 2017 року, в той час як кількість поїздок до Південної Америки знизилася, що пояснюється соціальними і політичними потрясіннями. Обмежені дані по Африці (+4%) вказують на збереження в Північній Африці високих результатів (+9%), в той час як в країнах Африки на південь від Сахари темпи зростання в 2019 році сповільнилися (+1,5%) (рис.2.2).

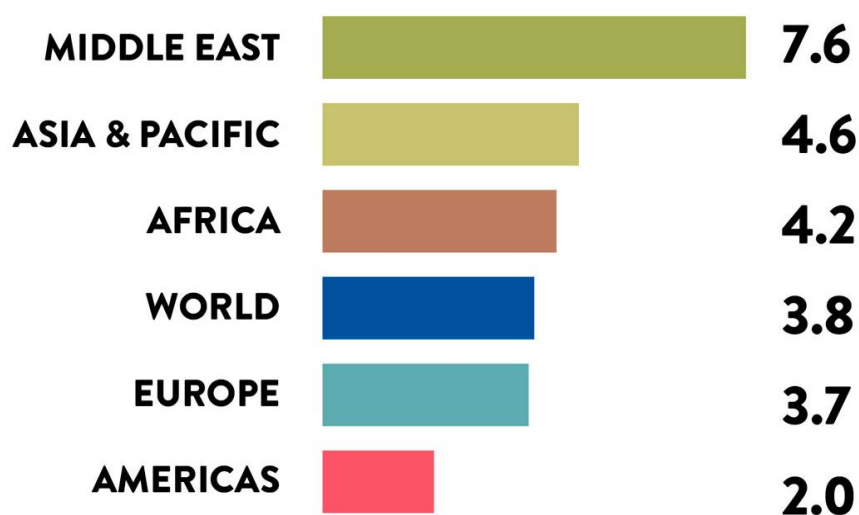


Рисунок 2.2 - Міжнародні туристичні поїздки в 2019 році – зміни по регіонам у % [73]

На тлі глобального економічного спаду витрати на туризм продовжували зростати, особливо у десяти світових лідерів. Найбільший ріст витрат був у Францію, яка є лідером серед десяти найбільших світових ринків виїзного туризму (+11%), в той час як Сполучені Штати (+6%) зайняли перші позиції в абсолютному вираженні, чому сприяв сильний долар.

Ситуація на великих ринках, що розвиваються, такі як Бразилія і Саудівська Аравія, сповістили про зниження витрат на туризм. У першій половині 2019 року обсяг виїздів за кордон з Китаю, найбільшого світового джерела виїзного туризму, збільшився на 14% на тлі скорочення витрат на 4%.

Туристичний сектор безпосередньо забезпечує вдвічі більше робочих місць, ніж фінансова сфера, і в п'ять разів більше робочих місць, ніж створює хімічна промисловість, йдеться в останньому звіті Всесвітньої ради з туризму і подорожей WTTC (World Travel & Tourism Council).

Експерти WTTC порівняли прибуток від туристичної галузі з іншими ключовими секторами економіки, дослідивши їх внесок у ВВП 27 країн і шести регіонів світу [6].

При цьому значення travel-сектора з точки зору створення робочих місць було значно вище, ніж у сектора фінансових послуг. Незважаючи на те, що фінансова сфера безпосередньо формує 19,4% світового ВВП, а туристична галузь - 10,2%, туризм при цьому, на відміну від фінансів, створює вдвічі більше робочих місць по всьому світу.

WTTC видає звіти про економічний вплив подорожей та туризму на зайнятість для 185 країн та 25 географічних чи економічних регіонів світу. Ці звіти є вагомим інструментом, що запевняє органи державного та приватного секторів суттєвими доказами щодо сфери туризму, яка приносить економіці значні надходження.

Останнє щорічне дослідження WTTC спільно з Oxford Economics показує, що сектор подорожей та туризму в 2019 році зазнав зростання 3,5%, випереджаючи зростання світової економіки на 2,5% дев'ятий рік поспіль. За останні п'ять років сектором було створено кожне четверте нове робоче місце, що зробило подорожі та туризм найкращим партнером для урядів для створення робочих місць.

У 2019 році прямий, непрямий та індукований вплив подорожей та туризму склав: частка у світовий ВВП 8,9 трлн дол. США, 10,3% світового ВВП, 330 мільйонів робочих місць, 1 з 10 робочих місць у всьому світі, експорт

відвідувачів - 1,7 трлн. дол. США (6,8% від загального експорту, 28,3% від світового експорту послуг), капітальні інвестиції у розмірі 948 млрд. дол. США (4,3% від загального обсягу інвестицій).

Деталізувавши внесок туризму за основними регіонами світу, WTTC у 2018 році повідомив, що на африканському континенті туризм надав 20,7 млн робочих місць, створивши 166 мільярдів доларів регіонального ВВП. В Америці цей внесок в десятки разів більше: 2,2 трлн доларів і 42,7 мільйона робочих місць. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні вклад туризму був більшим: 2,3 трлн доларів. Причому саме в регіоні АТР туризм підтримував найбільшу зайнятість: більш 159 млн робочих місць в 2017 році.

У Європи не такі великі показники в плані робочої зайнятості в порівнянні з АТР (36 млн робочих місць), але туризм тут як і раніше прибутковий: 2 трлн доларів в загальноєвропейський ВВП. Нарешті, Близький Схід: в цьому регіоні менші результати: 227 мільярдів доларів ВВП і 5,7 мільйона підтримуваних робочих місць в минулому році (табл.2.1).

Таблиця 2.1 – Показники, що характеризують роль туризму для національних економік за регіонами світу за даними 2018 року

Місце	Робочі місця, чол.	ВВП, \$
Африка	20,7 млн.	166 млрд.
Америка	42,7 млн.	2,2 трлн.
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	159 млн.	2,3 трлн.
Європа	36 млн.	2 трлн.
Близький Схід	5,7 млн.	227 млрд.

Джерело: складено на основі [62]

У 2019 році WTTC надали нову оцінку внеску туризму у світову економіку і зайнятість в 185 країнах і 25 регіонах. Аналіз показав, що на цей сектор припадало 10,4% світового ВВП і 319 мільйонів робочих місць, або 10% від загальної зайнятості в 2018 році. Велика частина витрат мандрівників припадала на ринок дозвілля, який склав 78,5% від загального обсягу в порівнянні з 21,5% на ділові витрати. На сектор туризму доводилося 6,5% від

загального обсягу світового експорту і 27,2% від загального обсягу світового експорту послуг.

Внутрішній туризм, який склав 71,2% всіх витрат індустрії в 2018 році, показав найсильніше зростання в країнах, що розвиваються. Зростання кількості представників середнього класу і стійкий ріст глобальних споживчих витрат знову дозволили сектору подорожей і туризму розвиватися зі швидкістю 3,9% на рік, що перевищує темпи зростання світової економіки восьмий рік поспіль.

Такі країни як США, Китай, Японія, Німеччина і Великобританія займають лідируючі позиції у світовому туризмі. Разом вони сформували 47% світового ВВП галузі туристичних послуг. Посилене суперництво серед авіакомпаній спричинила цінову війну. Це стало вигідним для туристів, адже ціна на авіаперельоти впала.

Наприклад, у 2018 році туризм безпосередньо забезпечив 286 тисяч робочих місць в Албанії. Крім того, в минулому році загальний внесок туризму в підвищення працевлаштування, включаючи побічно підтримувані робочі місця по галузях, був еквівалентний 25,2% від загальної зайнятості. А ось в індустрії туризму в Єгипті зайнято 2,5 млн осіб (9,4% всіх робочих місць). Туризм приносить 29,6 млрд дол. США в валовий внутрішній продукт (5,6% від загального обсягу виробництва). Доходи Єгипту від туризму з липня 2018 по липень 2019 років виросли на 28,6%, до 12,6 мільярда доларів [7].

За результатами 2019-го року туризм залишається надійним сектором економіки за часів невизначеності і нестабільності. На тлі недавнього погіршення глобальних економічних перспектив, напруженості в міжнародній торгівлі, соціальних хвилювань і геополітичної невизначеності сфера туризму не тільки продовжує існувати, але і намагається удосконалюватися.

2.2 Аналіз стану ринку туристичних послуг в Україні до пандемії

Основною проблемою процвітання туристичного ринку України є недовіра та недоцільне використання природних можливостей, а також відсутність визначеного комплексу дій, направлених на розвитку туристичного сектору, необхідного регулювання, інфраструктури, рівня обслуговування та надійності. Саме за фактором якості Україна втрачає свої позиції в порівнянні з іншими державами зі схожим рекреаційно-туристичним потенціалом. Це призводить до втрат у кількості туристичних потоків

До важливих питань туристичної індустрії слід також віднести недостатню сповіщення та обізнаність громадян про готелі, заклади відпочинку, тури в середині країни та закордон, а також суттєвий податковий тягар для об'єктів сфери туризму.

У 2018 році Міністерство економічного розвитку і торгівлі України повідомило, що щонайменш 4,5 млн українців відпочили за кордоном. Так, за інформацією МЕРТ, у 2018 році, скориставшись послугами туристичних агентств, відпочивати за кордон з'їздили 3,4 млн українців, що на 26% більше, ніж у 2017-му. Експерти ринку рекомендують до цього числа «організованих» туристів додати ще приблизно 1 млн. тих, хто їздив відпочивати самостійно, без допомоги туроператорів. До основних факторів суттєвого зростання аналітики відносять економічну стабільність у країні, стійкість національної валюти, безвізовий режим з Європою, а також збільшення числа бюджетних авіарейсів. У 2019 році в Україні виникли 63 нові рейси бюджетних авіакомпаній до курортних міст Європи та по всьому світу, але сьогодні кількість міжнародних рейсів значно зменшилась [56].

Протягом 2019 працівники прикордонної служби зафіксували рекордне значення туристів - понад 102 млн. чоловік протягом 2019 року. До цього числа увійшли як мандрівники в Україні, так і за її межі. А в 2018 році

прикордонники оформили понад 100,5 млн осіб. Тобто в цілому пасажиропотік збільшився майже на 1%.

У порівнянні з 2018 роком, в минулому році на 23% збільшилася частка мандрівників повітряним транспортом. Близько 20,6 млн. осіб користувалися послугами авіакомпаній. Водний транспорт, зокрема морський, також показав зростання кількості своїх пасажирів на 11,5%, що становить 400 000 осіб. У 2019 пасажирські перевезення до країн ЄС наземним транспортом не змінився в порівнянні з 2018 роком. Значення залишилося на тому ж рівні - 36,7 млн. осіб (табл.2.2).

Таблиця 2.2 - Статистика перетину кордону України з 2018-2019 рр.

Транспорт	2018 р.	2019 р.	Зміна, %
Повітряний	16,7 млн. осіб (з них 11,6 млн. чол. — українці)	20,6 млн. осіб (з них 15,1 млн. чол. — українці)	↑ 23% (українці — ↑ 30%)
Морський	358,7 тис. чол.	400 тис. чол.	↑ 11,5%
Сухопутний	більше 36,7 тис. чол.	більше 36,7 тис. чол.	-

Джерело: складено на основі [43]

Пасажиропотік був досить неоднозначним протягом декількох років. На російсько-українському кордоні зафіксували менше 10 млн. осіб. У 2018 році показник склав більше 11 млн. чоловік. При цьому українці стали рідше перетинати межі з Росією. У минулому році зафіксували 7 млн. виїздів (що на 800 тис. менше значення 2018 року). Також Молдавсько-український кордон перетнуло на 9% менше осіб. На кордоні з Білоруссю пасажиропотік зменшився на 6,1%.

Індекс конкурентоздатності України став значно кращим. Впродовж двох років Україна підвищила свої показники у сфері туризму, обігнавши 10 країн та займаючи 78 місце у рейтингу. Відбулося поліпшення ділового середовища, міжнародної відкритості, безпеки та інфраструктуру. За показниками конкурентноспроможності у 2019 році Україна має 3,7 бала із 7 (рис.2.3).

Ямайка, Шрі-Ланка, Вірменія, Казахстан і Намібія знаходяться у списку поряд з Україною.

T&T Competitiveness Index 2019 Overall Rankings

Covering 140 economies, the Travel & Tourism Competitiveness Index measures the set of factors and policies that enable the sustainable development of the travel and tourism sector, which contributes to the development and competitiveness of a country.

Rank	Economy	Score ¹	Rank	Score ²	Change since 2017	Diff. from Global Avg. (%)
1	Spain	5.4	0	0.3	41.4	
2	France	5.4	0	1.5	40.4	
3	Germany	5.4	0	2.0	40.0	
4	Japan	5.4	0	2.1	39.6	
5	United States	5.3	1	2.6	36.6	
6	United Kingdom	5.2	-1	-0.2	34.9	
7	Australia	5.1	0	0.8	33.6	
8	Italy	5.1	0	1.9	32.2	
9	Canada	5.1	0	1.6	31.3	
10	Switzerland	5.0	0	1.5	30.4	
11	Austria	5.0	1	2.0	28.8	
12	Portugal	4.9	2	3.2	27.2	
13	China	4.9	2	3.2	26.7	
14	Hong Kong SAR	4.8	-3	-1.1	25.1	
15	Netherlands	4.8	2	3.2	24.5	
16	Korea, Rep.	4.8	3	4.7	24.3	
17	Singapore	4.8	-4	-2.0	23.7	
18	New Zealand	4.7	-2	1.4	23.4	
19	Mexico	4.7	3	3.4	21.9	
20	Norway	4.6	-2	-1.0	19.4	
21	Denmark	4.6	10	3.4	19.1	
22	Sweden	4.6	-2	0.2	18.6	
23	Luxembourg	4.6	5	1.4	18.4	
24	Belgium	4.5	-3	0.1	18.2	
25	Greece	4.5	-1	0.9	18.1	
26	Ireland	4.5	-3	0.3	18.0	
27	Croatia	4.5	5	2.4	17.6	
28	Finland	4.5	5	2.7	17.4	
29	Malaysia	4.5	-3	0.4	17.3	
30	Iceland	4.5	-5	0.0	17.0	
31	Thailand	4.5	3	2.6	16.9	
32	Brazil	4.5	-5	-0.8	15.8	
33	United Arab Emirates	4.4	-4	-1.3	15.3	
34	India	4.4	6	5.7	14.9	
35	Malta	4.4	1	2.4	13.3	
36	Slovenia	4.3	5	3.9	13.0	
37	Taiwan, China	4.3	-7	-3.0	12.6	
38	Czech Republic	4.3	1	2.5	12.5	
39	Russian Federation	4.3	4	4.0	12.2	
40	Indonesia	4.3	2	2.8	11.0	
41	Costa Rica	4.3	-3	1.0	10.9	
42	Poland	4.2	4	2.9	10.0	
43	Turkey	4.2	1	2.0	9.8	
44	Cyprus	4.2	8	4.8	9.6	
45	Bulgaria	4.2	0	1.8	9.5	
46	Estonia	4.2	-9	-0.7	9.1	
47	Panama	4.2	-12	-4.0	9.0	
48	Hungary	4.2	1	3.4	9.0	
49	Peru	4.2	2	3.1	8.3	
50	Argentina	4.2	0	2.5	7.9	
51	Qatar	4.1	-4	1.5	7.5	
52	Chile	4.1	-4	0.9	6.6	
53	Latvia	4.0	1	1.8	5.0	
54	Mauritius	4.0	1	2.3	4.2	
55	Colombia	4.0	7	4.7	4.2	
56	Romania	4.0	12	5.7	3.7	
57	Israel	4.0	4	3.6	3.5	
58	Oman	4.0	8	5.1	3.4	
59	Lithuania	4.0	-3	1.5	3.3	
60	Slovak Republic	4.0	-1	2.0	3.3	
61	South Africa	4.0	-8	-0.8	3.2	
62	Seychelles	3.9	n/a	n/a	2.1	
63	Viet Nam	3.9	4	3.4	1.7	
64	Bahrain	3.9	-4	0.4	1.5	
65	Egypt	3.9	9	7.0	1.3	
66	Morocco	3.9	-1	2.2	1.2	
67	Montenegro	3.9	5	5.6	1.1	
68	Georgia	3.9	2	4.7	0.7	
69	Saudi Arabia	3.9	-6	1.4	0.7	
70	Ecuador	3.9	-13	-1.2	0.4	
71	Azerbaijan	3.8	0	2.7	-1.3	
72	Brunei Darussalam	3.8	n/a	n/a	-1.7	
73	Dominican Republic	3.8	3	4.2	-1.8	
74	Uruguay	3.8	3	4.2	-2.1	
75	Philippines	3.8	4	4.2	-2.5	
76	Jamaica	3.7	-7	0.9	-2.6	
77	Sri Lanka	3.7	-13	-2.3	-3.2	
78	Ukraine	3.7	10	6.5	-3.2	
79	Armenia	3.7	3	5.2	-3.8	
80	Kazakhstan	3.7	1	2.2	-4.6	
81	Namibia	3.7	1	2.2	-4.7	
82	Kenya	3.6	-2	1.0	-5.7	
83	Serbia	3.6	12	7.2	-5.7	
84	Jordan	3.6	-9	-1.2	-6.7	
85	Tunisia	3.6	2	2.4	-6.8	
86	Albania	3.6	12	6.9	-6.8	
87	Trinidad and Tobago	3.6	-14	-2.4	-6.9	
88	Cape Verde	3.6	-5	0.0	-7.7	
89	Iran, Islamic Rep.	3.5	4	3.4	-7.9	
90	Bolivia	3.5	9	4.7	-9.1	
91	Nicaragua	3.5	1	1.6	-9.2	
92	Botswana	3.5	-7	-1.2	-9.6	
93	Mongolia	3.5	9	4.8	-9.8	
94	Honduras	3.5	-4	-0.9	-10.2	
95	Tanzania	3.4	-4	-0.5	-10.8	
96	Kuwait	3.4	4	2.7	-11.1	
97	Lao PDR	3.4	-3	0.4	-11.2	
98	Cambodia	3.4	3	2.4	-11.8	
99	Guatemala	3.4	-13	-3.2	-11.8	
100	Lebanon	3.4	-4	0.3	-12.1	
101	North Macedonia	3.4	-12	-3.6	-12.7	
102	Nepal	3.3	1	1.9	-13.0	
103	Moldova	3.3	14	6.4	-14.5	
104	Tajikistan	3.3	3	3.1	-14.6	
105	Bosnia and Herzegovina	3.3	8	5.2	-14.7	
106	Senegal	3.3	5	3.8	-15.2	
107	Rwanda	3.2	-10	-3.4	-15.5	
108	El Salvador	3.2	-3	-1.3	-16.0	
109	Paraguay	3.2	1	2.7	-16.0	
110	Kyrgyz Republic	3.2	5	4.1	-16.0	
111	Gambia, The	3.2	1	3.4	-16.1	
112	Uganda	3.2	-6	-0.3	-17.0	
113	Zambia	3.2	-5	-0.6	-17.8	
114	Zimbabwe	3.2	0	1.2	-18.0	
115	Ghana	3.1	5	3.5	-18.2	
116	Algeria	3.1	2	2.5	-18.2	
117	Venezuela	3.1	-13	-4.6	-18.6	
118	Eswatini	3.1	n/a	n/a	-18.8	
119	Côte d'Ivoire	3.1	-10	-1.6	-19.1	
120	Bangladesh	3.1	5	7.3	-19.4	
121	Pakistan	3.1	3	7.1	-19.5	
122	Ethiopia	3.0	-6	-2.4	-21.4	
123	Benin	3.0	4	6.3	-21.5	
124	Lesotho	3.0	4	6.4	-21.5	
125	Malawi	2.9	-2	0.7	-23.9	
126	Guinea	2.9	n/a	n/a	-24.1	
127	Mozambique	2.9	-5	0.0	-24.3	
128	Cameroon	2.9	-2	0.7	-24.7	
129	Nigeria	2.8	0	0.0	-26.8	
130	Mali	2.8	0	0.6	-27.1	
131	Sierra Leone	2.8	0	3.4	-27.6	
132	Burkina Faso	2.8	n/a	n/a	-27.7	
133	Haiti	2.8	n/a	n/a	-28.2	
134	Angola	2.7	n/a	n/a	-28.9	
135	Mauritania	2.7	-3	1.6	-30.2	
136	Congo, Dem. Rep.	2.7	-3	1.4	-30.5	
137	Burundi	2.7	-3	3.7	-30.9	
138	Liberia	2.6	n/a	n/a	-32.2	
139	Chad	2.5	-4	0.0	-34.4	
140	Yemen	2.4	-4	-0.9	-37.2	

Asia-Pacific Europe and Eurasia The Americas Middle East and North Africa Sub-Saharan Africa

Рисунок 2.3 - Індекс конкурентоспроможності країн світу [49]

Отримані дані зі звіту про конкурентоспроможність туристичних послуг – це засіб для прояву інтересу ішних сторін для оцінки перспектив та прогнозу

«слабких» місць, які у подальшому можуть перешкоджати стрімкому процвітанню туризму. Показник конкурентноспроможності у індустрії подорожей розраховують на основі 15 факторів (бізнес-середовище, безпека, охорона здоров'я й гігієна, людські ресурси й ринок праці, ціни, інфраструктура, природні, культурні ресурси тощо). У 2019 році, як і шість років до цього, приріст експорту туристичної галузі в світі (+ 4%) перевершив показник зростання товарного експорту (+ 3%).

За даними Державної статистичної служби країни кількість суб'єктів туристичної діяльності у 2019 становить 1867 одиниць. З них туроператори – 538 од., турагенти – 1259 од. Та суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність – 70 одиниць [16].



Рисунок 2.4 – Структура суб'єктів туристичної діяльності у 2019 рік

Джерело: складено особисто на основі [16]

Середньооблікова кількість штатних працівників у сфері туризму у 2019 році складає 9120 осіб, в той час як кількість працівників у 2018 році складає 8934 осіб.



Рисунок 2.5 - Середньооблікова кількість штатних працівників в туристичній сфері в Україні за 2019 рік

Джерело: складено особисто на основі [16]

Кількість працівників у сфері туризму за 2019 рік включає:

— туроператорів – 4826 осіб (з них мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму 1879 чол., жінки – 3450 чол., особи до 30 років – 1176 чол.)

— турагентів – 4064 осіб (з них мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму 1708 чол., жінки – 3016 чол., особи до 30 років – 776 чол.)

— працівники, що здійснюють екскурсійну діяльність – 230 осіб (з них мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму 70 чол., жінки – 114 чол., особи до 30 років – 32 чол.)

Також за статистичною інформацією Держстат України дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів) у 2018 році становив 21 069 268.5 тис. грн., а у 2019 році – 31 948 701.2 тис. грн. Нижче показана частка доходів від туроператорів, турагентів та суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність (рис.2.6).

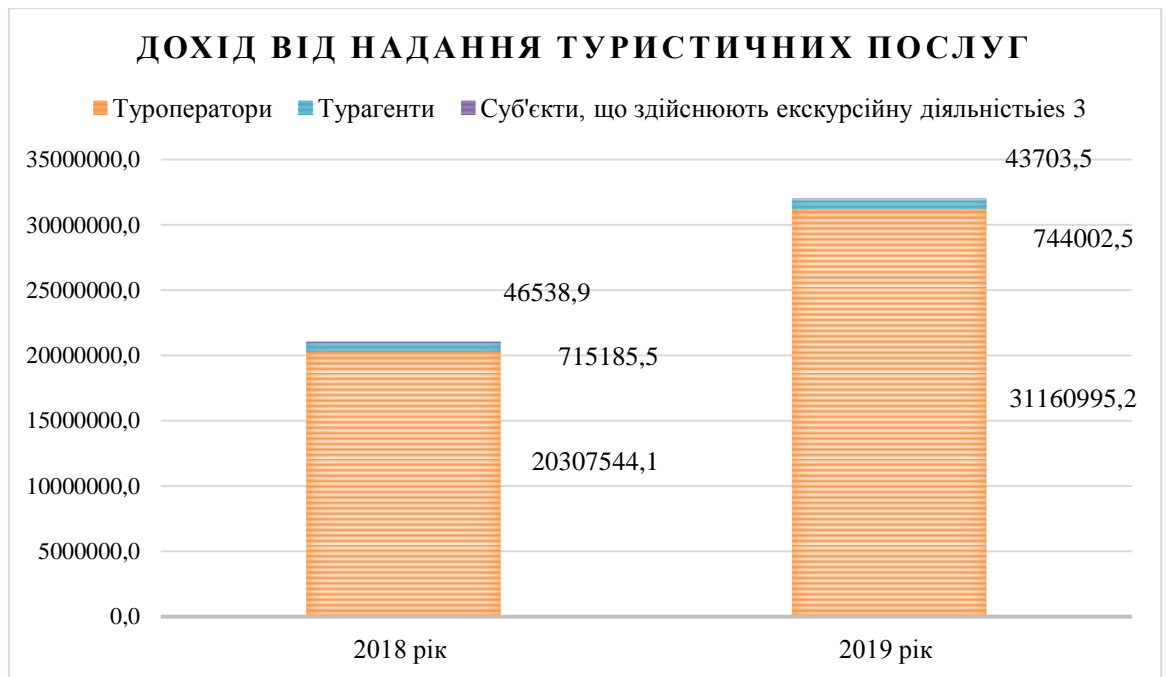


Рисунок 2.6 – Дохід від надання туристичних послуг за 2018/2019 рр.

Джерело: складено особисто на основі [16]

Україна має достатньо проблем, пов'язаних із розвитком сфери туризму. Нераціональне використання можливостей, далека міжнародних стандартів галузь туризму, відсутність розвиненої інфраструктури та інвестицій, низька якість послуг, інформація про готелі, санаторії, екскурсії по країні та послуги, що надаються. Важливими та перспективними питаннями для України є перейняття міжнародного досвіду в управлінні туристичної галуззі, розкриття ролі недержавного сектору туризму, процвітання внутрішнього туризму, підвищення якості послуг, вирішення задач з впровадження інновацій, вкладу інвестицій в туристичний ринок для глобального розквіту туристичної сфери в Україні.

2.3 Аналіз діяльності найбільших світових туристичних операторів під час Covid-19

Виробниками туристичного продукту є туроператори, що займаються реалізацією своєї продукції і клієнтам, і турагентам. Із розвитком туроператорського бізнесу почав зароджуватися масовий туризму і за межами держави. Завдяки цьому діяльність туристичних компаній стала різноманітною: туроператори почали створювати нові цікаві пропозиції в різних напрямках світу, а турагентства реалізувати даний продукт.

Серйозні турагентства, які давно перебувають на туристичному ринку і займають міцну позицію, намагаються максимально компенсувати незручності клієнта при виникненні форс-мажорних обставин, тому якщо ви вирішили підібрати тур в компанії-посередника (що може бути більш вигідно з фінансової точки зору), звертатися слід тільки в перевірену компанію з хорошим рейтингом (табл.2.3).

Таблиця 2.3 – Рейтинг топ лідерів туристичного ринку за 2019 рік

Місце	Назва компанії	Кількість туристичних напрямів	Рейтинг
1	Coral Travel	54	100/100
2	TUI	Більше 20	99/100
3	NTK-Intourist	23	97/100
4	Pegas Touristik	22	96/100
5	ICS Travel Group	60	94/100
6	Tez Tour	20	93/100
7	Mouzenidis Travel	7	92/100
8	Sunmar	14	92/100
9	AnexTour	23	91/100
10	Библио-Глобус	53	90/100

Джерело: складено особисто на основі [59]

Складанням офіційного рейтингу кращих туроператорів України займається українська Асоціація туристичних агентств України. За основу

береться кілька критеріїв, зокрема, частота їх переносите рейсів, робота гідів і т.д. Згідно з цим рейтингом лідерами українського туристичного ринку 2019 року стали такі компанії (табл.2.4).

Таблиця 2.4 – Рейтинг лідерів українського туристичного ринку

Назва компанії	Діяльність
TEZ Tour	Спільна російсько-турецька компанія заснована в 1994 році. За цей час змогла заробити статус міжнародної та отримати мільйони вдячних клієнтів по всьому світу
Pegas Touristik	Компанія існує на ринку України вже 14 років. Офіси компанії відкриті в трьох обласних центрах, а її послуги представлені самими екзотичними напрямками, включаючи Індонезію, Китай, Кенії і т.д.
TUI	Починалася німецька компанія як суб'єкт, що займається промисловістю і транспортом. Але з 2002 року TUI різко змінила вид діяльності на туристичний і з цього моменту стала завоювати своє місце «під сонцем» туристичного бізнесу
Coral travel	Компанія вже 20 років присутня на українському ринку і пропонує якісні тури в 28 країн світу. Серед них і популярні напрямки Єгипту і Туреччини, а також екзотичні: Маврикій, Танзанія.
GTO Kompas	Компанія була заснована в 2004 році. За 14 років змогла сформувати власний якісний туристичний продукт і заслужити схвальні відгуки десятка тисяч клієнтів.
ALF	Компанія досить молода, з'явилася на українському ринку в 2012 році. Але презентує себе як сучасну, що динамічно розвивається в туристичному секторі. Теплі країни - основа їх туристичного прайса
Anex tour	Компанія народилася в Росії в 1996 році. 20 років діяльності дозволили їй обзавестися статусом «міжнародна» і розширити філіальну мережу на близьке і далеке зарубіжжя.
TPG	Національний туроператор України. Так позиціонує себе дана компанія. Обслуговує 300 тис. Клієнтів в рік і має 100 тис. Унікальних пропозицій по туристичним напрямкам.
Join UP	Компанія народилася в Україні в 2009 році як профільного оператора по Домінікані, ОАЕ і Таїланду. Однак, зараз компанія вже встигла розширити «асортимент» турів і напрямків.

Джерело: складено особисто на основі [37]

У 2019 році кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами складало 6132097 осіб, з них: в'їзні (іноземні) туристи 86840 осіб, виїзні туристи 5524866 осіб, внутрішні туристи 520391 осіб. В той час як у 2018 році кількість таких туристів складало 4557447 осіб, з них: в'їзні (іноземні) туристи 75945 осіб, виїзні туристи 4024703 осіб, внутрішні туристи 456799 осіб (рис.2.7).



Рисунок 2.7 – Динаміка кількості туристів, яким були надані послуги туроператорів та турагентів за 2018-2019 рр.

Джерело: складено особисто на основі [16]

Найбільших збитків від глобальної пандемії COVID-19 зазнала туристична індустрія. Навесні 2020 року Всесвітня туристична організація (UNWTO) наголосила, що річні втрати для сфери обслуговування складатимуть 30–50 млрд доларів, і це ще не остаточний результат [56].

Туристичний оператор TUI Ukraine надавав можливість анулювання турів навесні 2020 року у разі вимушених карантинних обмежень. Туроператор Join UP! також заявив про повернення повної вартості турів мандрівникам, чії подорожжі припали карантинні дні. Крім цього Join UP! надавав туристам можливість отримати страховку від COVID-19, за якою у разі знаходження країни в червоній зоні або виявлення вірусу у мандрівника кошти поверталися. Tez Tour пропонував без жодних стягнень змінити дати подорожі.

Сектор туризму і подорожей відповідає за близько 10,4% світового ВВП. Під час пандемії саме туризм і транспорт постраждали найбільше, в тому числі через обмежувальні заходів, які вводять держави на пересування громадян, карантин, заборона авіаперевезень тощо.

Протидіючи поширенню пандемії, більшість країн закрили свій повітряний повідомлення і обмежили в'їзд іноземців. За останніми оцінками Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), загальні глобальні втрати доходів від пасажирських авіаперевезень у 2020 році складуть 50% (434 млрд дол.).

Всесвітня туристська організація назвала напрямки, які по ситуації на кінець травня повністю закрили кордони в зв'язку з пандемією коронавірусу: Африка (74% напрямків), Північна і Південна Америка (86%), Азія (67%), Європа (74%), Близький Схід (69%). Обмеження на поїздки застосовуються по всьому світу. За 185 напрямками з 217 (85%) були повністю або частково закриті кордони [23].

У країнах приймаються масштабні комплексні заходи з підтримки туристичної галузі як пріоритетної для збереження зайнятості та розвитку економіки. Наприклад, WTTC дає наступні рекомендації по відновленню (рис.2.8):



Рисунок 2.8 – Заходи для зниження наслідків кризи коронавірусу у туризмі

Джерело: складено особисто на основі [47]

- прийняття глобальних галузевих протоколів з охорони праці та техніки безпеки;
- впровадження експрес-тестування для стримування поширення коронавірусу серед працівників індустрії гостинності;
- продовження державної підтримки туристичного сектора в плані податкових пільг, стимулювання зростання ліквідності;
- реалізація заходів щодо захисту працівників і інше [6].

Нещодавно Міністерство культури і інформаційної політики повідомило, що через карантин український туристичний бізнес вже втратив 1,5 млрд доларів - і це тільки офіційно (рис.2.9). Реальні цифри можуть бути значно більше. Представники сфери туризму зазначили, що в Україні змушені були припинити свою діяльність понад 7 тис. турфірм. За прогнозами Асоціації індустрії туризму, внаслідок пандемії банкрутом може стати кожен п'ятий туроператор. Проте галузь туризму обслуговують ще близько 20 тис. готелів і майже 30 тис. ресторанів [57].

Для туристичних регіонів - Львівська, Одеська, Івано-Франківська, Закарпатська, Миколаївська і деякі інші області - повне призупинення туристичної сфери значно відображається не тільки на доходах представників даної сфери, але і на добробуті всього суспільства. Наприклад, у Львівській області 80% співробітників туристичної сфери (28 тис. осіб) пішли у відпустку за свій рахунок. У той же час в 2019 році туризм забезпечив місцевим бюджетам Львівщини понад 880 млн грн податків і зборів.

Одним з варіантів відповіді на питання «як пережити кризу» є тимчасовий перехід в онлайн режим - тобто відмова від оренди офісів і постійна робота з клієнтами віддалено.



Рисунок 2.9 – Наслідки впливу карантину на туристичну галузь

Джерело: складено особисто на основі [23]

Перебуваючи в умовах самоізоляції, багато туристичних підприємств використовують непростий для світу час з користю, а саме: удосконалюють свої навички, відвідують онлайн вебінари, навчальні курси, інтернет-майданчика з тематичними вікторинами, конкурсами, тестами. Частково вирішити проблеми туристичної галузі можна шляхом розвитку внутрішнього туризму, проте для цього необхідно вивести внутрішній туризм на високий рівень, покращуючи якість наданих послуг. Тому компенсувати збитки за рахунок навіть за рахунок внутрішнього туризму буде непросто. Переродження сфери туризму вимагає значного поліпшення якості сервісу і суттєвої підтримки з боку держави.

2.4 Діагностика проблем діяльності українських туристичних компаній під час пандемії

Усі країни світу зазнали збитків у 320 млрд доларів через падіння сфери туризму в період пандемії. Попитом для відпочинку за кордоном як у попередні роки так і сьогодні користуються Туреччина, Єгипет і Болгарія.



Рис.2.11 – Рейтинг запитів українців на відпочинок у 2018-2019 рр [38]

У топ-10 напрямків світу, про які українці запитують протягом декількох років, загалом увійшли: Туреччина, Єгипет, Болгарія, Грузія, Балі, Кіпр, Греція, Туніс, Хорватія і Таїланд. Цікаво, що країни, якими навесні цікавилися українці, практично не змінилися з попереднім року. Проте також у списку є ще і назви екзотичних країн, чого раніше не було (табл. 2.5).

У 2019 українці найчастіше літали в Барселону і Стамбул. Такі дані оприлюднила команда пошукової системи для мандрівників Momondo.ua [37].

Таблиця 2.5 – Топ-5 найпопулярніших напрямків туристичних маршрутів для українців за 2019 рік

Номінація	Країни
Куди найчастіше літали українці (ціна квитка в обидва боки)	<ul style="list-style-type: none"> — Барселона - 5768 грн; — Стамбул - 4820 грн; — Рим - 5118 грн; — Париж - 6120 грн; — Прага - 5633 грн.
Країни, популярність яких зросла в порівнянні з 2018 роком (+%)	<ul style="list-style-type: none"> — Мальта - 81%; — Австрія - 79%; — Словаччина - 52%; — Індонезія - 47%; — Польща - 31%
Топ-5 напрямків за найнижчими цінами на квитки (в обидві сторони):	<ul style="list-style-type: none"> — Краків - 2112 грн; — Вільнюс - 2329 грн; — Братислава - 2437 грн; — Вроцлав - 2627 грн; — Катовіце - 2789 грн.

Джерело: складено особисто на основі [37]

За даними дослідників, громадяни України частіше вибирали авіамаршрути, керуючись ціновими пропозиціями. Чим дешевше рейс, тим більше на нього був попит. Можна виділити найпопулярніші маршрути українців за минулий рік.

Також українські туристи в 2019 році активно цікавилися скандинавськими країнами - в рейтинг увійшли Швеція, Норвегія і Данія.

За результатами, представленими нижче (табл.2.6), відображено кількість громадян, які виїжджали закордон у 2019 році, це 738272 осіб. Необхідно звернути увагу, що найбільшим лідерами списку серед країн, які відвідували українці протягом 2019 року, були Єгипет та Туреччина.

Таблиця 2.6 – Аналіз кількості туристів з України за напрямками їх виїзду в 2019 рік

Країни	Громадяни України, що були обслуговані турагентами, за країнами, до яких вони виїжджали	Громадяни інших країн, що були обслуговані турагентами, за країнами, з яких вони прибули в Україну
Усього, З них:	738272	3137
Австрія	4223	41
Болгарія	21201	8
Шри-Ланка	4655	–
Китай	4565	–
Кіпр	7777	–
Чехія	10484	8
Грузія	4742	57
Німеччина	3958	23
Греція	19482	–
Угорщина	10477	–
Італія	16719	108
Чорногорія	7669	–
Польща	6872	1719
Іспанія	19441	22
Таїланд	4788	–
Об'єднані Арабські Емірати	15796	–
Туніс	4495	–
Туреччина	226844	7
Єгипет	311581	7

Джерело: складено особисто на основі [16]

Також багато українців відали перевагу відпочинку у Болгарії, Іспанії, ОАЕ, Італії, Греції, Чехії та Угорщини. На такий показник також вплинули вищезгадані фактори, такі як вартість авіаквитків. Найменший попит викликають країни Африки, Америки, Австралії, а також Азії.

У квітні 2020 року усі міжнародні туристичні пункти скасували в'їзд до своїх країн через поширення пандемії коронавірусу. Спеціалісти надають прогноз щодо зменшення кількості туристів від 58% до 78% за рік. Відсоток туристичної індустрії в економіці країни за статистикою, становить 3–4% ВВП, що є досить малим відсотком для міжнародного середнього показника (який дорівнює 10%). Туристична галузь зазвичай не включена у створення економіки на національному рівні. Але за даними Всесвітньої туристичної

організації ООН експерти відмітили, що частина туризму в економіці досягає майже 9% ВВП України. Тобто це являється доказом того, що туризм сьогодні дає великий внесок для економіки України.

Згідно з отриманими даними, у першому кварталі 2020 року вже спостерігалось скорочення подорожей у 22%, а прибуття в березні впали до рівня 57% на всіх ринках (рис.2.10). Це означає втрату 67 мільйонів міжнародних туристів і близько 80 мільярдів доларів США надходжень.

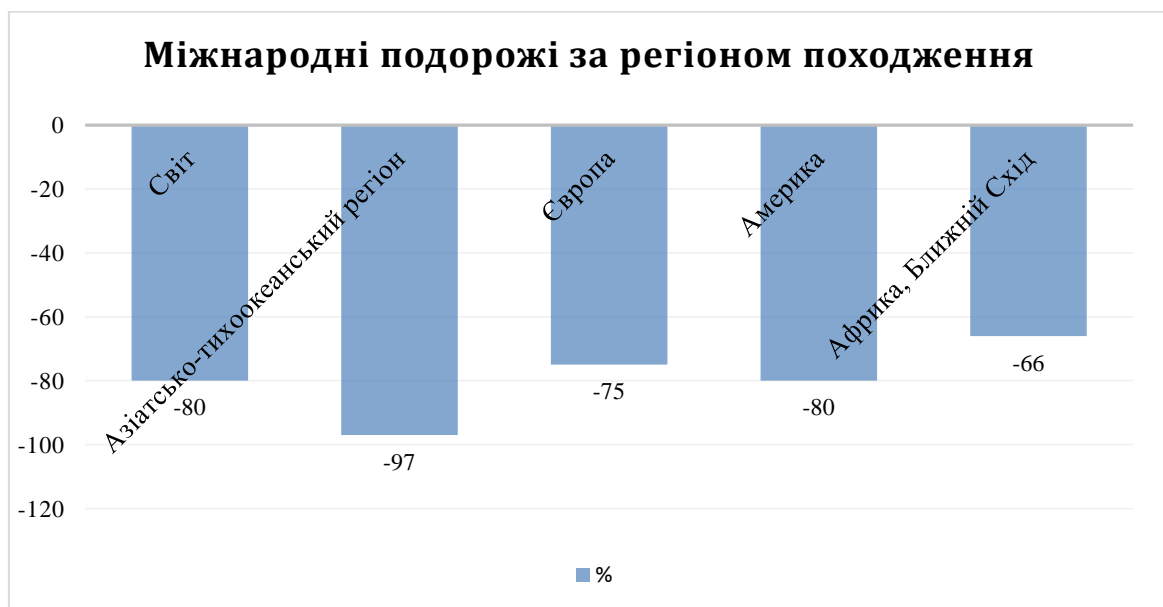


Рисунок 2.10 – Вплив пандемії COVID-19 на світовий туризм у першому кварталі 2020 р. (порівняно з 1 кварталом 2019 р.)

Джерело: складено особисто на основі [20]

Наразі в Україні спостерігається відставання у темпах запровадження заходів на підтримку туристичного бізнесу, що ставить під загрозою конкурентоспроможність індустрії на глобальному ринку.

Глобальні наслідки у 2020 році (порівняно з 2019 роком) представлено на рис. 2.11:

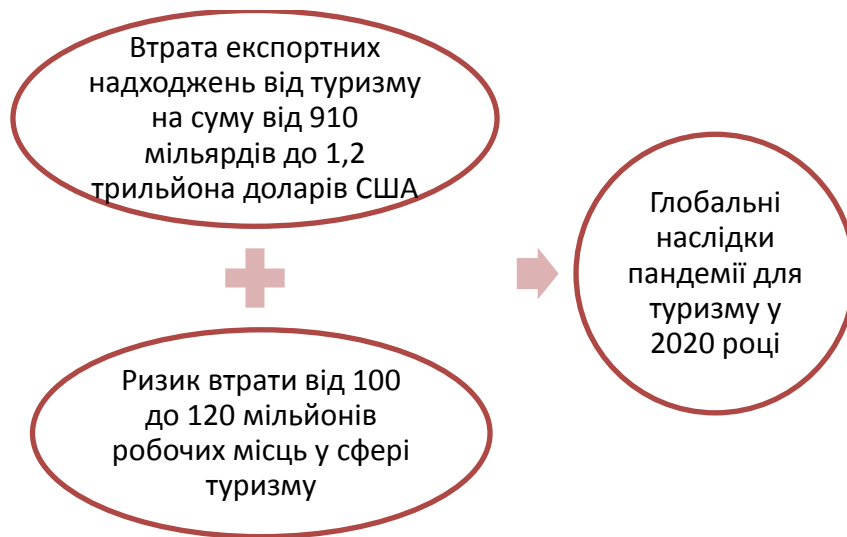


Рисунок 2.11 – Глобальні наслідки пандемії для туристичної галузі світу у 2020 році в порівнянні з 2019 роком

Джерело: складено особисто на основі [31]

У першій половині 2020 року кількість туристів у світі скоротилася до 65% у зв'язку з карантинном. Через пандемію сфера туристичних послуг галузь втратила у 5 разів більше доходу, ніж у 2009 році в період фінансової кризи. При цьому уточнюють, що в порівнянні з 2019 роком, кількість міжнародних мандрівників впала на 93% у червні. Закриття кордонів по всьому світу та впровадження обмежень на поїздки спричинили таке різке та суттєве зниження потоку туристів. Проте протягом вересня-жовтня було поновлено кілька напрямків для мандрівників. Станом на початок вересня в 53% пунктів призначення було скасовано обмеження на поїздки. Згодом ситуація у листопаді 2020 погіршилась, більшість країн знову ввели суворий карантинний режим та обмеження на виїзд/в'їзд громадян [39].

В осінні місяці більшість туристів завжди віддавали перевагу відпочинку або в теплих країнах, або в українських готелях в Карпатах. При цьому активний екскурсійний відпочинок безпосередньо залежить від погодних умов: найбільший попит спостерігається у жовтні, коли температура повітря зберігається ще на комфортному для прогулянок рівні. Але, як виявилось, закордонні екскурсії користуються великим попитом протягом усього року.

В умовах пандемії коронавірусу багато популярних маршрутів для українських відпочивальників все ще залишаються закритими. Проте, такі країни як Мексика, Домінікана, Мальдіви, ОАЕ і Танзанія вже відкриті і готові приймати туристів.

Традиційний лідер масового туризму - Єгипет. Саме ця країна на рівні з Туреччиною становить 80% продажів з усіх напрямків в зимовий сезон. Іноземні туристи, які прибувають в Хургаду, Шарм-ель-Шейх і Марса Алам, зобов'язані мати результати негативного тесту на COVID-19, перекладені на англійську мову, або ж зробити тест по прильоту в аеропорту за 30 доларів.

Сьогодні тури на курорти Червоного моря можна знайти зі знижками на найближчий тиждень. У туристичному бізнесі називають кілька причин, за якими відпочинок на єгипетських курортах став дешевше. Жодна з них не пов'язана з якістю відпочинку або зниженням безпеки для туристів, відзначають експерти. Основні причини такі:

- традиційний спад туристів перед високим сезоном на Новий рік;
- конкуренція між готелями;
- початок навчального року в Єгипті і відтік місцевих туристів.

Європа ж не поспішає відкривати свої кордони для громадян України, а значить, що велика частина напрямків на цей сезон буде втрачена. Врятувати ситуацію може стрімкий розвиток внутрішнього туризму та знайомство українців з батьківщиною, яка ще стоїть на шляху до розквіту свого внутрішнього туризму. Проте вже спостерігається прояв інтересу до рекреаційних ресурсів своєї країни, особливо в умовах карантину.

За даними абонентів компанії «Київстар» з травня по серпень 2020 року найактивніше подорожували українці з Києва, зі Львова та Запоріжжя. Попитом серед населення користувалися Київ та Одеса. В цілому, українці в 2020 році віддавали перевагу відпочинку саме на морських курортах Одеської, Запорізької, Херсонської та Миколаївської областей (рис 2.12). Наприклад, в Одеській області побувало майже 1,6 млн туристів - це є найбільшим показником за відвідуваністю серед усіх областей України.



Рисунок 2.12 – Найпопулярніші місця України для внутрішнього туризму у 2020 р. серед абонентів «Київстар»

Джерело: складено особисто на основі [51]

Лідируючу позицію зайняв Київ за кількістю прибувчих туристів - понад 450 000 гостей за 4 місяці. Друге місце забрала Одеса, яку відвідали майже 400 000 мандрівників. Білгород-Дністровський район Одеської області зайняв третє місце із позначкою 370 000 туристів.

Компанія «Київстар» за проведеним аналізом наголосила, що високий туристичний потенціал мають наступні дистинації.

— Березанський район Миколаївської області - на кожного місцевого жителя було 13 туристів.

— Якимівський район Запорізької області - тут було 10 туристів на одного місцевого.

— Скадовський район Херсонської області - 8 туристів на кожного жителя району.

Отже, крім загальновизнаних туристичних лідерів - Львівщини, Одещини, Івано-Франківщини, Закарпаття, необхідно звернути увагу і на регіони, які останнім часом докладають великих зусиль для розвитку туризму.

На тлі триваючої боротьби з коронавірусною інфекцією все більше популярних парків, туристичних зона і музеїв висунули послуги онлайн-

екскурсії. Одночасно з цим, в інтернет вийшли все більше VR-турпродуктів і відеочатів по культурно-туристичним темам, в яких з інтересом беруть участь безліч молодих людей, при цьому багато хто з них щедро відправляють благодійні пожертвування ведучим в якості подяки.

За даними Coral Travel у 2020 році українці значно більше відпочивали в Україні. Серед запитів і замовлень переважали традиційні морські курорти України: Одеса, Затока, Коблево, де за останні кілька років з'явилися готелі, які можуть стати гідною альтернативою закордонному відпочинку. Крім морських курортів, лідером відпочинку влітку 2020 року також можна назвати Карпати.

Компанії, які займаються внутрішнім туризмом, працюють у новому форматі: видача масок, антисептиків і рукавичок. Звісно у зв'язку з безліччю обмежень організовуються менші групи: замість 50 осіб буде до 30. Обов'язковою є умовою буде вимір температури і туристам, і персоналу, дезінфекція готелів.

Туризм України має високий потенціал розвитку в таких продуктах, як тури вихідного дня та діловий туризм, а також в області природних і культурних ресурсів (наприклад, гастротуризм, сільський туризм), однак через відсутність ефективного управління галузю, неправильне статистичне охоплення та неконкурентність на міжнародному ринку її розвиток суттєво гальмувався. Тому необхідно звернути увагу на територію власної держави, інвестувати в український туризм, аби заохочити більшу кількість мандрівників та завдяки цьому покращити ситуацію даної іднустрії

Вітчизняні готелі отримали значний приріст відвідуваності за рахунок тих туристів, які були змушені перебронювати зарубіжну відпустку 2020 року на український відпочинок. Тому актуальним наразі є питання впровадження та розвитку додаткових послуг в готелях.

Після суворого карантину варто розраховувати на інтерес мандрівників до короткострокових поїздок по Україні, турів вихідного дня з цікавою програмою, які доступні за ціною і при цьому дозволяють отримати повний спектр вражень.

Висновки до розділу 2

Туризм є важливою сферою економіки, розвиток якого залежить від політичної ситуації в країні, рівня життя населення, ресурсів та правильних інвестицій. У 2019 році було здійснено 1,5 мільярда туристичних поїздок по всьому світу. Зростання в 4 % у порівнянні з попереднім роком доводить, що туризм є провідним і стійким сектором у економіці держави.

Значення туристичної галузі з точки зору робочих місць є значно більшим, ніж у секторі фінансових послуг. Незважаючи на те, що фінансова сфера безпосередньо формує 19,4% світового ВВП, а туристична галузь - 10,2%, туризм при цьому, на відміну від фінансів, створює вдвічі більше робочих місць по всьому світу.

Кількість працівників у сфері туризму в Україні станом на 2019 рік включає туроператорів – 4826 осіб, турагентів – 4064 осіб, працівники, що здійснюють екскурсійну діяльність – 230 осіб.

Сектор туризму і подорожей відповідає за близько 10,4% світового ВВП. Під час пандемії саме туризм і транспорт постраждали найбільше, в тому числі через обмежувальні заходів, які вводять держави на пересування громадян. Всесвітня організація з туризму назвала напрямки, які станом на кінець травня повністю закрили кордони в зв'язку з пандемією: Африка (74% напрямків), Північна і Південна Америка (86%), Азія (67%), Європа (74%), Близький Схід (69%). Обмеження на поїздки застосовуються по всьому світу.

Лідерами серед країн для відпочинку, які відвідували українці протягом 2019 року, були Єгипет та Туреччина. Ця статистика залишається актуальною також і на момент карантину. Проте пандемія негативно відобразилась на сфері туризму, адже потік мандрівників скоротився на 65%, а це спричинило збитки більші, ніж під час фінансової кризи 2009 року.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ В УМОВАХ КАРАНТИНИХ ОБМЕЖЕНЬ, СПРИЧИНЕНИХ COVID-19

3.1 Комплекс заходів подолання кризи в туристичній галузі, спричиненої пандемією

Туризм - один з секторів, що найсильніше постраждав в результаті пандемії COVID-19. Враховуючи сьогоденні обмеження на подорожі та нависаючу глобальну рецесію, сфера туризму ризикує стати антилідером по швидкості відновлення галузі. Для порятунку засобів для існування мільйонів людей необхідні рішучі скоординовані дії.

З урахуванням прогнозованого для 2020 року спаду в міжнародному туризмі на 60% -80% і зниження доходів від експорту на 910 мільярдів - 1,2 трильйона доларів США сьогодні під загрозою знаходиться понад 100 мільйонів робочих місць, що існують в області туризму. Також економіка туризму тісно кооперується з багатьма іншими секторами, включаючи будівництво, агропромисловість, послуги зі збуту і транспорту. Пандемія COVID-19 виявила макроекономічну значимість туризму для більшості економічних систем ОЕСР і Групи двадцяти.

Кризова ситуація у світі надає можливість для переосмислення розвитку туризму. Відновлення містить перетворення сектора, перетворення туристичних маршрутів і підприємств, реформацію туристської екосистеми, впровадження інновацій та інвестування в туризм. Криза має стати можливістю для забезпечення більш справедливого розподілу вигод від туризму і просуванню вперед на шляху до життєздатної туристської економіки (рис 3.1).



Рисунок 3.1 - Шляхи відновлення сфери туризму після пандемії

Джерело: складено особисто на основі [65]

По-перше, для перезапуску туризму ключовим моментом є посилене багатостороннє співробітництво і повноцінна підтримка. Співпраця і послідовність заходів з регулювання подорожей на двосторонньому, регіональному і міжнародному рівнях - це засіб, який дозволить безпечно перезапустити туризм, прискорить відновлення економіки і дасть надію мільйонам людей. Сюди входять зміцнення безпеки для мандрівників і працівників та забезпечення безпечних транскордонних подорожей. Основним завданням є посилити глобальне співробітництво і допомогу щодо пом'якшення наслідків пандемії COVID-19 для подорожей і туризму та посприяти прискоренню відновлення як економіки, так і суспільства. Поновлення діяльності туристського сектора потребує скоординованого та комплексного підходу. Саме через свій міжсекторальний характер туризм ліг в основу Порядку в галузі сталого розвитку та входить в пакет соціально-економічних заходів ООН у відповідь на пандемію COVID-19.

По-друге, уряди повинні більш комплексно підходити до питання відновлення туризму, залучаючи всі рівні уряду, приватний сектор і громадянське суспільство до роботи над практично орієнтованим і здійсненим планом по пожвавленню туристичного сектора. Послуги в області туризму взаємозалежні. Різноманітна природа сектора означає, що він перетинається з різними сферами політики, такими як охорона здоров'я, транспорт, екологія,

іноземні справи і економіка. Всі країни повинні також покращувати свої механізми координації, щоб допомагати підприємствам, працівникам і туристичним фірмам, зокрема, найбільш вразливим суб'єктам, таким як малі та середні підприємства, розглядаючи при цьому стійкість як керівний принцип для відновлення. Для досягнення стійкої та життєздатної туристської економіки приватний сектор теж повинен бути безпосередньо залучений у формування політики. Це допоможе подолати труднощі, такі як ефективність використання ресурсів і управління ними, і уникнути існуючих проблем, що включають надлишковий туризм і тиск на місцеву інфраструктуру, навколишнє середовище та громади. Необхідно направити політику відновлення на прискорення цифрової трансформації і перехід в майбутньому до низьковуглецевої економіки.

По-третє, слід перенаправити туризм в сторону відповідального і інклюзивного розвитку. Туристський сектор може надавати суттєвий вплив на екологію і суспільство – як за рахунок викидів парникових газів, наслідків для природного та культурного середовища, так і впливу на приймаючі спільноти. Дослідження показують, що на викиди туристського транспорту припадає 8% світових викидів парникових газів. Пандемія виявила можливість для більш різноманітного, «повільного», меншого і автентичного досвіду. Потрібно брати участь в колективних обговореннях майбутнього туризму і взаємозв'язку між туризмом і навколишнім середовищем. Необхідно більше інвестувати в технології, зелену інфраструктуру та робочі місця з доданою цінністю. Це призведе до більш стійкого, інклюзивної та життєздатного туристського сектору [47].

Досвід іноземних країн свідчить, що туристичний сектор може підвищити рівень економічного розвитку, допомогти залучити інвестиції, перетворити інфраструктуру окремих територій і всієї держави. Як вже зазначалося раніше, частка туризму у ВВП України 1,5-3% свідчить неефективне господарювання за роки незалежності держави. Українські туристи витрачають за кордоном суму, еквівалентну 8% ВВП. Але можливості нашої країни все ще не використані на

повну потужність. Правильне фінансування у ремонт та будівництво доріг, інвестиції в соціальні проекти, формування умов для підприємницької заповзятливості, спричинить покращення сфери туризму України та збільшить її привабливість для своєї та іноземних громадян.

Втрати від кризи, яка спіткала Україну і світ, неминучі. Але період скорочення ринків, зміни структури попиту і зниження купівельної спроможності може стати зоряною годиною для сміливих рішень. Завдання держави - мінімізувати довгострокові ризики і підтримати новаторів, які звернулися до внутрішнього потенціалу.

Туроператори стежать за епідеміологічною ситуацією в світі і переглядають свій продукт: вирішують, в які країни летіти, а в які поки не варто, ще більш відповідально ставляться до вибору готелів і намагаються вгадати бажання клієнтів. Агенти намагаються прорахувати кількість туристів, які потенційно захочуть летіти на відпочинок. Це означає, що «гарячих турів» точно не буде. Туристичні компанії намагаються зберегти ціни на рівні 2019 року, проте дана задача є досить складною при нинішніх умовах.

У Китаї коронавірусна інфекція підвищила попит населення на екотуризм. У багатьох парках і туристичних зонах країни був введений обов'язковий режим бронювання, згідно з яким туристам необхідно було заздалегідь забронювати квитки на сайтах або через мобільні телефони, щоб запобігти масовому скупченню людей. Це обов'язкове правило сприяє дотримувannya запобіжних заходів, забезпечує безпеку туристів відповідно до кількості отриманих замовлень. А також дана інновація посприяла введенню оперативного моніторингу турпотоку і вживання своєчасних заходів для регулювання кількості туристів, що прибувають.

Пандемія стала потужним викликом для всього світу, і процес відновлення туристичної сфери навряд чи буде швидким. За найсміливішими прогнозами, туризм зможе повернутися в нормальний стан не раніше 2021 року, і за умови, що епідеміологічна ситуація в світі не погіршиться.

Станом на 24 листопада 2020 року, обмеження для українців на подорожі виглядають наступним чином (табл 3.1).

Таблиця 3.1 – Обмеження кордонів для українців станом на 24.11.2020р.

Обмеження	Кількість країн	Країни (деякі з них)	Умови відвідування
Незначні	10	— Туреччина — Домініканська Республіка — Центральна Африканська Республіка — Болгарія — Сербія	Ви можете сюди подорожувати і, ймовірно, вам не потрібно буде залишатися на карантині після прибуття або повернення.
Помірні	104	— Бразилія — Єгипет — Великобританія — Мексика — Словенія — Хорватія — Чорногорія — Майже усі країни Африки	Подорожі сюди можливі за умови дотримання певних правил в'їзду, що можуть включати тест на COVID-19. Вам, можливо, також потрібно буде залишатися на карантині після прибуття та/або повернення.
Максимальні	107	— Росія — майже усі країни Європи — Аргентина — Канада — Китай — Австралія — Туніс	Подорожі сюди можуть бути призупинені, країна може бути закрита або в'їзд можливий лише для її громадян та/або за умови дотримання суворих вимог.
Постійно змінні	10	— Індія — Східна Сахара — США	Детальна інформація відсутня.

Джерело: складено особисто на основі [34]

Міністерство культури і інформаційної політики спільно з Державним агентством розвитку туризму України підготували пом'якшувальні зміни в обмеження на в'їзд для іноземців, що мають бути оприлюднені в найближчий час. Влада розуміє, що жорсткі обмежувальні заходи можуть негативно вплинути на туризм, тому разом з Кабінетом Міністрів України і всіма учасниками ринку вони працюють над максимально безпечним і збалансованим рішенням загальної проблеми.

В умовах економічної кризи, спричиненої пандемією COVID-19, повинні бути здійснені ініціативи як на міжнародному, так і на національному рівні, що

мають доповнюватися конкретними діями готелів та готельних мереж, що працюють в Україні.

На міжнародному рівні можна необхідно створити певний комплекс заходів, що має економіко-фінансовий характер, щоб туристична сфера у всьому світі досягла спільної та злагодженої, встановлюючи однакові обмеження та умови, створюючи безпечні напрямки, які дозволять безпечно оздоровитися туристам.

Важливим кроком у подоланні кризи у сфері туризму є впровадження санітарних заходів. Туристичний сектор через WTTC, розробив низку протоколів для відновлення безпечного туризму у світі, а наприкінці травня 2020, протоколи вже були опубліковані. Протоколи враховують орієнтири Світової організації охорони здоров'я (ВООЗ) та Центрів США з питань контролю захворювань [65].

Уряд нашої країни реорганізував Департамент туризму та курортів Міністерства економіки та торгівлі України, а також створив Державне агентство з розвитку туризму. На сьогодні, усі дії спрямовані на укріплення становища Держагентства за рахунок людських ресурсів і фінансової підтримки з державного бюджету.

До низки допоміжних дій на розгляд Верховної Ради України було подано законопроект № 337911, який стосується таких питань:

- Звільнення постачальників туристичних послуг від: сплати ПДВ, сплати податку на прибуток і Єдиного соціального внеску (ЄСВ), сплати земельного податку та податку на нежилий фонд нерухомості;
- Скасування сплати туристичного збору до кінця 2020 року.
- Звільнення від оподаткування при сплаті оренди та землекористування, орендарів державної та громадської власності.

Для готелів та інших установ розміщення, закладів харчування, туристичних і транспортних підприємств були надані рекомендації з метою зменшення непередбачуваності для власників і управляючих компаніями, що надають туристичні послуги в Україні (рис 3.2).

Для кожної групи був внесений і роз'яснений ряд конкретних рекомендацій, включаючи: навчання та обізнаність, запобіжні заходи, заходи з очищення та дезінфекції, контроль за поширенням захворювань.

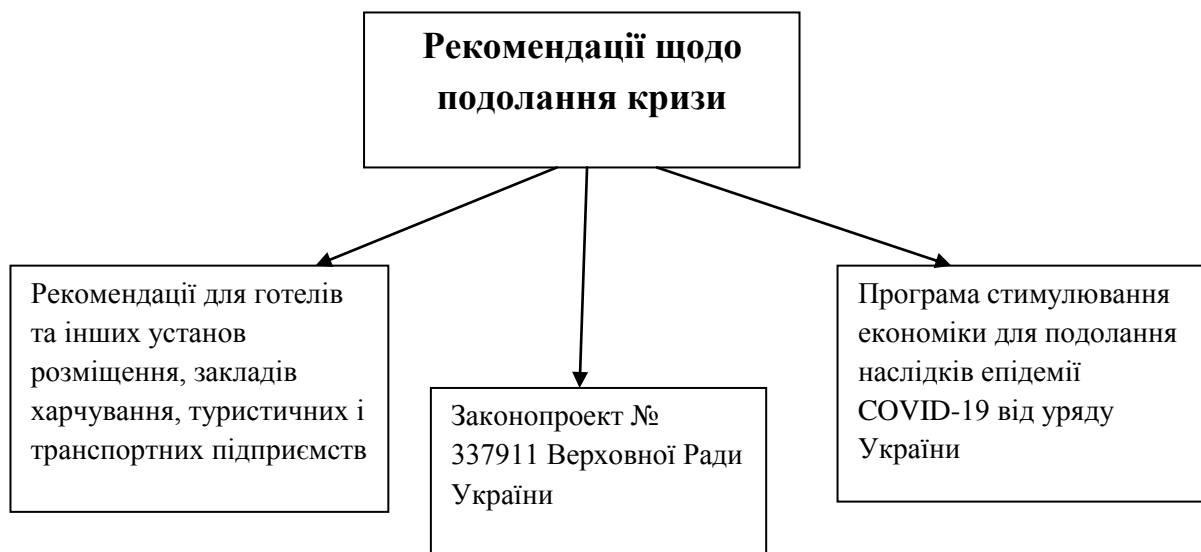


Рисунок 3.2 – Рекомендації для подолання наслідків епідемії COVID-19 в туристичній галузі України

Джерело: складено особисто на основі [65]

Відповідно до вищезгаданих даних, пропонується вжити такі заходів для мінімізації негативного впливу в галузі туризмі під час світової пандемії COVID-19:

1. Підтримка внутрішньотранспортного сполучення (авіаційного та залізничного) та вартості квитків.
2. Створення туристичних ваучерів та кредитних ліній для внутрішнього туризму.
3. Підтримка та пришвидшення комплексу допоміжних дій на внутрішньому ринку, які направлені на реструктуризацію і реорганізацію управління в галузі туризму.
4. Введення прогресивних кроків «м'якого реагування» (дозвіл на організацію відкритих майданчиків для ресторанів і кафе, де це можливо).
5. Проект нового плану дій для впровадження невідкладних заходів на 2020 рік і план на період 2021–2022 рр.

6. Наголос туризму на внутрішній ринок. Це стане каталізатором України у здатності залишитися конкурентноспроможною на ринку туризму.

7. Відтермінування сплати податкових і боргових зобов'язань у межах максимальних можливостей України [18].

Спільнота гостинності та експерти Всеукраїнської федерації роботодавців в сфері туризму України рекомендують вжити заходи для послаблення впливу пандемії та кращого виходу з кризи в Україні (рис 3.3):

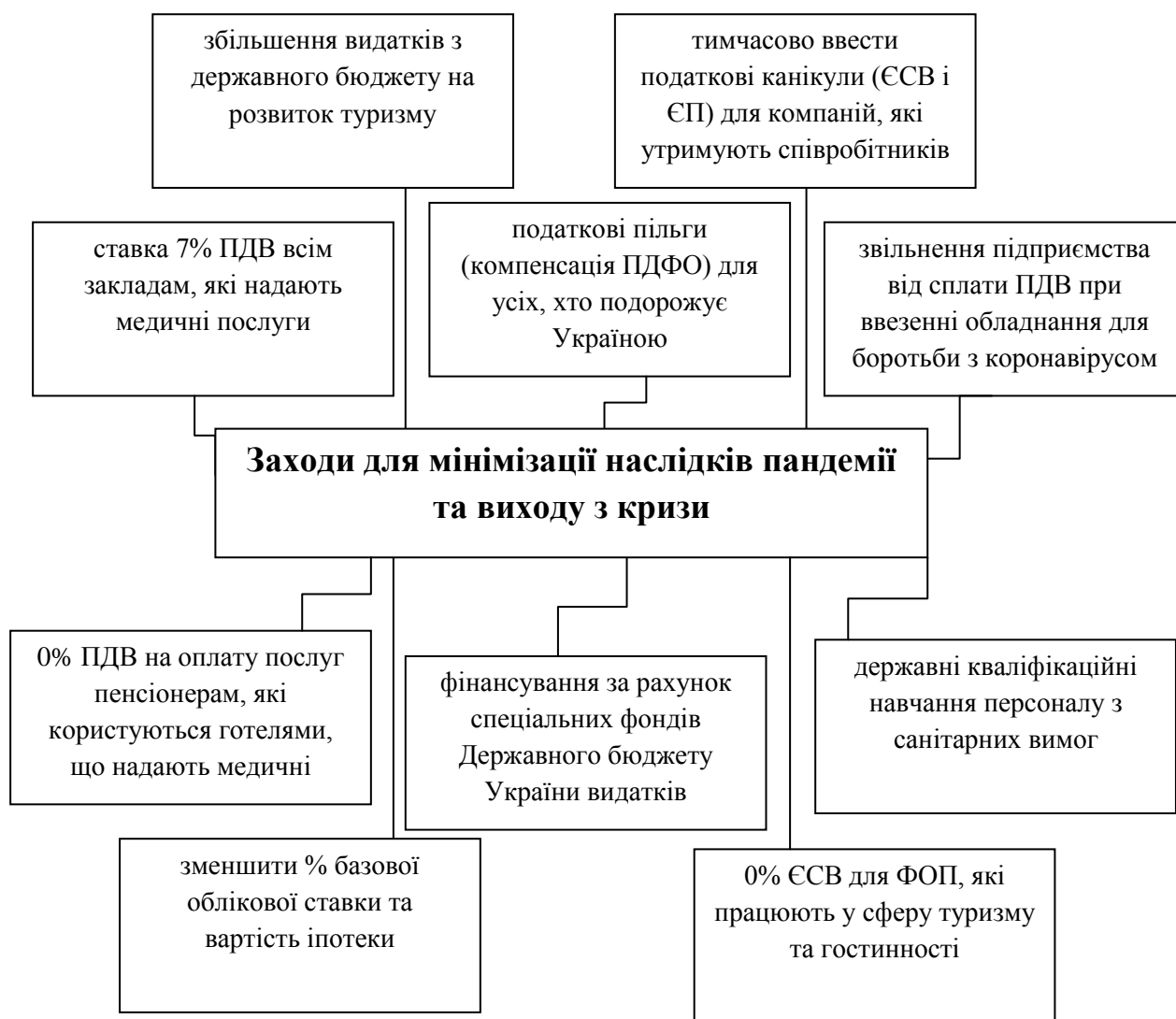


Рисунок 3.3 – Заходи для мінімізації наслідків пандемії та виходу з кризи туристичної сфери України

Джерело: складено особисто на основі [46]

Даний комплекс заходів при нинішній ситуації сприятиме процвітання туристичної індустрії України. Звісно сюди слід також додати обов'язкове державне медичне страхування на випадок зараження COVID-19 для громадян, які формують в'їзний та виїзний туристичний потік; оновлення туристичної інфраструктури та покращення засобів зв'язку (забезпечити покриттям 4G та 5G усю територію країни), диджиталізація усіх закладів сфери гостинності.

Світова пандемія COVID-19 та її наслідки примусили галузь туризму змінити звичну структуру роботи та шукати нові прогресивні шляхи розвитку для існування даної сфери. Звісно, аби туристична індустрія змогла якомога швидше відновитися після закінчення кризи, необхідно впровадити новітні технології та інновацій у діяльність туристичних компаній. Неможливо реалізувати це без підтримки зі сторони влади та підприємницьких ініціатив у даній сфері. Також слід звернути увагу на підвищення якості послуг, посилення інформаційної компанії, диджиталізацію, розвиток внутрішніх напрямків.

Внутрішній туризм в Україні досить якісно розвинений і в люксовому сегменті, причому по ціновій політиці, нічим не поступається відпочинку в Туреччині, Єгипті або Криму. Проте до пандемії не так багато туристів обирали відпочинок в межах країни за рахунок цього фактору. Різке зниження динаміки продажів в люксовому сегменті і різкий перепад основних фінансових потоків туристичної та готельної індустрії в бік низького цінового сегмента відображає те, що більшість мандрівників все ж таки не хочуть витратити велику кількість грошей на внутрішні маршрути. Нинішній турист вимогливий до комфорту і якості сервісу, але при цьому витрачається на відпочинок в рамках економії.

У 2019 році 45% опитаних українців сказали, що виїжджають на відпочинок щонайменше раз на рік, третина з них – за кордон. Сьогодні через обмеження пересування і відсутність авіасполучення з країнами-лідерами туристичних курортів туризм в межах України мав би отримати відчутний поштовх до розвитку, розвиваючи такі напрями як: зелений туризм, сільський туризм, гастротури, велосипедний туризм вихідного дня (рис 3.4).



Рисунок 3.4 – Стратегічні напрямки розвитку внутрішнього туризму в Україні з урахуванням карантинних обмежень

Джерело: складено особисто на основі [46]

На початку пандемії та обмежень українці віддавали перевагу місцевості, що розташована в радіусі 20-30 км від міста. Це зазвичай були виїзди на авто чи велосипеді в межах області. За весь 2020 рік в період пандемії лідерами запитів серед громадян були море і гори. Влітку це був відпочинок на пляжах Одеси, Бердянську, Коблево. Протягом усього літа та осені популярності набув відпочинок у Карпатах.

Пропозиції туристичних маршрутів також обумовлені логістикою. Доступними є ті місця для відпочинку, куди можна доїхати швидко та безпечно. Проте є також надзвичайно красиві локації Карпатах, куди, на жаль, дістатися досить складно, а тому те чи інше місце може не користуватися попитом серед туристів.

Протягом поточного року збільшилась кількість охочуючих відпочити в межах країни у сегменті ВІП класу. Звісно це безпосередньо пов'язано із обмеженим виїздом та вимушеним відпочинком в Україні того сегменту

туристів, які завжди обирали інозмені курорти. Знизилась кількість «бюджетних» туристів, а також меншим попитом користувалися тури вихідного дня. Не відбувся дитячий відпочинок у цьому році через заборону роботи дитячих таборів, а також більшості санаторіям було заборонено приймати туристів.

Проте навіть у період пандемії великий відсоток українців бажає відпочити хоча б у межах країни. Тому необхідно створити умови, при яких туристичний бізнес України зможе не тільки перенести наслідки кризи пандемії, але і знайти нові шляхи до розвитку галузі та задоволення потреб споживачів.

3.2 Перспективні напрями розвитку екотуризму в умовах пандемії

Зелений туризм починає користуватися більшим попитом. Екотуризм – це подорожжі, що не завдають шкоди природі, під якими розуміється відповідальність за довкілля. Це може проявлятися у допомозі місцевому населенню у догляді та підтримці природного ландшафту, багатств, культури, і навіть у розвитку місцевості, як економічному, так і соціальному. Еко туристи намагаються максимально наблизитися до культури і звичаїв того регіону, куди вони потрапляють. Вони беруть участь в різних акціях з порятунку живої природи, турбуються про навколишнє середовище екологічним та безпечними методами, мають просвітницьку місію, адже доносять свою ідею місцевим про особливості того чи іншого регіону, про можливі загрози. Екологічний туризм відповідає ряду критеріїв відповідних критеріїв та несе відповідний ефект (рис.3.5).



Рисунок 3.5 - Ефекти від розвитку екологічного туризму

Джерело : складено особисто на основі [50]

Тому пропоную розвивати напрям зеленого туризму під час пандемії з диференціацією його з сімейним відпочинком, турами вихідного дня, пізнавальним туризмом.

Екотуризм допускає відвідування лише тих природних заповідних зон, пам'ятників, лісом, що є екологічно безпечними. Найпопулярнішими зонами для зеленого туризму є пам'ятки ЮНЕСКО, а також місця з винятковою природою або культурною спадщиною. У поняття «зеленого» туризму входить піший, кінний, водний, гірський і велотуризм [50].

У 1990 році була створена Міжнародна організація екотуризму (TIES), що мала на меті підтримку екологічного туризму. Так, для мандрівників «зеленого» туризму були складені 10 основних правил (рис. 3.6).

10 основних правил зеленого туризму

- пам'ятати про те, що Земля вразлива;
- залишати тільки власні сліди, забирати тільки фотографії, вбивати тільки час;
- пізнавати світ, в який потрапив: географію, місцеву культуру, традиції і звичаї;
- шанобливо ставитися до місцевих жителів; не купувати вироби виробників, що піддають небезпеці навколишнє середовище;
- завжди слідувати тільки протоптаними стежками;
- підтримувати програми по захисту навколишнього середовища;
- використовувати різні методи збереження навколишнього середовища скрізь, де це можливо;
- підтримувати організації з охорони природи; подорожувати з фірмами, що підтримують принципи екотуризму;
- не купувати вироби виробників, що піддають небезпеці навколишнє середовище

Рисунок 3.6 – 10 основних правил зеленого туризму

Джерело : складено особисто на основі [50]

Мода на здоровий спосіб життя та екологічно чисту продукцію імплементувалась у всі сфери життя громадян. І крім екопродукції та заняття спортом виникли нові потреби.

Поняття зеленого туризму має на увазі відпочинок на природі. Також існують різні його види, а саме від спокійного дозвілля в будиночках певного села до відпочинку з екстремальними розвагами по гірській, водній території.

Перевагою саме зеленого туризму є його відносна невибагливість в організації і стартовий капітал. Якщо порівнювати з тим же морським відпочинком, то для організації власного бізнесу з нуля на морському березі потрібна земля, будинок і наявність пляжу обов'язково) – але ділянки з такими характеристиками коштують, починаючи від 100 тисяч доларів і вище. При цьому не грає особливої ролі, де розташована земля в маленькому селі чи на безлюдному березі, земля в цих регіонах є коштовним товаром. Такі витрати для початку власного бізнесу з нуля в туризмі вже не має на увазі малий бізнес як такий. На відміну від морського відпочинку зелений туризм цілком реально почати з простих для цього умов. Звісно, вклад потрібно буде зробити, але це

не шалені кошти. Можна розпочати з кількох сотень доларів. До основних передумов екотуризму відносять природу, чистоту і мінімальний комфорт [61].

Україна може розвиватися у сфері внутрішнього зеленого туризму, адже ми маємо ресурси Карпат та Івано-Франківської області. До територій, де вже розвивається зелений туризм та може процвітати він у майбутньому відносять: Закарпаття, Львівська та Чернігівська області, Полтавщина, Одеська область.

Один з найвідоміших заповідників - «Асканія-Нова» в Херсонській області. Крім екзотичних тварин тут можна побачити старовинні кургани і прекрасні степові пейзажі. Слід зазначити, що під екзотичними тваринами слід розуміти зебр, верблюдів і антилоп.

Ще один біосферний заповідник відомий в Україні - це «Розточчя» у Львівській області. На його території розташовуються багато пагорбів, розділених озерами і річковими долинами. Тут можна зустріти, рідкісні та зникаючі види рослин (беладона звичайна, підсніжник звичайний, лілія лісова) і тварин (косуля європейська, лисиця європейська, дика свиня).

У заповіднику «Кам'яна могила» в Запорізькій області, який порівнюють з Тибетом і Єгиптом можна на власні очі побачити скелясті виступи заввишки в 50-70 метрів посеред степу. Вони утворилися тут понад два мільярди років тому після виверження вулкана. У Житомирській області розташовується так зване Кам'яне село, де знаходяться величезні кам'яні валуни посеред поліських лісів.

Для стрімкого розвитку галузі туризму в середині країни слід націлитись на дотримання усіх санітарно-карантинних норм, розраховувати на невелику групу туристів під час однієї поїздки, надавати клієнтам сервіс на рівні з іноземними курортами, розвивати нові напрямки по Україні, вкладаючи в них інвестиції та заохочуючи туристів (рис.3.8).



Рисунок 3.7 - Стратегічні рішення щодо розвитку внутрішнього туризму України в умовах пандемії
Джерело: складено особисто

Акцент слід зробити на індивідуалізацію, що є одним з ключових факторів роботи туристичних підприємств і галузі в цілому під час пандемії. Тобто в такий кризовий період невелика частка людей як може, так і хоче відвідувати туристичні маршрути. Тому туроператорам та турагентам слід перш за все забезпечити максимальну безпеку та надійність під час подорожі, а також знаходити цікаві пропозиції для кожного клієнта, підлаштовуючись до ситуації у країні, карантинних обмежень у пересуванні, роботі закладів гостинності та харчування, бюджету замовника та його переваг щодо майбутнього відпочинку.

Підсумовуючи усе вищезгадане, можна запропонувати організацію туру на 5-10 осіб до Закарпаття. Дана поїздка може підходити як для однієї сім'ї, так і для великої родини або компанії друзів. Турагенство може винайняти мікроавтобус з водієм, щоб уникнути зайвого контакту з великою кількістю людей, та з дотриманням усіх санітарно-карантинних норм. Зазвичай туристичні компанії співпрацюють з надійними перевізниками, тому необхідно

буде лише знайти та представити пропозицію клієнту в залежності від його переваг та можливостей.

Далі йде розміщення туристів, що буде відбуватися у готелях. Тут також грає роль запит клієнта, орієнтація на вищий сервіс чи «бюджетний» відпочинок. Проте наразі можна знайти багато варіантів аби задовольнити попит різних мандрівників. При запиті клієнтів можна знайти приватного гіда, який проведе екскурсію по найцікавішим пізнавально-історичним місцям та природнім територіям. Також можна залучити сільський туризм, а саме: туроператори можуть скооперуватися з місцевими жителями, які зможуть не тільки розказати про місцеві звичаї, а також побачити все та спробувати власноруч. Людям похилого віку буде фізична допомога зі сторони туристів, а останнім в свою чергу буде цікаво «відірватися» від звичного життя в місті.

Також слід звернути увагу на творчість. Українці - музична нація. У Закарпатті зароджувалась гра на таких музичних інструментах як: трембіта, цитра, цимбали, флюяра. Також можна додати до списку занять стрільбу з лука, верхову їзду, риболовлю, майстер-класи з розпису, вишивки, гончарство.

Для мандрівників, які просто хочу побути чим далі від цивілізації, можна запропонувати приватні садиби та будиночки. Більшість туристів надає перевагу відпочинку від гаджетів, метушні, а при пандемії – намагається уникати зайвих контактів з іншими людьми. Дані побажання можна реалізувати шляхом оренди будинку чи садиби зі власною лазнею, біля води та у просторному місці [52].

Загалом у нашій країні є ресурси, щоб розвивати зелений туризм. Наприклад, на Кіровоградщині в цьому році презентували новий туристичний маршрут «Від індустрії до втраченого раю». Маршрут починається з колишнього вугільного розрізу «Морозівський» - затопленої території, де колись видобували буре вугілля. Далі веде в селище Приютівка, де розташована прибережна зона відпочинку з унікальним ландшафтним дизайном (арт-об'єктами, елементами декоративного освітлення і укладеними пішохідними доріжками).

Кожна область України має свої природно-рекреаційні ресурси для розвитку екологічного туризму. Деякі з них відображені нижче (рис.3.8).

Кіровоградщина
<ul style="list-style-type: none"> •Туристичний маршрут «Від індустрії до втраченого раю» •Заповідник-музей Івана Карпенка-Карого "Хутір Надія" •Дендропарк "Веселі Боковеньки" у с. Іванівка •Ландшафтний заказник "Монастирище"
Херсонщина
<ul style="list-style-type: none"> •«Таврійське екооздоровлення» •Природний біосферний заповідник у степу "Асканія Нова" •Пустеля Олешківські піски •О.Джарилгач
Полтавщина
<ul style="list-style-type: none"> •Ботанічний сад Полтавського •Диканька, Гоголеве, Опішня •Петровський парк
Харківщина
<ul style="list-style-type: none"> •Музей-садиба "Українська хата" •Хутір "Ордовська слобода"
Житомирщина
<ul style="list-style-type: none"> •Замок «Радомисль» •Парк «Древлянський» у Коростені •Кам'яне село
Запоріжжя
<ul style="list-style-type: none"> •Національний заповідник «Хортиця» •Туристичний комплекс «Скіфський стан»
Хмельниччина
<ul style="list-style-type: none"> •Водоспад в Маліївцях •Печера Атлантида •Бакота та «Подільські Товтри»

Рисунок 3.8 - Перспективні екомаршрути за регіонами України

Джерело: складено особисто

Рекомендується звернути увагу на новий оздоровчо-пізнавальний тур на Херсонщині. Назва – «Таврійське екооздоровлення». Туристи побувають в кавунової столиці України - місті Гола Пристань, зможуть половити рибку, покататися на човнах. Історико-розважальний комплекс «Зелені хутори Таврії» - це територія українських народних ремесел, розваг небом. За бажанням можна вибрати додаткові послуги або розваги, наприклад, відвідати Чорноморський біосферний заповідник, Боброве озеро, острів Джарилгач, санаторій «Гопри».

Серед давно відомих туристам напрямків в цьому році варто відзначити Полтавщину. Диканька, Гоголеве, Опішня - сюди приїжджають насамперед за традиційним колоритом, обов'язкової локацією якого має стати ярмарок у Великих Сорочинцях в серпні. Подорожуючи по цих місцях, можна відвідати найстаріший природний заповідник Полтавщини - регіональний ландшафтний парк «Диканський», з полюванням, риболовлею і тим, що називається екотуризм.

Відвідуючи Житомирську область, туристи часто зупиняються в Ясногородці - це не так вже й далеко від столиці - де знаходиться «Долина страусів». Там можна відвідати контактний зоопарк та страусину ферму, спробувати яєчню зі страусиних яєць.

У період карантину дані місця можуть привабити безліч туристів. Адже подорожуючи Україною, можна дізнатися більше про історію своєї країни, духовно збагатитися, отримати нові емоції та враження. Створюючи групи з невеликою кількістю людей, можна буде привабити не тільки громадян нашої держави, а іноземців у майбутньому. Рекомендується отримати інвестиції та підтримку з боку держави для реалізації стратегії розвитку зеленого туризму під час пандемії коронавірусу.

3.3 Обґрунтування кластерної моделі управління ланцюгами постачання туристичних послуг в умовах пандемії

Україна володіє найпотужнішими природно-кліматичними, соціально-економічними, культурно-історичними туристськими запасами. Це дає підставу стверджувати, що можливо сформувати туристичну сфери так, щоб вона відповідала сучасним критеріям, була конкурентоздатною та успішно розвивала в собі внутрішній туризм.

Епідеміологічна ситуація в країні завдає збитків для сфери туризму, страждають як для великі підприємства, так і малі фірми. В цей непростий час саме слабкий розвиток внутрішнього туризму ще більше впливає на становище туристичної індустрії. Дана кризи може стати поштовхом для розвитку нових напрямків, інвестування у природно-рекреаційні ресурси України, збільшення попиту на внутрішній туризм як зі сторони своєї громадян, так для зарубіжних гостей. Засоби розміщення, туристська інфраструктура єдині для вітчизняних та зарубіжних туристів. Послуги внутрішнього туризму мають бути доступними для усіх верст населення.

Підсумовуючи результати, отримані в ході аналізу туристичної галузі України в період карантину рекомендується один із сучасних інструментів вирішення даних проблем, а саме – формування туристських кластерів.

Кластери являють собою співтовариство компаній, тісно пов'язаних галузей, які доповнюють один одного і спільно сприяють зростанню своєї конкурентоспроможності, при цьому зберігаючи юридичну недоторканість один одного. Для всієї економіки держави кластери виконують роль «точок зростання» внутрішнього ринку [64].

Для правильного функціонування кластерних моделей необхідна відповідна інфраструктура, яка зможе регулювати фінансові потоки, інформаційну базу, консалтингову діяльність, займатися просування продукції та послуг. Крім того, така інфраструктура створює умови і подальші можливості для розвитку туристичного кластерного утворення, на якому вона розміщена. Так, з урахуванням усього сказаного вище, до основних переваг туристичного кластера можна віднести наступні (рис.3.9).

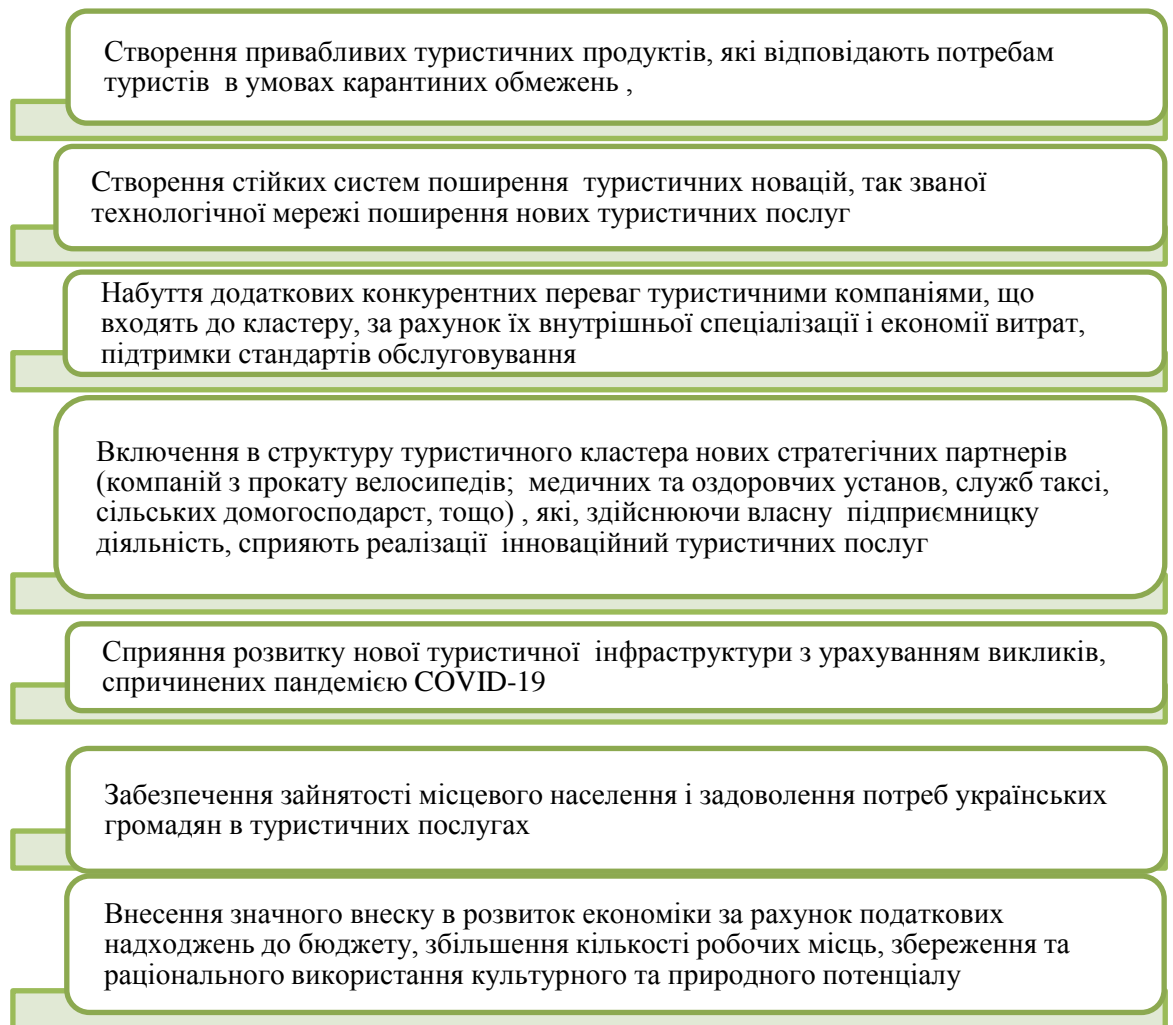


Рисунок 3.9 – Основні переваги формування туристичних кластерів в умовах пандемії

Джерело: розроблено особисто

Туристський кластер – це сукупність організацій і фірм, які взаємодіють в розвитку туристичного продукту в певних географічних межах. Основною метою кластера є формування і функціонування конкурентоспроможного туристичного комплексу. Туристична кластерна модель надає ресурси для забезпечення зайнятості населення, та задоволення їх потреб у туристичних послугах.

Центральним поняттям кластера є туристські ресурси, саме їм належить вирішальна роль у розвитку туризму, так як вони більшою мірою є основним мотивом і причиною участі людей в туристських поїздках.

Для формування туристичного кластера потрібно його географічні межі і приділити увагу кліматичним умовам. Географічні кордони зазвичай визначені станом доріг, розвитком малої авіації, водного транспорту, що сполучають основні місця скупчення туристів. Межі залежать від особливостей туристичних ресурсів, історичного розвитку території, клімату і рельєфу місцевості. Увагу слід приділити також елементам кластеру та їх взаємозв'язку. Тобто головними послугами є транспорт, заклади харчування та розміщення, а допоміжними - державне управління, науково-освітні заклади [11].

Для ефективного розвитку даної запропонованої моделі необхідно:

1. досвідчений менеджмент, тобто наявність ініціативної групи, в тому числі фасилітатора кластера;
2. концентрація конкурентоспроможних підприємств;
3. конкурентні переваги регіону/території (географічне положення, наявність спеціалізованих людських ресурсів, постачальників комплектуючих і пов'язаних послуг, готельно-ресторанних закладів);
4. географічна близькість один до одного;
5. якісний і збалансований склад комерційного, суспільного телебачення і освітнього секторів;
6. наявність робочих зв'язків і координації зусиль між учасниками кластера.

Для створення кластерної моделі управління туристичними послугами потрібно визначити географічний розподіл і врахувати кліматичні фактори, тобто перш за все ідентифікувати природні умови. Географічні кордони визначаються зазвичай транспортною комунікацією (стан автомобільних доріг, розвиток малої авіації, водного та річкового транспорту). Географічно кластер розподіляють в залежності від своєрідності туристських ресурсів, історичних ознак розвитку території, беручи до уваги і кліматичні умови, і місцевий рельєф. З урахуванням зарубіжного та вітчизняного досвіду, проведеного аналізу та показників, визначена структура туристичного кластеру під час пандемії (рис.3.10).

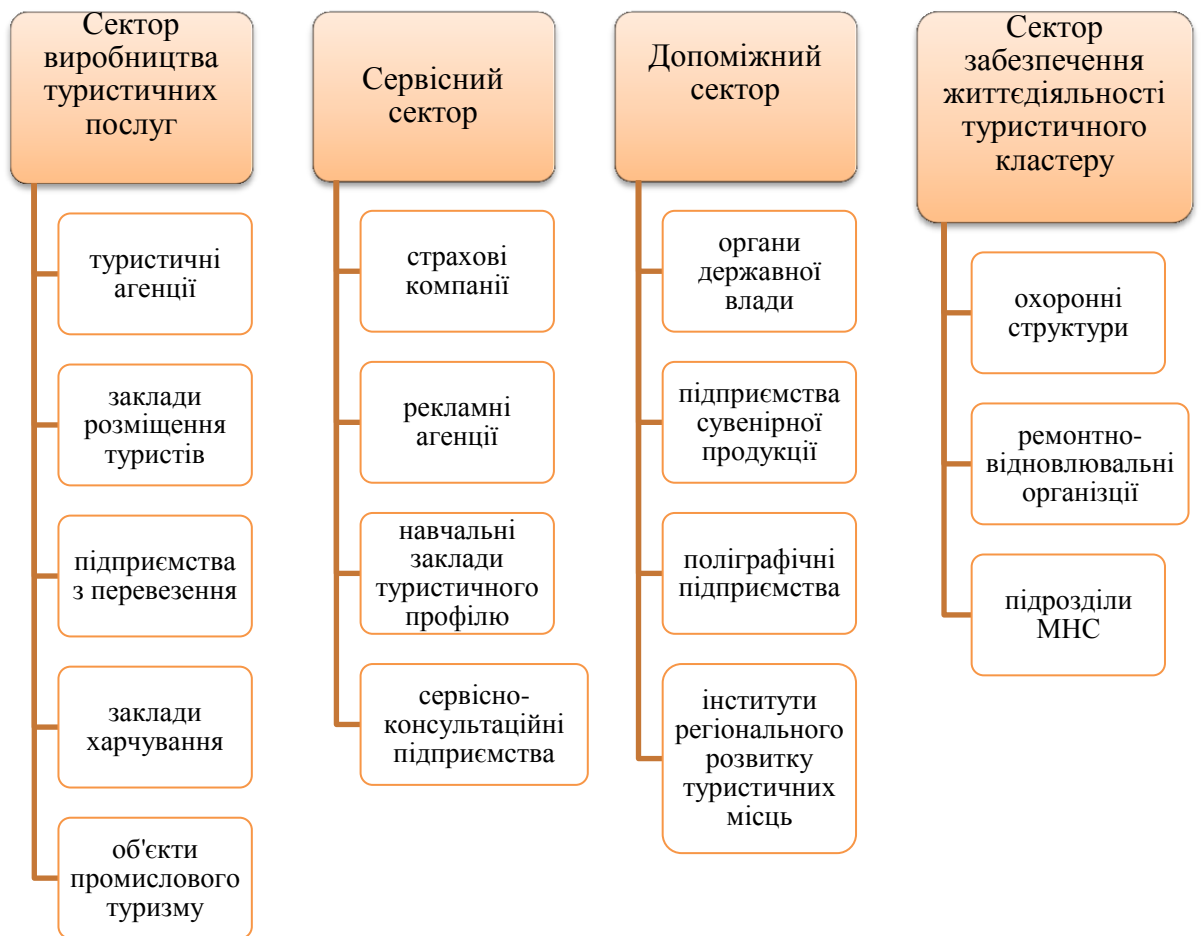


Рисунок 3.10 –Рекомендована структура туристичного кластеру

Джерело: складено на основі [55]

Структуру такого кластера будуть складати туристичні підприємства, транспортні компанії, екскурсійні бюро, страхові фірми, готельно-ресторанні заклади, суб'єкти, що займаються сувенірною продукцією. Закладами з розміщення туристів можуть виступати готелі, мотелі, кемпінги, турбази, хостели, будинки. Закладами з харчування є кафе, ресторани, кофейні. Важливими елементами сектору виробництва туристичних послуг є рекреаційні та промислові ландшафти (кар'єри, парки, сквери, музеї промисловості). Тобто сюди включені ті складові, які безпосередньо виробляють і займаються реалізацією туристичних послуг.

Пропоную створити туристичний кластер, що буде займатися розвитком екологічного туризму в Україні.

1. ядро - це туристичні компанії та організації, що безпосередньо залучені до процесу надання туристичних послуг, тобто це туристські фірми, які надають послуги із залучення туристів (турагенти, туроператори, турбюро).

2. допоміжні об'єкти - об'єкти, діяльність яких безпосередньо забезпечує діяльність об'єктів «ядра». Сюди входять підприємства з виробництва та реалізації сувенірної продукції, виробництво спеціального одягу, спорядження (в нашому випадку це спортивний одяг, каримати, намети, спальні мішки, трекінгові палиці); поліграфічні підприємства та картографічні фабрики (флаєри, карти маршрутів, пам'ятка туриста), телерадіокомпанії, а також органи державної влади, агенції регіонального розвитку кожної рекреаційно території.

3. інфраструктура туризму - об'єкти, діяльність яких безпосередньо не пов'язана з діяльністю нашого «ядра» (як зазначалося вище, це зв'язок, транспортні компанії, готелі та будинки для туристів, кафе та ресторани);

4. супутня інфраструктура - об'єкти кластера, наявність яких бажано, але не обов'язково для діяльності об'єктів кластера (сервісно-консультаційні підприємства, рекламні агенції).

Наш туристичний кластер буде складатися з об'єднаних компаній, що розташовані в різних обласних центрах України. За рахунок цього кожна з компаній зможе надати ряд туристських послуг в своїй місцевості, забезпечивши таким чином повну організацію туру для туриста, включаючи пасажирське перевезення, розміщення, дозвілля. Туристичні агенства будуть розміщені у Києві, Хмельницькому, Кропивницькому, Полтаві, Запоріжжі та Миколаєві. Таким чином кожна з компаній, співпрацюючи між собою буде розвиватися проте завдяки співпраці у кластері.

У всіх регіонах присутня культурно-пізнавальний туризм, в рамках якого можна виділити більш вузьку спеціалізацію виходячи з особливостей аттрактивності кожної місцевості. На вищезазначених територіях України можна запропонувати екотуризм.

У Київській області напрямами екотуризму є: садиба «Синиця», Сільський будинок «Вишневий сад», Етнографічний комплекс «Українське село», Парк «Київська Русь», Еко-комплекс «Долина страусів», Ландшафтний парк в селі Буки, Дендропарк «Олександрія», Підземний монастир, Блакитне озеро у Підгірцях, Коростишевський каньон, Бананова ферма в Рожнах. Туристична фірма у Хмельницькому може запропонувати напрями в межах своєї та сусідніх областей: Тюльчин, сімейний мавзолей-каплиця Потоцьких, палац Грохольських-Можайських, Немирівське городище, Козацька фортеця в с. Буша, водоспад в Маліївцях, Оптимістична печера, джерела у Голоскові, водоспад Бурбун на Дунаєвеччині. У Полтавській області це садиби в Диканьці, «Хутір Гоголя» у Великих Сорочинцях, етнокультурний центр «Весела оселя», Садиба «Козацький стан». Миколаївська область славиться Національним історико-археологічним заповідником «Ольвія», Актовським каньйоном, селищем Мигія, радоновим озером, Кінбурнською косою. Запорізька область має також багато туристичних місць, а саме: «Молочний лиман», Скіфський стан на горі Оба-Таш, етносело «Дивосвіт», Елісеєвській кар'єр, Панське озеро, Хутір Петерсона, Солов'їний гай, місто Енергодар.

Рекомендується співпрацювати з кількома автобусними перевізниками на 10-15 осіб, а також мати персональних перевізників для організації відпочинку VIP класу або для окремої сім'ї. Розміщення туристів буде відбуватися у готелях, де можна обрати стандартний номер або номер класу ЛЮКС, а також приватні будинки у сільській місцевості для мандрівників, що бажать отримати спокійний природний відпочинок подалі від міської території.

Таким чином, в межах певної території створюється туристичний ій кластер як частина регіональної туристично-рекреаційної системи, що забезпечує комплексний ефект від взаємопов'язаного розвитку всіх кластерів. Користь від спільної діяльності є наступною (рис.3.11):



Рисунок 3.11 – Користь від формування туристично-рекреаційних кластерів в умовах пандемії

Джерело : розроблено особисто

Вигода від формування рекреаційного кластера полягає в наступних основних аспектах:

- підприємницькі структури, що приходять з інших галузей, прискорюють свій розвиток, стимулюючи впровадження інновацій і залучаючи інвестиційні ресурси для впровадження нових стратегій в рекреаційному кластері;
- використання ефекту масштабу (тобто економічна результативність колективної співпраці підприємств у кластері має вищі показники, ніж сепаратна діяльність окремих компаній, важливі організаційно-управлінські питання вирішуються колективно);
- обмін інформацією, поширення інновацій по каналах постачальників ресурсів або споживачів рекреаційних послуг, взаємодіючих з конкурентами;

- взаємозв'язки у кластері сприяють новим ідеям для конкурентноспроможності;
- реорганізація трудових ресурсів і підприємницьких ідей;
- рекреаційний кластер динамічно реагує на зміни зовнішнього середовища (в залежності від кон'юнктури ринку та інших впливів зовнішнього середовища він може розширюватися, а при несприятливих умовах – скорочуватися) [29].

Тобто головними перевагами в реалізації кластерного підходу в обраних містах полягають у тому, що здійснюється концентрація фінансів, виділених на розвиток туризму в конкретних напрямках з чіткою територіальною прив'язкою. Також забезпечується можливість отримання синергетичних ефектів при створенні і пропозиції інтегрованих продуктів в сфері туризму. Тобто в період пандемії кожна компанія у сфері туристичних послуг намагається вирішити свої проблеми самостійно, але об'єднавши їх зусиль разом можна добитися розквіту сфери внутрішнього туризму. Завдяки кластерному підходу активізується діяльність більш ефективного використання рекреаційних ресурсів.

Екологічний туризм об'єднує широкий спектр різних видів відпочинку і розвивається швидкими темпами в зарубіжних країнах. Розвитком екотуризму займається ряд приватних і державних організацій, потужність яких досить невелика, а зв'язок – не ефективний. З цієї точки зору доцільною пропозицією є створення туристських кластерів підприємств, що розвивають даний напрям туризму у всіх областях України.

Позитивний ефект від створення кластеру буде полягати в тому, що об'єднавши різні підприємства по всій Україні, що зацікавлені в наданні клієнту ряду певних послуг будуть реалізовані пакетні тури для будь-якого клієнта. Тобто кожна зі сторін кластеру зосередиться на своїх «сильних» сторонах, та шляхом спільної роботи досягне не тільки економічного зростання, а також буде сприяти всебічному розвитку внутрішнього туризму за рахунок ефективного використання ресурсів. Завданням даної кластерної моделі в

управлінні туристичними послугами є не тільки формування різноманіття туристичних продуктів, але і навчання, маркетинг, фінансування і підтримка подальшого розвитку екологічного туризму в Україні [29].

Кожен з учасників кластерної моделі туризму виконуватиме свої функції, при цьому члени кластера будуть тісно пов'язані між собою. Так туристичні компанії зможуть запропонувати клієнту пропозиції «зеленого» туризму у різні куточки України та на будь-який бюджет. Тобто представники туристичних послуг зможуть повністю надати інформацію та організувати тур для клієнта, що виявив бажання відпочити у певній місцевості. Якщо це буде подорож до Кіровоградщини, то дану поїздку буде пропонувати відповідно туристична компанія, що розміщена у Кропивницькому, адже вона зосереджена на турах до таких напрямів, як Біла Церква (дендропарк «Олександрія»), Умань (Національний дендрологічний парк «Софіївка»), Кіровоградщина, Черкащина. Сюди також можуть входити і інших додаткових послуг: транспортування, екскурсійного обслуговування, харчування, розміщення в готелях тощо, але головний акцент повинен бути на надання основних послуг. У своїх багатоскладових засадах туристичний кластер створює додатковий синергійний і комплементарний актив за рахунок: координації сумісних дій, посилення обміну інформацією, досвідом, інноваційними технологіями, сумісного використання обслуговуються інфраструктурних об'єктів дестинації; підготовки та підвищення кваліфікації кадрів туристичного супроводу та обслуговування; стає можливим реальне порівняння роботи конкурентів, ефективності діяльності один одного; наявності трудових ресурсів відповідної кваліфікації; застосування особливих режимів оподаткування, інвестування; правового регулювання, надання субвенцій. Звісно для процвітання екологічного туризму необхідна підтримка влади. Слід провести сертифікацію закладів розміщення туристів, внести стандарти оцінки якості продукції та послуг.

Підсумовуючи усі вищезгаданні пропозиції, можна стверджувати, що кластерна модель сприяє підвищенню продуктивності, ефективності,

конкурентоспроможності, а також туристичної привабливості регіону, тобто забезпечення сталого розвитку регіональних соціально-економічних систем. Це пояснюється тим, що в процесі створення кластера на певній території формуються привабливі сторони туристської діяльності, створюється позитивний імідж регіона.

Кластерна форма управління ланцюгами постачання туристичних послуг в умовах пандемії набуває особливої актуальності, бо лише об'єднання зусиль як маленьких туристичних компаній, так і потужних туристичних операторів зможуть подолати виклики, перед якими постав туристичний бізнес. На рис. 3.12 зображено основні ефекти від кластерного об'єднання туристичних компаній.



Рисунок 3.12 – Ефекти від кластерного об'єднання туристичних компаній

Джерело : розроблено особисто

Завдяки кластерному підходу можливе подолання нинішньої кризи, спричиненої пандемією, а також розвиток туристичної сфери в середині держави. Рекомендується залучити представників влади, інвесторів та підприємців, які будуть направляти спільні зусилля на формування і реалізацію послуг екологічного туризму. За допомогою реалізації діяльності кластерних структур в сфері туризму буде здійснено позиціонування території на різних рівнях, що сприятиме залученню потенційних туристів в регіон. Результатом розвитку кластерних інтегрованих структур територіальних утворень буде також зростання позитивних фінансових показників від діяльності туристичних компаній, ріст кількості нових робочих місць, що відобразиться на якості життя населення в цілому.

Висновки до розділу 3

Туристична сфера постраждала досить сильно через пандемію COVID-19. Для перезапуску туризму необхідним є посилене багатостороннє співробітництво і повноцінна підтримка. Уряди мають більш комплексно підходити до питання відновлення туризму, залучаючи всі рівні уряду, приватний сектор і громадянське суспільство до над реформацією туристичного сектора. Одним з вирішенням наслідків впливу пандемії на туризм є розвиток внутрішнього туризму. Завдяки цьому ринок туристичних послуг зможе відновитися та компенсувати хоча б частково свої збитки.

Попит на внутрішні туристичні маршрути зріс у зв'язку з карантинном, проте більшість туристів спостерігаються у люксовому сегменті. Проте розвиток галузі має відбуватися шляхом залучення усього населення до подорожей у середині країни. Необхідно надати такі пропозиції, які б задовольняли клієнтів на будь-який бюджет.

Одним з таких шляхів є розвиток екотуризму в Україні. Екотуризм – це подорожжі, що не завдають шкоди природі, під якими розуміється відповідальність за довкілля.

Аби туристичний ринок Україні зміг вистояти в період кризи, було запропоновано сформувати кластерну модель туристичних послуг. Завдяки цьому, кожен з учасників кластеру зможе реалізовувати свій турпродукт, залучившись підтримкою інших компаній. Для формування туристичного кластера потрібно його географічні межі і приділити увагу кліматичним умовам. Географічні кордони зазвичай визначені станом доріг, розвитком малої авіації, водного транспорту, що сполучають основні місця скупчення туристів. Тобто в межах певної території створюється туристичний кластер як частина регіональної туристично-рекреаційної системи, що забезпечує комплексний ефект від взаємопов'язаного розвитку всіх кластерів.

ВИСНОВКИ

Сьогодні криза, пов'язана з пандемією COVID-19 змусила туристичний бізнес вийти з зони комфорту та шукати прогресивні шляхи розвитку та діяльності. Для того щоб туризм відновився після кризи, його слід реанімувати впровадженням різного роду інновацій. Велику роль має державна підтримка туризму та підприємницьких ініціатив у даній сфері. В умовах ринкової економіки досягнення успіху в конкурентній боротьбі залежить від якості управління, а ефективне вирішення стратегічних і тактичних завдань організації потребує залучення висококваліфікованих спеціалістів.

Туристична сфера в усьому світі зазнає збитків внаслідок заходів щодо протидії пандемії COVID-19. Водночас, ситуацію, що склалася, слід розглядати не лише як проблему, але і як можливості для виведення туристичної сфери в Україні на якісно новий рівень.

Досвід минулих кризових періодів показує, що популярними напрямками після виходу з карантину стануть короткі програми на декілька днів за низькою ціною, сімейний відпочинок, екологічний туризм.

Проаналізувавши усі фактори впливу на туристичну галузь, було запропоновано розвивати внутрішній туризм в Україні. Наголос необхідно зробити на екологічний туризм, що буде задовольняти попит різної аудиторії. Завдяки карантинним обмеженням реалізувати дану діяльність буде дуже доцільним рішенням. Адже високий відсоток населення обирає відпочинок навіть в умовах пандемії. Дана криза може стати поштовхом для вдосконалення туристичного ринку України. У нас є великий потенціал для вдосконалення наявних туристичних напрямків, а також для відкриття нових незвіданих маршрутів. Завдяки інвестиціям в наявні природно-рекреаційні ресурси України, можна сформувати нові інноваційні туристичні продукти, які будуть цікаві як для власних громадян, так і для іноземних гостей. Забезпечивши

належний стан рекреаційної місцевості, високоякісний сервіс та необхідні умови для мандрівників, можна вивести український туризм на новий рівень.

В даних умовах відпочинок в сільських садибах, мандрівки екологічними маршрутами, велоподорожі та сплави на байдарках можуть стати трендом туристичного сезону 2021. Це і оздоровлення, і відпочинок, і водночас обмеження контактів з іншими людьми, що дозволяє забезпечувати відповідні заходи з профілактики власного здоров'я, особливо в умовах пандемії коронавірусу.

Кластерна модель організації виробництва та просування на ринку товарів і послуг сприяє вирішенню ряду економічних проблем регіону, диверсифікації виробництва продукції та послуг, підвищенню їх конкурентоспроможності. Важливою складовою економічної системи регіону є успішне формування рекреаційно-туристичного кластеру, що дає змогу ефективно використовувати природні рекреаційні ресурси, історичну та культурну спадщину і значно посилити вплив сфери рекреації і туризму на економічний розвиток регіону.

Було визначено, що функціонування кластерної моделі розвитку туризму неможливе без її складових елементів. Відповідно, структуру кластерної моделі складають чотири сектори: сектор виробництва, сервісний та допоміжний сектори, сектор забезпечення життєдіяльності кластера. Всі елементи, що входять до відповідного сектора кластерної моделі є обов'язковими. Залежно від щільності зв'язків підприємств і підтримувальних галузей, рівня сформованості кластерної моделі склад її учасників може розширюватися.

Дана модель направлена на формування вигідних взаємозв'язків, які сприяють розвитку кожного з учасників спільними зусиллями в порівняно з тими підприємствами, які працюють поодиночі.

Отже, туристична галузь, не зважаючи на значні втрати під час пандемії, має потенціал для розвитку, після криз та падінь при правильно спланованій стратегії подальших дій. Звичайно, відновлення відбуватиметься поступово, перший час будуть популярними внутрішній та екологічний туризм.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ, ЩО ВИКОРИСТОВУВАЛИСЯ

1. COVID-19 Travel Industry Research. U.S. Travel Association, 2020. URL: <https://www.ustravel.org/toolkit/covid-19-travel-industry-research>
2. COVID-19: Resources for Airlines & Air Transport Professionals. IATA, 2020. URL: <https://www.iata.org/en/programs/covid-19-resources-guidelines/>
3. Dow, Roger (2020), State of the travel industry. URL: <https://www.ustravel.org/>
4. Global Travel: Data, Models, and Intelligence, Tourism Economics, 2020. URL: <https://www.tourismeconomics.com/>
5. Włodzimierz U, Smerichevska S. Cluster Policy for Innovative Economic Development in European Countries : Strategic and International Aspects / в кн. Cluster Policy of Innovative Development of the National Economy: Integration and Infrastructure Aspects : monograph / under the editorship of professor S. Smerichevska. Poznań: Wydawnictwo naukowe WSPIA, 2020. 380 p. P.16-29
6. WTTC (2020). Economic Impact Reports. URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
7. WTTC (2020), «Safe Travels»: Global Protocols & Stamp for the New Normal. URL: <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>
8. Antoniuk V., Smerichevska S., Remyha Y. Cluster Model of Supply Chains Management and Development of Transport-Logistics Infrastructure//Transportation Management, USA, (2018) Vol 1, No 3, p.441-454
9. Александрова А.Ю. Кластерні принципи організації туристського простору (світовий досвід). URL: http://resources.krc.karelia.ru/krc/doc/publ2011/rol_turism/rol_turism_027-32.pdf
10. Барометр міжнародного туризму ЮНВТО Статистичне додаток. URL:http://mf.rmat.ru/wyswyg/file/2018%20news/UNWTO_Barom18_01_January_Statistical_Annex_ru.pdf

11. Бойко А. Є. Методичні аспекти формування туристських кластерів // Вісник Національної академії туризму. 2010. №4. С. 21-23
12. Банько В. Г. Туристська логістика: навч. Посібник. К. : Дакор, КНТ, 2008. 204 с.
13. Щербаков В.В., Силкіна Г.Ю. // Інтелектуальні і інформаційні технології в формуванні цифрового суспільства: зб. науч. ст. міжнар. науч. конф. СПб. : СПбГЕУ, 2017. С. 103-108.
14. Валюх С.Г. Кластерний підхід - ефективний інструмент модернізації про- виробництва і залучення інвестицій в регіон // Інноваційний вісник регіон. - 2011. - № 4. - с. 48-53
15. Гаджинский, А.М. Логістика: підручник для вузів. 20-е вид. М.: Видавничо-торгова корпорація «Дашков і К», 2012. 484 с.
16. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
17. Економіка і управління туристичною діяльністю під заг. ред. Г.А. Коропової, Л.В. Хоревой. : СПбГУЕФ, 2011. URL: <http://studok.net/book/160-yekonomika-iupravlenie-turistskoj-deyatelnostyu-uchebnoe-posobie-karpovoj-ga/.html>
18. Електронний журнал «Ефективна економіка». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/>
19. Зайнятість в туризмі в широкому і вузькому сенсах. URL: <http://turstroi.net/education/181-zanyatost-v-turizme-v-shirokom-i-uzkomsmyslah.html>.
20. Зануда А. Коронавірус: скільки втрачає туризм. BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285>
21. Звіти Всесвітньої туристської організації. URL: <http://tourlib.net/wto.htm>
22. Здоров А.Б. Економіка туризму. М.: Фінанси та статистика. 267 с.

23. International tourist arrivals could fall by 20-30% in 2020. UN WTO, 2020. URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020>
24. Лебеденко М.С. Застосування інтернет-технологій в управлінні маркетинговими комунікаціями поліграфічних підприємств. Дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / НТУ «КПІ». Київ, 2010. 180 с.
25. Марков Л.С. Економічні кластери як форма функціонування і розвитку промисловості регіону: канд. екон. наук: 08.00.05. Новосибірськ, 2006. 186 с.
26. Мацола В. Рекреаційно-оздоровчо-туристичний комплекс (питання теорії, методології, практики) // Інститут регіональних досліджень НАН України. Львів, 1998. 278 с.
27. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. К.: Знання, 2008. 661 с.
28. Навчальні матеріали онлайн. Логістичні ланцюги поставок. URL: <https://pidru4niki.com/>
29. Назарова В.М. Методологія аналізу ефективності кластера // Проблеми теорії і практики управління. 2015. N 12. С.52-64.
30. Науково-технічна бібліотека Національного авіаційного університету <http://www.lib.nau.edu.ua/>
31. Пандемія COVID-19 та її Наслідки у сфері туризму в Україні (Оновлення до документу «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні»). URL: <https://ntoukraine.org>
32. Офіційний сайт. Krok Business School. URL: <https://bs.krok.edu.ua/ru/>
33. Офіційний сайт Національного авіаційного університету. URL: <https://nau.edu.ua/>
34. Офіційний сайт пошуку авіабілетів. URL: <https://www.skyscanner.com.ua/>

35. Офіційний сайт EY Building a better working world. URL: <https://www.ey.com/>
36. Офіційний сайт. Інформаційно-аналітичного агентства Milana`s. URL: <https://milanas.info/>
37. Офіційний сайт новин України та світу. URL: <https://telegraf.com.ua/>
38. Офіційний сайт новин. URL: <https://tsn.ua/>
39. Офіційний сайт новин. URL: <https://www.rbc.ua/>
40. Офіційний сайт новин. URL: <https://ua.112.ua/>
41. Офіційний сайт Ліга Бізнес. URL: <https://biz.liga.net/>
42. Офіційний сайт GMK. URL: <https://gmk.center/>
43. Офіційний сайт Hotline.finance. URL: <https://hotline.finance/>
44. Офіційний сайт International Labour Organization. URL: <https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>
45. Офіційний сайт Logist.FM. URL: <https://logist.fm/>
46. Офіційний сайт Voucherify: promotions management software for digital teams. URL: <https://www.voucherify.io/>
47. Офіційний сайт World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/>
48. Офіційний сайт Асоціації туристів. URL: <https://www.atorus.ru/>
49. Офіційний сайт. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/>
50. Офіційний сайт. Зелений туризм. Банк даних сільського туризму в Україні. URL: <http://ruraltourism.com.ua/>
51. Офіційний сайт. Інтернет-бізнес в Україні. URL: <https://ain.ua/>
52. Офіційний сайт. Інформаційне агентство «Уніан». URL: <https://www.unian.ua/>
53. Офіційний сайт. Магазин з продажу маркетингових досліджень URL: <https://marketing.rbc.ru/>

54. Офіційний сайт. Мультимедійна платформа іномовлення України.
URL: <https://www.ukrinform.ru/>
55. Офіційний сайт. Національна бібліотека України ім.В.І. Вернадського. URL: <http://nbuv.gov.ua/>
56. Офіційний сайт. Новини бізнесу, економіки фанансів, ринків та компаній. URL: <https://nv.ua/biz.html>
57. Офіційний сайт. Онлайн-газета «День». URL: <https://day.kyiv.ua/uk>
58. Офіційний сайт. Пасажирські перевезення. URL: <https://transfer-avto.com/>
59. Офіційний сайт. Рейтинг кращих товарів. URL: <https://obzor-expert.com/>
60. Офіційний сайт. Рейтинги, огляди та списки кращих: товарів, послуг, місць. URL: <https://trutop.ru/>
61. Офіційний сайт. Турвопрос: довідки самостійного туристка URL: <http://turvopros.com/>
62. Офіційний сайт. Фінмаркет .URL: <http://www.finmarket.ru/>
63. Перший український онлайн-журнал для професіоналів турбізнесу.
URL: <http://turprofi.com.ua/>
64. Рассадина, А.К. Роль кластерів у сучасній економіці: зарубіжний досвід // Вісник Московського університету. 2018. № 5. С. 85-101
65. Романова А. П'ять порад, як рятувати український туризм під час пандемії. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/koronavirus-i-turizm-yak-ukrajini-vryatuvatiindustriyu-ostanni-novini-50075544.html>
66. Романова А. Туризм після карантину: як пандемія вплинула на галузь і змінила її. URL: <https://dyvys.info/2020/05/14/turyzm-pislya-karantynu-yakpandemiya-vplynula-na-galuz-i-zminyla-yiyi/>
67. Сергєєв,В.І. Корпоративна логістика URL: <http://robotlibrary.com/book/571-korporativnayalogistika-sergeeva-vi/6-glava-1.html>

68. Силкіна Г.Ю., Шевченко С.Ю. Базові концепції логістики відкритих інновацій // Логістика: сучасні тенденції розвитку: мат-ли XVI Міжнар. наук.-практ. конф. СПб. : ГУМРФ ім. адмірала С.О. Макарова, 2017. С. 107-110
69. Смерічевська С.В., Жаболенко М.В., Маловичко С.В. Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення. Навч. посібник у схемах і таблицях. /За заг. ред. С. В. Смерічевської. Львів : Вид-во «Магнолія 2006», 2013. 552 с. URL : <http://er.nau.edu.ua:8080/handle/NAU/38702>
70. Смерічевська С. В. Формування освітньо-інноваційного потенціалу логістизації національної економіки : стратегічні імперативи [монографія]. Херсон : ТОВ Видавничий дім «Гельветика», 2015. 320 с.
71. Смирнов І. Г. Логістика туризму: комплексний підхід. URL: http://www.rusnauka.com/22_NIOBG_2007/Economics/25102.doc.htm.
72. Смирнов І. Г. Логістика туризму: навч. посіб. К. : Знання, 2009.
73. Стаття TOHOLOGY: Tourism & Hospitality. URL: <https://www.tohology.com/>
74. Студентська бібліотека. Маркетинг послуг гостинності та туризму URL: <https://www.studentlibrary.ru/>
75. Таловір Ю.Ю., Смерічевська С. В. Стратегічне спрямування ланцюгів постачання туристичних послуг в Україні в умовах пандемії// Проблемы подготовки профессиональных кадров по логистике в условиях глобальной конкурентной среды : ХУ МНПК (23-24 октября 2020). Сборник докладов. К.: НАУ, 2020, С351-355.
76. Тимошенко Т. Мільйон працівників туріндустрії України можуть опинитися на вулиці. URL: <https://dyvys.info/2020/05/14/turyzm-pislya-karantynuyak-pandemiya-vplynula-na-galuz-i-zminyla-yiyi/>
77. Туристична бібліотека, Все про туризм. URL: <http://tourlib.net>
78. Ульяновченко, Л.А. Проблема корпоративного управління туристськими кластерами. Москва, 2011.URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=19143327>

79. Ушаков А.Д., Ільїна Е.М. Туроператорська та турагентська діяльність. Мінськ : 2003. 540с.
80. Федорова Л.С. Персіанов В.А., Мухаметдінов І.Б. Загальний курс транспортної логістики. М.: КНОРУС, 2011. 312 с.
81. Щербаков В.В., Плоткін Б.К, Гогин Д.Ю. Підприємницький функціонал логістики / Сер. «Транспортні інновації в комерції». - СПб.: Вид-во СПбГЕУ, 2014.
82. Янковенка В.А. Логістика в туризмі: учеб.- метод. посібник. Мінськ: РІПО, 2014. 47 с.