

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) www.economy.nayka.com.ua | № 9, 2021 | 30.09.2021 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2021.9.94](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.9.94)

УДК 338.486.2

Л. М. Титаренко,
к. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та туризму,
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
ORCID ID: 0000-0002-2112-7380
Є. О. Рябокінь,
здобувач першого рівня освіти (бакалавр),
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
ORCID ID: 0000-0001-9558-9847

ПІДПРИЄМНИЦТВО У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

L. Tytarenko
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of International Economics and Tourism,
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»
Y. Riabokin
Applicant of the first (bachelor) level,
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

ENTREPRENEURSHIP IN THE FIELD OF TOURISM IN THE CONDITIONS OF GLOBAL TRANSFORMATIONS

В статті розкрито особливості підприємництва у сфері туризму в умовах глобальних трансформацій. Обґрунтовано, що туризм виступає пріоритетним напрямом розвитку економіки в багатьох країнах. Автором досліджено сучасний стан підприємницької діяльності у сфері туризму, виявлено її особливості та основні фактори, що впливають на туристичний бізнес. На основі аналізу державного регулювання та інфраструктурної підтримки розвитку туризму в зарубіжних країнах запропоновано форми державної підтримки для стимулювання розвитку туристичної індустрії. Встановлено, що підприємницька діяльність у сфері туризму пов'язана з впливом на неї зовнішніх факторів глобального середовища. Аналіз наслідків пандемії на світовому туристичному ринку у розрізі субрегіонів показав, що найбільше постраждали від кризи COVID-19 Азія та Тихоокеанський регіон. Запропоновано шляхи підтримки туристичної індустрії в постпандемічний період.

Tourism is a special area of entrepreneurship - the initiative of individuals and groups associated with the innovative use of economic resources to achieve commercial and other success through a combination of personal gain and public benefit. Tourism is a priority for economic development in

many countries, as it provides the inflow of currency into the country, tax revenues, job creation, enhances the country's image on the world stage. The tourism industry is an important factor in economic and social change in the country. The dynamics of tourism business development is determined by a range of different factors. In this regard, it is useful to analyze the main issues and problems faced by modern entrepreneurs in the tourism business. In this regard, the aim of the article is to study the current state of business in the field of tourism, identify its features and the main factors influencing the tourism business, as well as justify ways to support the tourism industry in the post-pandemic period.

The author reveals the role and functions of the tourism industry in the development of the country's economy. The classification of business activity in the field of tourism is given and its features are characterized. The basic tendencies of tourist business are defined. Forms of state support for stimulating the development of the tourism industry are proposed, based on the analysis of state regulation and infrastructural support for tourism development in foreign countries.

It has been proven that entrepreneurship in the field of tourism influenced by external factors of the global environment. One of the factors that negatively affected the tourism industry is the COVID-19 pandemic. The author analyzed the effects of the pandemic on the world tourism market in terms of subregions. Asia and the Pacific have been hit hardest by the COVID-19 crisis.

The directions of business development in the field of tourism are offered, taking into account the impact of the COVID-19 pandemic: introduction of mechanisms at the state level to compensate for the cost of accommodation of potential tourists; introduction of certification "Hotels without COVID-19"; use of digital tools for payment and check-in at the hotel; replacement of the concept of nutrition: compliance with all sanitary and epidemiological norms; training and consulting of entrepreneurs in all areas of tourism business.

Ключові слова: глобалізація; підприємництво; підприємницька діяльність; бізнес-культура; туризм; туристичний потік; туристичний бізнес.

Key words: globalization; entrepreneurship; entrepreneurial activity; business culture; tourism; tourist flow; tourist business.

Постановка проблеми. В сучасних умовах як у промислово розвинених країнах, так і в країнах з ринковою економікою першочерговим завданням є розвиток підприємницької діяльності. Одним із напрямів підприємницької діяльності є туристичне підприємництво. Туризм виступає пріоритетним напрямом розвитку економіки в багатьох країнах, оскільки забезпечує притік валюти в країну, податкові надходження, створення робочих місць, підвищує імідж країни на світовій арені. Індустрія туризму виступає важливим фактором економічних і соціальних змін в країні. Підприємництво у сфері туризму усуває соціальні проблеми, прискорює ріст бюджету і загальний розвиток країни, що сприяє зростанню ВВП країни. За даними Всесвітньої туристської організації [8], сфері туризму належить близько 9% світового ВВП (це близько 7,2 трлн дол США) і кожне 11-е робоче місце в світі. Основними учасниками туристичного ринку є малі і середні підприємства. Від того, наскільки ефективно уряд зможе їх направити в пріоритетних напрямках і підтримати залежить успіх туристичної галузі в цілому. Крім того, динаміку розвитку туристичного бізнесу визначає цілий комплекс різноманітних факторів. У зв'язку з цим доцільним є аналіз основних питань і проблем, з якими стикаються сучасні підприємці в туристичному бізнесі.

Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій. Питання підприємницької діяльності в сфері туризму представлені в економічній літературі досить добре. Зокрема, теоретичні основи розвитку підприємницької діяльності в сфері туризму в умовах пандемії розкриваються в роботах Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. [4] та інших. Богдан Н. М., Кравець О. М. і Соколенко А. С. розкрили сутність управління інвестиційним забезпеченням розвитку підприємств туристського та готельного бізнесу на регіональному рівні [2]. Глобальні аспекти розвитку галузі туризму досліджені в роботах Джинджоян В. В., Шарутенко К. С. [3]. Білозубенко В. С., Корнєєв М. В., Горб К. М. [1]. Отже, зазначеній проблемі присвячено чимало наукових робіт. Проте, потребують подальшого дослідження особливостей підприємництва у сфері туризму в умовах зростаючої глобалізації економічних процесів.

Постановка завдання. Актуальність дослідження розвитку підприємницької діяльності в сфері туризму в сучасних умовах обумовлена складністю і невирішеністю ряду проблем, пов'язаних з впливом глобальних процесів на діяльність компаній індустрії туризму. У зв'язку з цим метою статті є дослідження сучасного стану підприємницької діяльності у сфері туризму, виявлення її особливостей та основних факторів, що впливають на туристичний бізнес, а також обґрунтування шляхів підтримки туристичної індустрії в постпандемічний період.

Основний матеріал і результати.

Наразі туризм відіграє вирішальну роль в економіці багатьох країн. Фактично, індустрія туризму стала важливою частиною економіки, що забезпечує прибутки і є джерелом непрямих іноземних інвестицій. Туризм поєднує різні види діяльності, таких як готельно-ресторанний бізнес, транспорт, зв'язок, мас-медіа, організація заходів, сільське господарство тощо. Основною функцією цієї галузі є збільшення доходів в іноземній валюті, перерозподіл доходів, створення робочих місць, продаж товарів та послуг, необхідних туристам розвиток транспорту та економічне процвітання [1].

Підприємницьку діяльність у сфері туризму прийнято класифікувати за такими видами [2; 5]:

- продуктивна – розробка туристичних послуг і супутніх туристичних товарів;
- комерційна – посередницька діяльність, головним завданням якої є просування і продаж туристичного продукту споживачу;
- фінансова – сукупність робіт по залученню і перетворенню грошових коштів з метою відтворення туристичних послуг;
- консультативна – надання рекомендацій щодо питань менеджменту, аналізу можливостей підприємства, управління фінансовими засобами, роботи маркетингової служби та інше.

Таким чином, туристичний бізнес передбачає діяльність з метою отримання прибутку від виробництва та реалізації туристичних продуктів або окремих послуг, необхідних для задоволення потреб туристів.

Підприємницькі можливості в туристичній галузі можна згрупувати наступним чином [5]:

- можливості розміщення: готелі, мотелі, кемпінги, садиби;
- рекреаційні можливості: парк, парк розваг, пляжні види спорту, спортивні споруди, пансіонати;
- транспортні можливості: туристичні агенти, таксі, оренда велосипеда;
- торгівельні можливості: кіоски, магазини, ринки;
- культурні можливості: музеї, художні експонати, інформаційні послуги;
- можливості для бізнесу: покупки, ремесла, постійні виставки;
- можливості для здоров'я: лікарні, аптеки, лабораторії;
- ділові можливості: паспортні послуги, послуги зв'язку;
- фінансові можливості: банківська справа, страхування, обмін валют;
- можливості харчування: ресторан, фаст-фуд, кафе, кав'ярня.

Підприємницька діяльність в сфері туризму характеризується рядом особливостей, які необхідно враховувати під час розробки пропозицій щодо розвитку туристичного бізнесу [2; 5].

Найважливішою особливістю туристичного підприємництва є створення і розвиток індустрії туризму, яка з'явилася завдяки масовому попиту на туристичні послуги. Індустрія туризму представляє собою сукупність юридичних і фізичних осіб економічної та соціальної сфер діяльності, які надають туристам послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, перевезення, екскурсійного обслуговування, організації відпочинку, розваг та ін.

Організація підприємницької діяльності в сфері туризму передбачає, що для споживання туристичного продукту або окремих туристичних послуг турист повинен особисто прийти в місце їх надання. Дана особливість здійснення туристичного бізнесу називається «невидимий експорт».

Здійснення підприємництва в туризмі зазвичай пов'язане з тим, що ринкове середовище туристичного бізнесу має особливий культурологічний, інтелектуальний характер, так як туристичне споживання направлено на придбання упереджених (матеріальних) товарів, що відображають історичну, національну, соціологічну та іншу специфіку відвідуваної дестинації. У цьому сенсі туристичне споживання і ринок туристичних послуг несуть в собі культурологічну спрямованість, пізнавально-романтичний аспект, а туристична послуга має невловимий, нематеріальний характер, хоча і справляє глибоке емоційне враження. Прикладом може служити висока пізнавальна сила впливу розповіді екскурсовода.

Також особливістю підприємництва у сфері туризму є те, що надання туристичних послуг обумовлено договором купівлі-продажу конкретного туру, згідно з яким одна сторона (туроператор, турагент) за узгодженою плато зобов'язується забезпечити надання замовленого іншою стороною (туристом) комплексу туристичних послуг, тобто туристичного продукту. Договір на туристичне обслуговування укладається за загальним положенням договору про надання послуг, якщо інше не передбачено законодавством України, в письмовій (електронній) формі. Він може укладатися шляхом видачі ваучера, який представляє собою форму письмового договору на туристичне та екскурсійне обслуговування. У договорах обумовлюються: види послуг і терміни їх надання, загальна вартість, розмір фінансової відповідальності туроператора, інші дані, обумовлені характером

угоди. Таким чином, турист, сплативши повний комплекс туристичних послуг, зможе з ним ознайомитися тільки в дестинації приїому.

Підприємницька діяльність в сфері туризму пов'язана з впливом на неї зовнішніх ефектів (екстерналій). Суть цих ефектів полягає в тому, що виробництво, формування, реалізація та споживання туристичних послуг утворюють зовнішні вигоди для туристичного бізнесу різного рівня і спрямованості. Однак зовнішні ефекти, створювані туризмом, можуть бути як позитивними, так і негативними. До позитивних ефектів належать: доходи нетуристичних суб'єктів підприємництва, пов'язані зі збільшенням реалізації товарів і послуг, що не входять в туристичний продукт; розвиток інфраструктури дестинації в зв'язку з туризмом; збільшення кількості робочих місць і скорочення безробіття; зростання державних доходів за рахунок отримання податків і зборів від туристичної діяльності. До негативних впливів туризму відносяться: забруднення навколишнього середовища, нанесення шкоди живій природі і погіршення екологічної обстановки в цілому.

І, нарешті, важливою особливістю підприємницької діяльності в туризмі є те, що туристичні послуги і туристичні продукти не можуть накопичуватися і зберігатися для подальшого споживання. Це стосується, наприклад, нереалізованого місця в готелі, каюті на круїзному лайнері, купе в поїзді. Якщо продаж не відбувся, значить, туристичне підприємство зазнало збитків. Тому багато підприємців пропонують знижки або інші пільги для стимулювання збуту туристичних послуг.

На рівні національної економіки у багатьох країнах центральні та місцеві органи влади створюють та впроваджують програми та політику для стимулювання та підтримки започаткування нового бізнесу, покращуючи місце та роль малих та середніх підприємств у галузі туризму.

Аналіз державного регулювання та інфраструктурної підтримки розвитку туризму в зарубіжних країнах [2; 4] показав, що заходи, спрямовані на збільшення частки внутрішнього або в'їзного туризму, повинні відбуватися при одночасному розвитку підприємництва, яке є рушійною силою для економіки. Поряд зі створенням програм, директив і кодифікацією туристичної індустрії, важливо активно розвивати централізоване управління сектора з урахуванням скоординованої взаємодії всіх відомств, що відповідають за якість туристичних послуг. Стимулювання розвитку найбільш економічно слабких і депресивних регіонів може відбуватися головним чином за рахунок розвитку туризму з урахуванням надання підтримки малому бізнесу та розвитку молодіжного підприємництва. Залучення додаткових інвестицій може відбуватися в рамках програм розвитку внутрішнього і в'їзного туризму, що підтверджується успішним досвідом ряду європейських країн. Програми стимулювання підприємництва в сфері туризму повинні містити не тільки законодавчі ініціативи, а й конкретні кроки фінансової підтримки, включаючи надання податкових відрахувань і безвідсоткового кредитування. Навчання підприємців і залучення в професію молоді в сфері туризму має входити до переліку обов'язкових напрямків і програм з розвитку внутрішнього і в'їзного туризму.

При розробці підтримуючих заходів розвитку як національного, так і регіонального туризму, спрямованих на масштабне збільшення туристичного потоку, необхідно враховувати глобальні чинники споживчого вибору. У туристичному підприємстві сьогодні простежуються наступні тенденції [1]:

1. Посилення впливу інформаційних технологій, оскільки при плануванні подорожей нині досить активно використовуються мобільні додатки смартфонів.
2. Збільшення потоків ділового туризму (відраджень, конференцій, виставки), при якому відбувається поєднання ділових цілей та екскурсійних і розважальних програм.
3. Формування нової логістики маршрутів і зміна звичних туристичних напрямків стає головним трендом, характерним практично для всіх країн, особливо помітно його прояв в Бразилії, Індії, США, Китаї та Таїланді.
4. Розвиток бюджетних варіантів туризму. Даний тренд включає в себе соціальний туризм, де поряд зі зниженням вартості поїздок залишаються затребуваними оздоровчі тури, що дозволяють зміцнювати фізичне здоров'я.
5. Розвиток екологічного туризму. Вибір найбільш екологічних туристських маршрутів, а також пошук нових напрямків екотуризму, є сьогодні трендом у розвитку сучасної туристичної індустрії та відкриває перед нею абсолютно нові напрямки.

Пандемія COVID-19 викликала безпрецедентний спад у секторі подорожей та туризму-як внутрішніх, так і міжнародних – тимчасово закрили туристичні напрями та виїзні ринки по всьому світу. За даними World Tourism Barometer (Всесвітній туристичний барометр) туристична індустрія пережила найглибшу кризу в 2020 році на тлі спалаху COVID-19. Про це свідчать наступні дані [6; 7]:

- у 2020 році кількість іноземних туристів (нічних відвідувачів) впала на 74% у порівнянні з попереднім роком через широко розповсюджені обмеження на подорожі та значне падіння попиту;
- через спад міжнародних подорожей приблизно втрата експортних надходжень оцінюється у розмірі 1,3 трильйона доларів США – це більш ніж у 11 разів перевищує збиток, зафіксований під час світової економічної кризи 2009 року;
- у 2020 році в країни Азії та Тихоокеанського регіону на 84% зменшилася кількість міжнародних прильотів, що приблизно на 300 мільйонів менше, ніж у минулому році. Близький Схід та Африка зафіксували 75%

падіння прибулих туристів. У Європі кількість приїздів скоротилася на 70%, що становить понад на 500 мільйонів менше іноземних туристів, тоді як в Америці спостерігалось падіння на 69%;

- останнє опитування експертів ЮНВТО показує неоднозначні перспективи на 2021 рік. Майже половина респондентів (45%) передбачали кращі перспективи на 2021 рік порівняно з минулим роком, тоді як 25% очікували подібних результатів, а 30% прогнозують погіршення результатів;

- експерти передбачають зростання попиту на туристичну діяльність під відкритим небом та на природі, при цьому все більший інтерес набуває внутрішній туризм та досвід «повільних подорожей»;

- більшість експертів не бачать повернення до рівнів до пандемії до 2023 року. 43% респондентів передбачають покращення ситуації не раніше, ніж у 2023 році, тоді як 41% очікують повернення до рівнів основних показників 2019 року у 2024 році або пізніше;

- розширені сценарії ЮНВТО на 2021-2024 роки показують, що для повернення міжнародного туризму до рівня 2019 року може знадобитися від двох з половиною до чотирьох років.

- очікується, що поступове впровадження вакцини проти COVID-19 допоможе відновити довіру споживачів, сприятиме послабленню обмежень на поїздки та повільній нормалізації подорожей протягом 2022 року.

Таблиця 1.
Міжнародні туристичні прибуття у розрізі субрегіонів, млн [7]

	2018 р.	2019 р.	2020 р.	20/19, %
Світ	1407	1461	381	-73,9
Розвинені країни	761	777	206	-73,5
Країни, що розвиваються	646	684	176	-74,3
У розрізі регіонів				
Європа	716	746,3	221,2	-70,4
Північна	81	83,7	20,7	-75,3
Західна	200,2	205,4	74	-64
Східна	146,2	153,3	40,8	-73,4
Південна	288,6	303,9	85,7	-71,8
Країни Азії та Тихого океану	346,5	360,4	57,2	-84,1
Північно-Східна Азія	169,2	170,3	20,2	-88,1
Південно-Східна Азія	128,6	138,6	25,4	-81,7
Океанія	17,1	17,5	3,6	-79,3
Південна Азія	31,7	34	8	-76,5
Америка	215,9	219,1	69	-68,5
Північна Америка	142,2	146,4	48,3	-67
Карибський басейн	25,8	26,3	8,7	-66,8
Центральна Америка	10,8	10,9	2,8	-74,3
Південна Америка	37,1	35,5	9,2	-74,1
Африка	68,7	70,2	17,8	-74,6
Північна Африка	24,1	25,6	5,6	-78,3
Африка на південь від Сахари	44,7	44,6	12,3	-72,5
Близький Схід	60,3	65,2	16,2	-75,1

Азія та Тихоокеанський регіон, перший регіон, який зазнав впливу пандемії, та регіон з найвищим на сьогодні обмеженням на подорожі, зафіксували найбільше зменшення кількості прибулих (-83%). У цей регіон прибуло на 300 мільйонів менше прибулих, ніж у 2019 році. Близький Схід та Африка зафіксували 75% падіння прибулих, друге за величиною зниження серед регіонів у відсотках. Європа зафіксувала зменшення прибуття на 70%, незважаючи на невелике та короточасне поживлення влітку 2020 року. В Америці спостерігалось зменшення прибуття іноземних громадян на 69% після дещо кращих результатів за останній квартал року. У більшості світових субрегіонів спостерігалось падіння прибуття від 70% до 80%, за винятком Західної Європи, Північної Америки та Карибського басейну, де зафіксовано зниження нижче 70%. Америка, Африка та Близький Схід були єдиними регіонами, де спостерігалось поступове покращення прибуття з середини 2020 року до кінця року.

Усі показники сектори підприємництва в сфері туризму зазнали спаду:

- заповнюваність посадкових місць міжнародними пасажирями знизилася на 49%;
- зниження міжнародного пасажирського попиту на 43%, що аналогічно зменшує кількість міжнародних туристичних прибутків;
- глобальний попит на авіаперевезення на кінець 2020 року склав -54%;

– у готельній сфері зафіксовано двозначне зменшення середнього доходу з номера та заповнюваність готелів. У квітні 2020 року були зареєстровані безпрецедентно низькі показники по всіх субрегіонах: в Європі (на 11%), Центральній та Південній Америці (на 12%), Африці (на 13%), США (на 25%), Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (на 28%) та на Близькому Сході (на 31%).

Усі країни світу здійснюють широкий спектр заходів для зменшення наслідків пандемії COVID-19, перезапуску та стимулювання відновлення індустрії туризму. Це і податкові канікули, введення пільг на зниження ставок за окремими видами податків, максимальна підтримка малого і середнього бізнесу, навчання персоналу тощо. За даними дослідження [Даниліна] уряди країн виділили значні суми коштів на антикризові заходи: Великобританія – 330 млрд. фунтів стерлінгів, Італія – 25 млрд. євро, Польща – понад 50 млрд євро, Естонія і Литва – 2 і 2,5 млрд євро відповідно.

Висновки і перспективи подальших розвідок.

Оскільки туристична діяльність характеризується збігом у часі процесу виробництва та споживання послуг, туристичний бізнес виступає як єдина за часом і простором система виробництва та споживання послуг, необхідних для задоволення потреб туристів та підприємництва в туризмі і являє собою поєднання різних видів діяльності, призначених для задоволення набору потреб туристів та забезпечення прибутку підприємців.

Вплив підприємницької діяльності в сфері туризму на економіку країни можна охарактеризувати наступними показниками: залучення в економіку іноземної валюти; працевлаштування населення у різних сферах; динамічний роздрібний ринок; активація роботи аеропортів та транспортних систем; збільшення обсягів інвестицій; збільшення обсягів місцевого виробництва та промисловості; збільшення інвестицій у приватний сектор (будівництво готелів та інших супутніх послуг). Туристичний бізнес значно впливає на різні сектори економіки, такі як курорти, будинки відпочинку, послуги, готелі, центри розвитку підприємництва туристичні агенти.

Основний внесок туристичного підприємництва в економічний розвиток будь-якої країни: 1) туристичні підприємці можуть створювати можливості для працевлаштування; 2) туристичне підприємництво може покращити рівень життя людей за рахунок отримання більших доходів; 3) розвиток сільських територій (сільський, зелений, екологічний види туризму).

Аналіз різних форм стимулювання підприємництва в сфері туризму показує, що підтримка повинна здійснюватися в різних напрямках: фінансова, консалтингова, інформаційна, інфраструктурна, освітня. Залучення підприємництва в туристську діяльність дає не тільки позитивний ефект на рівні розвитку економіки, але формує якісно інші напрямки розвитку в умовах обмеження зростання сировинного сектора економіки і розвитку інвестиційного потенціалу для малого бізнесу.

Основними напрямками подальшого розвитку підприємництва у сфері туризму, враховуючи вплив пандемії COVID-19, можуть бути:

- введення на рівні держави механізмів компенсації вартості розміщення потенційних туристів;
- впровадження сертифікації «Готелі без COVID-19», яка позитивно зарекомендувала себе у зарубіжних країнах;
- широке використання цифрового інструментарію для оплати та поселення в готелі;
- заміна концепції харчування: здійснювати обслуговування клієнтів за меню (на заміну звичного шведського столу);
- дотримання усіх санітарно-епідемічних норм.

Активною повинна стати діяльність з боку держави, спрямована на навчання та консультації підприємців в усіх напрямках ведення туристського бізнесу. Багато в чому цьому сприятиме розвиток програм працевлаштування молоді в сфері туризму з одночасним створенням навчальних програм. Цим шляхом іде розвиток підприємництва в сфері туризму в розвинених країнах.

Подальше дослідження даної теми передбачає вивчення можливостей працевлаштування, підвищення рівня життя населення через туристичне підприємництво.

Список літератури.

1. Білозубенко В. С., Корнеєв М. В., Горб К. М. Розвиток туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6579> (дата звернення: 18.09.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2018.10.7
2. Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52-1. С. 30-34.
3. Богдан Н. М., Кравець О. М., Соколенко А. С. Управління інвестиційним забезпеченням розвитку підприємств туристського та готельного бізнесу на регіональному рівні. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 161–168.
4. Джинджоян В. В., Шаругенко К. С. Розвиток міжнародного туризму у європейському туристичному регіоні. *Ефективна економіка*. 2021. № 7. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9043> (дата звернення: 18.09.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.7.4

5. Havryliuk S., Melko L., Uvarova G. Implementation of the model of innovative tourist product in Ukraine: financial and economic aspects. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2021. vol. 1. № 36. pp. 219-232.
6. Tourism for inclusive growth. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2021> (дата звернення 11 вересня 2021).
7. Tourism suffers its deepest crisis in 2020 with a drop of 74% in international arrivals [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf (дата звернення 11 вересня 2021).
8. UNWTO tourism data dashboard (Tourism Results). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard> (дата звернення 11 вересня 2021).

References.

1. Bilozubenko, V. S., Korneev, M. V. and Horb, K. M. (2018), “Development of tourist infrastructure of the country in the conditions of tourism globalization”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 10, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6579> (Accessed 18 Sep 2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2018.10.7
2. Bogdan, N. M., Kravetz, O. M. and Sokolenko, A. S. (2020), “Management of investment support for the development of tourism and hotel businesses at the regional level”, *Biznes Inform*, vol. 5, pp. 161–168.
3. Dany`lina, S.O., Kocyurubenko, G.M. and Shy`kina O.V. (2020), “Financial and economic consequences of the pandemic for the world tourism industry”, *Pry`chornomors`ki ekonomichni studiyi*. [Online], vol. 52-1. pp 30-34.
4. Dzhyndzhoian, V. and Sharutenko, K. (2021), “Development of international tourism in the european tourist region”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 7, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9043> (Accessed 18 Sep 2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.7.4
5. Havryliuk, S. Melko, L. Uvarova, G. Karyuk, V. and Mihus, I. (2021), “Implementation of the model of innovative tourist product in Ukraine: financial and economic aspects”, *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, Vol. 1, no. 36, Pp. 219-232
6. Havryliuk, S., Melko, L. and Uvarova G. (2021), “Implementation of the model of innovative tourist product in Ukraine: financial and economic aspects”, *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, vol. 1, no. 36, pp. 219-232.
7. The official site of World Tourism Organization (2021), “Tourism for inclusive growth”, [Online], available at: <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2021> (Accessed 11 Sep 2021).
8. The official site of World Tourism Barometer (2021), “Tourism suffers its deepest crisis in 2020 with a drop of 74% in international arrivals, [Online], available at: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf
9. The official site of World Tourism Barometer (2021), “UNWTO tourism data dashboard (Tourism results)”, [Online], available at: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard> (Accessed 11 Sep 2021).

Стаття надійшла до редакції 20.09.2021 р.