

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет природоохоронний

Кафедра економіки природокористування

**Кваліфікаційна робота бакалавра**

На тему: «Аналіз і прогнозування в туристичному бізнесі»

Виконала студентка групи СТ-43  
спеціальності 242 Туризм  
Таранець Ірина Романівна

Керівник к.е.н., доцент  
Арестов Сергій Вікторович

Рецензент к.е.н., доц.  
Смірнова Катерина Володимирівна

Одеса 2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Природоохоронний

Кафедра економіки природокористування

Рівень вищої освіти бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітня програма Сталий туризм  
(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
**Завідувач кафедри економіки**  
**природокористування**  
Губанова О.Р.  
« 17 » травня 2021 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

Студентки \_\_\_\_\_ Таранець Ірині Романівні \_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Аналіз і прогнозування в туристичному бізнесі

керівник роботи Арестов Сергій Вікторович, к.е.н., доцент  
( прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ОДЕКУ від “2” листопада 2020 року № 221-С

2. Строк подання студентом роботи 17.06.2021 року

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, наукові статті, статистичні дані інвестиційної діяльності у сфері туризму та автореферати у на тематику туристичної індустрії України.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки

1. Формування методологічної бази аналізу і прогнозування у туристичній сфері

2. Аналіз і прогнозування в туристичному бізнесі як основні аспекти розвитку туристичної галузі

3. Заходи для розвитку туризму

5. Перелік графічного матеріалу

Цілі сталого розвитку туризму

Опитування експертів

## 6. Консультанти розділів роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата   |                  |
|--------|-------------------------------------------|----------------|------------------|
|        |                                           | завдання видав | завдання прийняв |
|        | немає                                     |                |                  |

7. Дата видачі завдання 17 травня 2021 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів роботи                                                                               | Термін виконання етапів роботи | Оцінка виконання етапу |                       |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------|-----------------------|
|       |                                                                                                   |                                | у %                    | за 4-х бальною шкалою |
| 1     | Огляд літературних джерел                                                                         | 17.05.21-19.05.21              |                        |                       |
| 2     | Написання першого та другого розділів кваліфікаційної роботи                                      | 19.05.21-23.05.21              |                        |                       |
| 3     | Рубіжна атестація                                                                                 | 24.05.21-29.05.21              |                        |                       |
| 4     | Написання третього розділу роботи                                                                 | 30.05.21-03.06.21              |                        |                       |
| 5     | Написання висновків кваліфікаційної роботи                                                        | 04.06.21-06.06.21              |                        |                       |
| 6     | Оформлення роботи, перевірка на плагіат                                                           | 07.06.21-10.06.21              |                        |                       |
| 7     | Перевірка роботи науковим керівником, Надання відгуку, складання протоколу та висновку керівника. | 11.06.21-13.06.21              |                        |                       |
| 8     | Підготовка паперової версії роботи і презентаційного матеріалу. Рецензування роботи.              | 14.06.21-17.06.21              |                        |                       |
|       | <b>Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)</b>              |                                |                        |                       |

Студент \_\_\_\_\_ **Таранець Ірина Романівна**  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_ **Арестов С.В.**  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

## **АНОТАЦІЯ**

**Актуальність теми.** Туризм сьогодні вважається перспективним напрямком соціально-економічного розвитку країни, регіонів, міст. Туристична інфраструктура — одна із найскладніших, оскільки охоплює усі галузі економіки.

**Мета і задачі дослідження.** Ознайомлення актуальних проблем туристичної індустрії, висвітлення сучасних тенденцій та стратегічних напрямів розвитку туристичного бізнесу в Україні та за кордоном.

**Об'єктом дослідження** є прогнозування в сфері туризму та туристичному бізнесі.

**Предметом дослідження** є аналіз та прогнозування туристичної галузі внутрішнього та міжнародного туризму

**Завдання.** Розглянути теоретичні основи та дослідити перспективи розвитку в туристичній сфері

**Загальна характеристика роботи.** У роботі проаналізовано стан туристичної галузі, його прогнозування та подальші перспективи розвитку. Визначення загальних понять.

**Ключові слова:** туризм, пандемія, прогнозування, економіка, країна.

**Данна кваліфікаційна робота містить:** 65с., 3 рис., 1 табл., 22 джерел.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП.....                                                                                                          | 5  |
| 1 ФОРМУВАННЯ МЕТОДОЛОГІЧНОЇ БАЗИ АНАЛІЗУ І ПРОГНОЗУВАННЯ<br>У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ.....                                | 9  |
| 1.1 Понятійно-категоріальний апарат аналізу та прогнозування<br>в туризмі.....                                      | 9  |
| 1.2 Міжнародний туризм .....                                                                                        | 10 |
| 1.3 Внутрішній туризм як основний аспект розвитку в галузі<br>туризму.....                                          | 13 |
| 1.4 Цілі сталого розвитку.....                                                                                      | 20 |
| 2 АНАЛІЗ І ПРОГНОЗУВАННЯ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ ЯК ОСНОВНІ<br>АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....              | 28 |
| 2.1 Внутрішній туризм під час пандемії.....                                                                         | 28 |
| 2.2 Міжнародний туризм в часи пандемії.....                                                                         | 38 |
| 3 ЗАХОДИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.....                                                                                  | 51 |
| 3.1 Перспективи розвитку туристичної галузі під час та після<br>карантину.....                                      | 51 |
| 3.2 Програма сталого туризму «Одна планета».....                                                                    | 54 |
| 3.3 SWOT аналіз розвитку туризму та рекреації. Аналіз<br>конкурентоспроможності туристичного сектору в Україні..... | 57 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                                                       | 62 |
| ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....                                                                                               | 63 |

## ВСТУП

В наш час туризм є важливою складовою в галузі світової економіки. Міжнародний туризм є важливим напрямком міжнародного співробітництва в конкретній діяльності оснований на повазі національної культури та історії кожного народу та загальних інтересів кожної країни.

Діяльність підприємств сфери туризму забезпечується через виконання суб'єктами управління певних функцій. Однією з них є аналіз, оскільки його метою є виявлення глибинних зв'язків і взаємозалежностей між окремими параметрами об'єкта управління, своєчасне визначення тенденцій в розвитку процесів окреслення кращих, ефективніших варіантів управлінських рішень.

**Об'єктом** аналізу є конкретний предмет чи явище, на які спрямована аналітична діяльність. Цілісним об'єктом аналізу є туристичне підприємство, його господарська діяльність, фінансово-економічний стан. Конкретизованими та деталізованими об'єктами аналізу діяльності підприємств сфери туризму можуть бути виробнича, фінансова, інвестиційна, маркетингова, зовнішньоекономічна та інші види діяльності, виробничі та управлінські структури, організація виробництва та збуту туристичних продуктів тощо.

Під *предметом аналізу* діяльності підприємств сфери туризму треба розуміти господарську діяльність яка характеризується сукупністю економічних відносин з приводу формування, розподілу та використання фінансових ресурсів туристичних підприємств і знаходить своє вираження через сукупність економічних показників. Предмет аналізу визначається цілями його проведення, які залежать від запиту користувачів аналітичної інформації.

*Завдання аналізу* діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі визначаються сукупністю управлінських цілей. їхнє значення та масштабність є динамічними залежно від змін ринкового середовища і кон'юнктури менеджменту.

До переліку завдань аналізу діяльності підприємств сфери туристичної галузі можна віднести:

- оцінювання обґрунтованості і оптимальності показників, що характеризують господарську діяльність підприємств сфери туризму;
- оцінювання виконання планових завдань і досягнутих результатів;
- розрахунки факторів, які впливають на відхилення фактичних показників від базисних або планових;
- розроблення й обґрунтування заходів, спрямованих на активізацію використання резервів і прийняття оптимальних управлінських рішень;
- оцінювання стану та ефективності використання ресурсномайнового потенціалу;
- розроблення управлінських рішень щодо ліквідації недоліків мобілізації невикористаних резервів;
- обґрунтування цільових економічних програм, індикативних планів і бізнес-планів;
- виявлення невикористаних резервів покращення економічного стану суб'єкта господарювання туристичної галузі;
- визначення пріоритетів стратегічного розвитку суб'єктів господарювання туристичної галузі.

Отже, аналіз діяльності суб'єкта господарювання туристичної галузі — це система спеціальних знань, яка пов'язана з дослідженням зміни і розвитку соціально-економічних явищ і процесів, що відбуваються в галузі туризму, у їх взаємозв'язку та взаємозумовленості, дослідженням зовнішнього економічного середовища, моделюванням поведінки економічної системи на багато факторній основі, обґрунтуванням цільових програм, індикативних планів та бізнес-планів, кількісним і якісним вимірюванням об'єктивних і суб'єктивних факторів та пошуком резервів удосконалення господарської діяльності, формування аналітичного забезпечення для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Класифікація видів аналізу діяльності підприємств сфери туризму проводиться з метою упорядкування, систематизації теоретичних напрацювань, практичного досвіду в контексті їх адаптації до туризму.

*За часовою формою: стратегічний, оперативний, ретроспективний.*

Стратегічним **аналізом** туристичної діяльності називають дослідження

діяльності суб'єктів господарювання у сфері туризму, які визначатимуть н майбутнім стан та перспективи розвитку. Особливість даного виду аналізу полягає в проєкції минулого і теперішнього стану СГТГ (суб'єкти господарювання туристичної галузі) на перспективу. Соціально-економічна стратегія пов'язана з вибором сфери діяльності та стратегічних напрямів п розвитку, вибором глобальної стратегічної мети і постановкою локальних завдань її досягнення, формування сукупності стратегій у досягненні глобальної мети і локальних цілей, практичним впровадженням стратегічного плану, його корегуванням у зв'язку з змінами реального середовища.

За останніми даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), через пандемію світовий туризм зазнав найгіршого року, який був рекордниму 2020 році, і кількість міжнародних туристів зменшилась на 74%.

Карантин через пандемію коронавірусу «зачинив» людей у домівках. Серед перших, хто відчув це – туристична галузь. Спорожніли міста, готелі, курорти, музеї та галереї залишилися без відвідувачів.

«Бачення однієї планети» закликає до відповідального відновлення туристичного сектору , який базується на стійкості, з метою кращого розвитку. Це підкріпить стійкість туризму до кращої підготовки до майбутніх криз.

«Бачення» буде підтримувати розробку та реалізацію планів відновлення, що сприяють досягненню Цілей сталого розвитку (ЦСР) та Паризькій угоді . Програма сталого туризму "Одна планета" має на меті посилити вплив туристичного сектору на сталий розвиток до 2030 року, розробляючи, просуваючи та розширюючи практику сталого споживання та виробництва, що сприяє ефективному використанню природних ресурсів, одночасно виробляючи менше відходів та вирішуючи проблеми клімату зміни та біорізноманіття. Програмою сталого туризму "Одна планета" керує ЮНВТО, а уряди Франції та Іспанії є співпровідниками та у співпраці з ЮНЕП. [17]

Концепція закликає до відповідального відновленню туристського



сектора після кризи, викликаного пандемією COVID-19. Відновлення, засноване на принципах стійкості і орієнтоване на те, щоб «будувати краще, ніж було», може послужити фундаментом для підвищення стійкості туристського сектора.

## **1 Формування методологічної бази аналізу і прогнозування у туристичній сфері**

### **1.1 Понятійно-категоріальний апарат аналізу та прогнозування в туризмі**

Туризм - тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає.[1]

Туристичний продукт - попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо); Туристичні оператори (далі - туроператори) - юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;

Туристичні агенти (далі - турагенти) - юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг; [1]

Суб'єкти туристичної діяльності — підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані в установленому чинним законодавством України порядку й мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристич-них послуг;

Туристична індустрія — сукупність різних суб'єктів туристичної діяль-ності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати)

Проаналізувавши фактори зовнішнього та внутрішнього впливу, можна виділити переваги та недоліки туристичного регіону й країни. Перевагами є база, на яку туристичний регіон спирається в своїй конкурентності, яку він повинен розширювати і зміцнювати. Особливу увагу варто приділяти аналізу слабких сторін та поступово позбавлятися від неефективних напрямків діяльності.

В міжнародній практиці окремо конкретизується поняття внутрішній туризм — діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища, але в країні місця проживання, протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями. Ключовим критерієм для виділення цього різновиду туризму є країна місця проживання.[27]

Туристичний імпорт - це ввіз в країну вражень, що супроводжується одночасним вивозом туристом валюти з даної країни. Це пасивний туризм. Туристичний експорт - це вивіз із країни туристичних вражень, що супроводжується одночасним ввозом туристом валюти в дану країну. Це активний туризм[28]

## **1.2. Міжнародний туризм**

Міжнародний туризм — це подорож особи за межі постійного місця проживання, що включає перетин кордону та здійснюється на термін від однієї доби до року з пізнавальною, відпочинковою, оздоровчою чи іншою метою,

без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування.[2]

Міжнародний туризм є важливим напрямком міжнародного

співробітництва в конкретній діяльності оснований на повазі національної культури та історії кожного народу та загальних інтересів кожної країни. Міжнародним туризмом називають сферу розвитку взаєморозуміння між народами та ознайомлення з досягненнями інших країн в різноманітних сферах.

Гаазька декларація 1989 говорить про те, що «туризм став явищем, яке увійшло в наші дні в повсякденне життя сотень мільйонів людей»[3] Він включає всі вільні переміщення людей від їх місця проживання і роботи, сферу послуг, створену для задоволення потреб людини, що виникають в результаті цих переміщень; цей вид діяльності, що має дуже важливе значення для життя людей і сучасних суспільств, перетворившись на важливу форму використання вільного часу туристів та основний засіб міжособистісних зв'язків і політичних, культурних та економічних контактів, які необхідні в результаті інтернаціоналізації всіх секторів життя націй; туризм є одночасно наслідком та вирішальним фактором якості життя в нашому соціумі. Тому парламентам та урядам потрібно приділяти більш активну увагу туризму.

Розвиток туризму призвів до створення у 1898 році Міжнародної ліги туристичних асоціацій зі штаб-квартирою в Люксембурзі. Активність зростання туризму була перервана Першою світовою війною, після закінчення якої туризм знову активно почала розвиватися галузь.

Опрацювання багатьох аспектів, велика організаційна робота по залученню і обслуговуванню туристів, , розвиток інфраструктури окремих планування і підготовка маршруту, будівництво спеціалізованих комплексів регіонів - все це дозволяє віднести туризм до сучасної індустрії відпочинку, лікування, розваг, бізнесу.

Міжнародний туризм є суттєвим джерелом надходжень іноземної валюти та фактором забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу.

Туристичний бізнес сприяє розвитку суміжних галузей народного господарства: сфери торгівлі, громадського транспорту, виробництва споживчих товарів, сільського господарства, будівництва і тд.

Чинники, що спричинили динамічний розвиток світового туризму за останні кілька десятиліть:

- 1) розвиток інформаційних технологій та сучасних засобів комунікації
- 2) ріст доходів населення
- 3) розвиток інфраструктури, транспорту, транспортних мереж
- 4) збільшення вільного часу та зменшення середньої тривалості робочого часу
- 5) видимі зрушення у структурі матеріальних і духовних цінностей.

Динамічний розвиток сфери туризму призвів до появи зовнішніх ефектів ринку турпослуг, що відобразилося негативно на стан зовнішнього навколишнього середовища.

Останнім часом багато науковців у світі стало звертати увагу на проблеми сталого розвитку та туристичної галузі. Однак, це не знижує позитивну роль туризму в економіці країн світу, а тільки вимагає участі владних структур та місцевого населення у вирішенні цих проблем.

Сектор туризму - один з ключових компонентів економіки і соціального життя багатьох міст світу і тому є центральним елементом стратегій і політики міського розвитку. Міський або Урбаністичний туризм може являти собою рушійну силу в розвитку міст і робити міста більш відкритими, безпечними,

життєздатними і стійкими. Туризм безперечно розвиває в містах зони відпочинку, покращує інфраструктуру, мобільність, доступність і умови життя як для місцевого населення, так і комфортне перебування для туристів і відвідувачів.

Отже, сучасний міжнародний туризм стає глобальним чинником розвитку цивілізації і всіх її складових – соціальної та економічної сфери, духовної культури, істотно впливає на людей, на процеси самовдосконалення та самопізнання.

### **1.3 Внутрішній туризм як основний аспект розвитку в галузі туризму**

Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території. [7]

На туризм в Україні суттєво впливають такі сектори економіки: транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, і є одним із найбільш перспективних напрямків структурної перебудови економіки.

У вирішенні соціальних проблем держави велику роль відіграє розвиток туризму. В багатьох країнах світу саме за рахунок туризму створюються нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни. Розвиток туризму сприяє підвищенню рівня освіти, вдосконаленню системи медичного обслуговування населення, впровадженню нових засобів поширення інформації. Туризм безпосередньо впливає на економічне життя держави, соціальне, культурне.

Україна має можливості для динамічного розвитку туристичної та рекреаційної галузі, розширення міжнародного співробітництва в туризмі. Туризм в Україні має давні історичні традиції. У 1991 році коли Україна стала

незалежною, туристичний рух та його приватний сектор, почав дуже активно розвиватися. Розвиток туризму в Україні, який на сьогодні перетворився на багатостороннє явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має не вичерпний потенціал для постійного прогресу, тісно поєднуючись з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті народів і країн. Туризм – сама динамічна галузь у світі, чинник економічного та культурного розвитку, захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини, міжнародного взаєморозуміння, миру, дотримання прав людини та основних свобод без різниці у мові, релігії расі та статі. Туризм є економічним джерелом створення нових робочих місць, отримання прибутку, розвитку інфраструктури промисловості.

В Україні з її багато-історичною спадщиною і багатими рекреаційними ресурсами туристичний бізнес розвивається переважно на виїзд. Багато туристичних фірм, які знаходяться в Україні віддають перевагу перевезенням українців за кордон. Наприклад, у новомодні курорти Болгарії та до старовинних пам'яток історії Франції, Греції. Тільки маленька частина туристичних фірм працює на запрошення гостей в Україну. В наш час, в Україні, з її економічними проблемами надходження грошей, сфера туризму могла б стати стабільним джерелом прибутку.

Найважливіший чинник, який впливає на розвиток внутрішнього, так і на розвиток міжнародного туризму, є добробут населення.

Щорічне збільшення доходів громадян України призведе до більш високої туристичної діяльності та до збільшення кількості споживачів з більш високими доходами. В майбутньому населення України буде характеризуватися як таке, що має високу якість життя. Подорожі, мистецтво, відпочинок, культура стануть основними моментами, що заповняють вільний час людини.

В Україні виділяють сім регіонів, які можуть сприяти розвитку туризму:

- 1) Волинсько-Тернопільський (північно-західний або поліський): Волинська, Тернопільська, Хмельницька, Ровенська області;
- 2) Карпатський (західний): Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька області;
- 3) Житомирсько-Вінницький (буферний): Житомирська, Вінницька області;
- 4) Київський (центральный): Чернігівська, Київська, Черкаська, Кіровоградська області;
- 5) Харківський (північно-східний): Сумська, Полтавська, Харківська, Луганська області;
- 6) Дніпровсько-Донецький (південно-східний) Дніпропетровська, Донецька, Запорізька області;
- 7) Причорноморський (південний): Одеська, Миколаївська, Херсонська області.

Процес розвитку туристичної діяльності в цих регіонах визначається наявністю багатих туристичних ресурсів: історико-культурних, природнорекреаційними та соціально-економічними умовами.

Україна є країною з високою інтенсивністю використання природних ресурсів, які обумовлені їхнім багатством із постійно зростаючою потребою населення в рекреації. Значну роль у розвитку рекреаційної та туристичної діяльності грають об'єкти природно-заповідного фонду – місця організації масового відпочинку й екскурсій. В Україні створено 11 національних природних парків, 4 біосферних заповідники, 16 природних заповідників, численні дендропарки, пам'ятники садово-паркового мистецтва [12 с. 15]



Нині рекреаційно-туристичний комплекс реалізує свої можливості на третину. Це зумовлено рядом причин, серед яких: невирішеність питань з приватизації землі та захисту приватного капіталу; недостатня державна підтримка суб'єктів державного підприємництва; відсутність системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності у сфері послуг; недостатнє кадрове забезпечення сфери туризму тощо.

Український туризм переважає чисто комерційними започаткуваннями, що не відповідають економічним можливостям держави: виїзний туризм супроводжується вивозом із України мільйонів доларів щорічно, що не компенсується в'їзним туризмом.

Міжнародний ринок з країнами активного туризму прийнято вважати такі, де кількість іноземних туристів перевищує кількість виїздів власних громадян за кордон. Значне підвищення доходів від іноземних туристів над видатками власних громадян за кордоном визначається як активний платіжний баланс з позитивним сальдо. Розвиток українського туризму має передбачати доступність туристських послуг широким верствам населення, а також захист національних інтересів України.

Останнім часом по всьому світі швидкими темпами розвивається діловий туризм, оскільки він є найбільш прибутковим і має величезне значення для приймаючої країни з економічної точки зору.

Діловий туризм – це подорожі, що здійснюються з метою участі в конгресах, зборах, семінарах і інших важливих заходах. Залежно від мети ділові подорожі можуть включати зустрічі і конференції, торгові виставки і ярмарки, а також подорожі (заохочувальні).

Організовувати ділові поїздки – дуже складна справа. Але, вже чимало українських фірм займаються цим бізнесом. Зростає їхній професіоналізм, напрацьовується досвід. Цей факт разом із зростанням міжнародних контактів

вітчизняних бізнесменів дає надію на повноцінний розвиток цього виду туризму вже в недалекому майбутньому.

Актуальність проблеми створення інфраструктури ділового туризму - вона буде видимо сприяти всебічному розвитку міст зокрема і держави загалом. Сьогодні існує необхідність модернізації засобів розміщення для ділових відвідувачів України. Майже всі готелі, що мають в своєму розпорядженні сучасний рівень комфорту – найвищого бізнес-класу. За висновками дослідження міжнародних ділових організацій столиця і інші міста України виявляються далеко не на висоті за якістю ділової інфраструктури. Менше 20% українських готелів сьогодні відповідають вимогам світових стандартів за рівнем комфорту. [13]

Візьмемо, як приклад Грузію. Там деякий час діяли занадто обережно й намагались якомога довше тримати країну в карантинних обмеженнях. Потім кордони відкрились для бізнес-подорожей і фрілансерів, що приїжджають надовго, але для в'їзду були потрібні підтвердження мети перебування та двотижнева самоізоляція. І тільки лише з 1 лютого 2021 р. авіасполучення було відкрито, але зараз для поїздки потрібна вакцинація. Загалом, саме вакцинація є наріжним каменем для туристичної індустрії. При цьому єдиної думки з цього приводу в світі поки що не існує. ВООЗ говорить про те, що через нерівномірний розподіл вакцин краще залишити умовою ПЛР-тести.

3 лютого 2021 року уряд затвердив План заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму.

Метою є об'єднане суспільство, що цінує культуру і живе в країні, привабливий для туристів. І перші кроки вже зроблено. Галузі, над якими роками не велася цілеспрямована робота, зараз не тільки з чіткою стратегією, а й з фінансовою підтримкою на її реалізацію. Культура, туризм, креативні

індустрії та спадщина – мають величезний економічний потенціал та перспективи.

Планом передбачено низку заходів у сфері охорони, відродження та ефективного використання об'єктів культурної спадщини. Зокрема, протягом 2021-2023 років будуть відреставровані та відремонтовані пам'ятки культурної спадщини в рамках реалізації програми «Велике будівництво». У 2021-2022 роках у сфері охорони культурної спадщини також планується:

- 1) затвердити історико-архітектурні опорні плани з визначенням меж і режимів використання історичних ареалів населених місць;
- 2) переглянути перелік об'єктів культурної спадщини, включених до Попереднього списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО;
- 3) затвердити науково-проектну документацію з визначення меж та режимів використання буферних зон об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (архітектурного ансамблю Резиденція митрополитів Буковини і Далмації, дерев'яних церков карпатського регіону України та Польщі, Геодезичної дуги Струве);
- 4) розробити та запустити інформаційний ресурс культурної спадщини і культурних цінностей.

Згідно з Планом у сфері розбудови сучасної туристичної інфраструктури у 2021 році буде розроблено Державну цільову програму розвитку внутрішнього та в'їзного туризму «Мандруй Україною».

Протягом 2021-2023 років у галузі туризму також планується:

- 1) провести дослідження щодо змін та перспектив розвитку ринку туристичних послуг, вивчення існуючих цільових аудиторій;

- 2) запровадити Єдиний туристичний реєстр — національну систему збору та аналізу туристичних даних;
- 3) створити умови для розвитку конференц-індустрії, зокрема створити Державне конференц-бюро;
- 4) створити і впровадити офіційний багатомовний туристичний портал;
- 5) розвивати туристично-інформаційні центри;
- 6) розвивати і популяризувати в'їзний та внутрішній туризм у рамках проекту «Мандруй Україною»;
- 7) реалізувати проект «Туристичні магніти України».

Значний комплекс заходів у рамках Плану спрямований на розвиток креативних індустрій. У цьому напрямку, зокрема у 2021 році планується розробити Державну цільову національно-культурну програму розвитку народних художніх промислів на 2021- 2025 роки.

Протягом 2021-2023 років також планується збудувати «Будинок музики», створити центри культурних послуг у територіальних громадах, розробити концепцію моделі креативних хабів та запровадити пілотний проект щодо створення креативного хабу у Києві, удосконалити механізми фінансування проектів УКФ, стимулювати підготовку місцевих інвестиційних проектів з розвитку культурної інфраструктури тощо.[24]

### 1.4 Цілі сталого розвитку (ЦСР)

25 вересня 2015 року Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй затвердила Порядок денний сталого розвитку на період до 2030 року, а разом з нею і Цілі сталого розвитку(ЦСР), що включає в себе 17 цілей та 169 завдань за допомогою яких держави, громадянське суспільство та приватний сектор можуть вкладати свої внески до сталого розвитку до 2030 року.[20]

Ця програма є найамбітнішим на сьогоднішній день, а 17 цілей - це загальний заклик до дій щодо викорінення бідності, захисту планети, забезпечення спокою та процвітання всіх народів. Ці цілі є взаємопов'язані.

Цілі сталого розвитку працюють у дусі партнерства та прагматизму, щоб зробити правильний вибір для поліпшення життя, для майбутніх поколінь. [21]



Рисунок 1.1 Цілі сталого розвитку туризму

1) Першою цілю є відсутність бідності. Як один з найбільш швидкозростаючих секторів економіки у світі, туризм має хороші позиції для сприяння економічному зростанню та розвитку на всіх рівнях та

забезпеченню доходу за рахунок створення робочих місць. Стійкий розвиток туризму та його вплив на рівні громади можуть бути пов'язані з національними цілями щодо зменшення бідності, пов'язаними із допомогою підприємництву та малому бізнесу.

2) Друга ціль – подолання голоду. Туризм може розвивати сільське господарство, стимулюючи виробництво та постачання продажу місцевих, продуктів туристам. Агротуризм може приносити додатковий дохід, одночасно підвищуючи цінність туризму.

3) 3 ціль – здоров'я та добробут. З 1990 року спостерігається понад 50% зниження попереджуваних випадків смерті дітей у всьому світі.

Показник материнської смертності у всьому світі також знизився на 45%. З 2000 по 2013 р. кількість нових інфікувань ВІЛ/СНІД знизилася на 30%. Понад 6,2 мільйона життів було врятовано від малярії. Щороку понад 6 мільйонів дітей помирають до свого п'ятого дня народження.

Від попереджуваних хвороб, таких як кір і туберкульоз, щодня помирають 16 000 дітей. Сотні жінок щодня помирають під час вагітності або від ускладнень під час пологів. У багатьох сільських районах лише 56% пологів приймають кваліфіковані фахівці. Основною причиною смерті серед підлітків у країнах Африки на південь від Сахари, у регіоні, спустошеному епідемією ВІЛ, є СНІД. Ці смерті можна попередити за допомогою профілактики та лікування, освіти, кампаній по імунізації, а також цільових програм з охорони сексуального та репродуктивного здоров'я. Цілі сталого розвитку беруть на себе сміливе зобов'язання – до 2030 р. подолати епідемії СНІДу, туберкульозу, малярії та інших інфекційних захворювань. Мета полягає в забезпеченні загального охоплення медичними послугами та наданні доступу до безпечних і доступних лікарських засобів і вакцин.

Невід'ємною частиною цього процесу є підтримка наукових досліджень і розробок вакцин. [22]

4) Якісна освіта. Уміла робоча сила має вирішальне значення для процвітання туризму. Туристичний сектор надає можливості для прямих і непрямих робочих місць для молоді, жінок та осіб з особливими потребами, які повинні отримати вигоду за допомогою освітніх засобів. У деяких регіонах прогрес освіти дуже невтішний через високий рівень бідності, збройні конфлікти та інші надзвичайні ситуації. Через постійні збройні конфлікти у Західній Азії і Північній Африці спостерігається зростання кількості дітей, які не відвідують школу. Це тривожна тенденція. У дітей із бідних домогосподарств учетверо менше шансів ходити до школи, ніж у дітей з багатших сімей. Значними також залишаються відмінності між сільськими та міськими районами. Досягнення всебічної якісної освіти для всіх ще раз підтверджує думку про те, що освіта є одним із найпотужніших і перевірених засобів сталого розвитку. Ця мета гарантує отримання безкоштовної початкової та середньої освіти всіма дівчатками і хлопчиками до 2030 року. Вона також спрямована на забезпечення рівноправного доступу до недорогого професійного навчання, ліквідації гендерних і матеріальних розбіжностей і забезпечення загального доступу до якісної вищої освіти.

5) Гендерна рівність. Надання жінкам рівних прав на економічні ресурси, такі як земля і власність, є життєво важливими завданнями в контексті реалізації цієї цілі. Не менше значення має забезпечення загального доступу до охорони сексуального і репродуктивного здоров'я. На сьогоднішній день державні посади обіймають більше жінок, ніж будь-коли раніше, проте заохочення жінок-лідерів сприятиме зміцненню політики і законодавства для посилення гендерної рівності. Туризм може розширити можливості жінок,

особливо шляхом надання прямих робочих місць та отримання доходу від МСП на підприємствах, що стосуються туризму та гостинності. Туризм може бути інструментом для жінок, щоб вони могли повністю зайнятись та керувати у всіх аспектах суспільства.

6) Чиста вода та санітарія є 6 ціллю. Потреба в інвестиціях у туризм для надання комунальних послуг може зіграти вирішальну роль у забезпеченні доступу до води та безпеки, а також гігієни та санітарії для всіх. Ефективне використання води в туризмі, контроль за забрудненням та ефективність технологій можуть бути ключовими для захисту нашого найціннішого ресурсу. Забезпечення загального доступу до безпечної та недорогої питної води для всіх до 2030 року вимагає інвестування у відповідну інфраструктуру, забезпечення санітарно-технічних споруд, а також стимулювання гігієни на всіх рівнях. Захист і відновлення водних екосистем, таких як ліси, гори, болота і річки, має важливе значення для пом'якшення дефіциту води. Активніше міжнародне співробітництво також є необхідним для стимулювання ефективного використання водних ресурсів і забезпечення технологій обробки у країнах, які розвиваються.

7) Зусилля, спрямовані на стимулювання розвитку екологічно чистої енергетики, посприяли тому, що станом на 2011 рік понад 20% енергії, що вироблялася у світі, походило з відновлюваних джерел. Проте досі один із п'яти людей не мають доступу до електроенергії, і по мірі зростання попиту необхідно суттєво збільшувати виробництво енергії з відновлюваних джерел у всьому світі. Забезпечення загального доступу до недорогої електроенергії до 2030 року передбачає інвестиції в екологічно чисті джерела енергії, такі як енергія сонця, вітру та теплова енергія. Запровадження економічно ефективних стандартів для ширшого спектру технологій також може зменшити споживання електроенергії у будівлях і промисловості у



всьому світі на 14%. Це дорівнює приблизно 1300 електростанцій середньої потужності. Розширення інфраструктури та технологічна модернізація з метою забезпечення екологічно чистої енергії в усіх країнах, що розвиваються, є найважливішим завданням, яке може як стимулювати зростання, так і сприяти збереженню навколишнього середовища.

8) Гідна праця та економічне зростання є 8 цілю. Цілі сталого розвитку сприяють сталому економічному зростанню, підвищенню рівня продуктивності і використанню технологічних інновацій. Важливою передумовою є стимулювання підприємництва і створення робочих місць, а також ефективні заходи задля викорінення примусової праці, рабства і торгівлі людьми. Відповідно до цих завдань, мета полягає у забезпеченні повної і продуктивної зайнятості та гідної праці для всіх жінок і чоловіків до 2030 року. Туризм, як торгівля послугами, є однією з чотирьох найбільших компаній, що заробляють на експорті, в даний час забезпечує кожну десятку роботу у всьому світі.

9) Інновації та інфраструктура. Головними факторами економічного зростання та розвитку є інвестиції в інфраструктуру та інновації. Понад половина населення світу живе у містах, тому все важливішими стають громадський транспорт і поновлювані джерела енергії, а також розвиток нових галузей промисловості, інформаційних і комунікаційних технологій. Технологічний прогрес також має важливе значення для знаходження оптимальних рішень для економічних і екологічних проблем, зокрема, створення нових робочих місць і підвищення ефективності використання енергії. Розвиток енергоефективних галузей промисловості, а також інвестиції у наукові дослідження та інновації є важливими факторами, що сприяють сталомурозвитку.

10) Скорочення нерівності. Добре відомо, що нерівність доходів зростає, коли 10% найбагатших отримують до 40% загального світового доходу. Найбідніші 10% отримують лише від 2% до 7% загального світового доходу. У країнах, що розвиваються, нерівність зросла на 11%, якщо брати до уваги зростання населення. Таке зростання розриву вимагає формування обґрунтованої політики для розширення прав і можливостей нижнього процентилю отримувачів доходів, а також сприяння економічній інтеграції всіх, незалежно від статі, раси або етнічної приналежності. Нерівність доходів - глобальна проблема, що вимагає глобальних рішень. Для цього потрібно вдосконалювати механізми регулювання і моніторингу фінансових ринків та інститутів, заохочувати допомогу, спрямовану на розвиток і залучення прямих іноземних інвестицій у регіони, які найбільше цього потребують. Сприяння безпечній міграції та мобільності людей також є важливим фактором подолання зростаючого розриву.

11) Сталий розвиток міст та спільнот. Туризм може сприяти розвитку міської інфраструктури та доступності, сприяти відродженню та збереженню культурної та природної спадщини, надбань, від яких залежить туризм. Інвестиції в зелену інфраструктуру (більш ефективний транспорт, зменшення забруднення повітря) повинні призвести до розумніших та екологічніших міст не лише для мешканців, але й для туристів.

12) Відповідальне споживання та виробництво. Туристичний сектор повинен прийняти режими сталого споживання та виробництва (SCP), прискорюючи перехід до стійкості. Інструменти для моніторингу впливу сталого розвитку на туризм, включаючи енергію, воду, відходи, біорізноманіття та створення робочих місць, призведуть до покращення економічних, соціальних та екологічних результатів. Ефективне управління нашими спільними природними ресурсами, а також методи

утилізації токсичних відходів і забруднюючих речовин, є важливими цільовими показниками у досягненні цієї мети. Заохочення галузей, підприємств і споживачів до утилізації та скорочення обсягів відходів є настільки ж важливим, як і підтримка країн, що розвиваються, у запровадженні більш раціональних моделей споживання до 2030 року.

13) Кліматичні дії. Туризм сприяє змінам клімату та на них впливає. Зацікавлені сторони в галузі туризму повинні відігравати провідну роль у глобальній реакції на кліматичні зміни. Зменшуючи вуглецевий слід у секторі транспорту та розміщення, туризм може отримати вигоду від низьковуглецевого приросту та допомогти вирішити одну з найактуальніших проблем сучасності.

14) Збереження морських екосистем. Світові океани – їхня температура, хімічний склад, течії та живі організми – лежать в основі глобальних систем, завдяки яким Земля придатна для проживання людства. Те, як ми керуємо цим життєво важливим ресурсом, має надважливе значення для людства загалом, а також для протидії наслідкам кліматичних змін. Прибережний та морський туризм покладається на здорові морські екосистеми. Розвиток туризму повинен бути частиною інтегрованого управління прибережною зоною, щоб допомогти зберегти та зберегти тендітні морські екосистеми та слугувати засобом просування синьої економіки, сприяючи сталому використанню морських ресурсів.

15) Збереження екосистем суші. Людське життя і засоби до існування залежать від землі настільки ж, наскільки й від океану. Рослини забезпечують 80% раціону людей, а сільське господарство є важливим економічним ресурсом і засобом розвитку. Ліси покривають 30% поверхні Землі; вони є життєво необхідними місцями проживання для мільйонів видів організмів і важливим джерелом чистого повітря і води. Вони також відіграють важливу роль у протидії кліматичним

змінам. Багато біорізноманіття та природна спадщина часто є головними причинами, через які туристи відвідують пункт призначення. Туризм може відігравати важливу роль, якщо його стійко розвивати в неміцних зонах, не тільки у збереженні біорізноманіття, але і в отриманні доходу як альтернативного джерела існування для місцевих громад.

16) Мир та справедливість. Без миру, стабільності, забезпечення прав людини та ефективного врядування на принципах верховенства права не можна сподіватися на сталий розвиток. Ми живемо у світі, що стає все більш розділеним. Деякі регіони досягли стійкого миру, безпеки і процвітання, тоді як інші потрапили у цикл конфліктів і насильства, що здаються нескінченними. Проте така ситуація аж ніяк не є неминучою і має бути вирішена. Оскільки туризм обертається мільярдами зустрічей між людьми різного культурного походження, сектор може розвивати полікультурну та міжконфесійну толерантність та взаєморозуміння, закладаючи основу для більш мирних суспільств. Туризм, який приносить користь і залучає місцеві громади, також може зміцнити миру постконфліктних суспільствах.

17) Остання ціль – Партнерство заради стійкого розвитку. Завдяки своєму міжгалузевому характеру туризм здатний зміцнювати приватне / державне партнерство та залучати численні зацікавлені сторони - міжнародні, національні, регіональні та місцеві - до спільної роботи для досягнення ЦУР та інших спільних цілей. Державна політика та інноваційне фінансування є основними для досягнення Порядку денного 2030 року.

## **2 Аналіз і прогнозування в туристичному бізнесі як основні аспекти розвитку туристичної галузі**

### **2.1 Внутрішній туризм під час пандемії**

Певні висновки щодо перебування туристів у різних областях України можна зробити з даних Держподаткової служби. "Сума надходжень до місцевих бюджетів від туристичного податку в 2020 році склала близько 130 мільйонів гривень, що на 34% менше, ніж роком раніше.[8]

Але, не можна стверджувати про об'єктивність цих даних щодо реальної кількості туристів. Тому що турподаток сплачують заклади, що працюють офіційно, а велика частина підприємств працюють в "тіні"

Ще одною проблемою розвитку туризму в Україні є те, що за кордоном нас асоціюють, в основному тільки з революцією, бойовими діями та політичними справами. Якщо відкрити веб-пошук через VPN. Візьмемо, як приклад, Америку. Що бачить американець про Україну: війна, Майдан, Зеленський і т.д. Не дуже приваблива картинка для туриста.

Офіційні данні НБУ показують що українці у 2018 році купили туристичних путівок закордон майже на \$8 млрд. Ще \$3,6 млрд українці витратили по безготівкових розрахунках за кордоном (на мільярд більше, ніж у 2017) - цю суму можна сміливо подвоювати, адже українці здебільшого витрачають готівку. При цьому іноземні відвідувачі витратили в Україні за безготівковими розрахунками – всього \$1,2 млрд. Іноземці майже нічого не витрачають на українські путівки, тому що український туристичний продукт не сформований. Тому іноземці у 90% випадків приїзять самостійно. Це означає, що у безготівкових витратах дуже часто міститься бронювання готелю, трансферу, перельоту. Таким чином витрати українських подорожуючих у 8-9 разів перевищують витрати іноземних відвідувачів в

Україні. [9]

Через пандемію туроператори почали більш пильно дивитися на внутрішній ринок: шукати нові готелі, розвивати досі не дуже популярні напрямки - Дністровський каньйон, озеро Сиваш, бальнеологічний курорт у селищі Сатанів(Хмельницька область)

Закриття кордонів підштовхнуло людей подорожувати Україною, оскільки кількість звернень до туроператорів щодо відпочинку в Україні. Наприклад, туроператор JoinUP! за 2020 рік, за винятком чотирьох місяців карантину, організував відпочинок по Україні для понад 7000 туристів. За увесь 2019 рік було близько 7500 туристів.

Пандемія COVID-19 істотно впливає на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні, а отже, відповідно до її наслідків має здійснюватися управління на макро- та мікрорівнях. Наразі весь світ потерпає від наслідків пандемії COVID-19, яка зачепила усі галузі економіки й туристичну зокрема.

Значних втрат зазнав внутрішній туризм. Загалом втрати туристичної галузі в Україні оцінюються у понад 1,5 млрд дол. [10]

Запізнілий початок курортно-рекреаційного сезону внаслідок впровадження обмежувальних заходів, також створив значний ефект, який негативно вплинув на індустрію відпочинку та подорожей, та на супутні галузі – готельно-ресторанний бізнес, транспорт (пасажирські перевезення), роздрібну торгівлю, індустрію розваг і діяльність установ культури.

Обмежування на пересування, які були впроваджені для запобігання поширенню захворювання на COVID-19, падіння доходів громадян внаслідок економічної кризи потенційно зумовлюють зростання попиту на відпочинок у межах України. Пандемія несе для туризму не лише очевидні негативні наслідки, а й несподівані нові можливості. В Україні такі обставини надали

поштовх внутрішньому туризму, пробудили цікавість людей до подорожей власною країною. Саме внутрішній туризм є основним підштовхом збереження та відродження галузі. А це означає що, важливо зберегти внутрішній туризм і вхідний пасажиропотік на тому самому рівні, переводячи більшу частину вихідного трафіка на DESTИНАЦІЇ в межах України.

Важливо зазначити, що провідні туристичні країни Чорноморського регіону (Румунія, Болгарія) також робили акценти у 2020 р. саме на розвиток внутрішнього туризму. Вони не лише закликають громадян відпочити на вітчизняних курортах, а й впроваджують заохочувальні моделі [11]

Нижчі ціни та оптимальний баланс «ціна-якість» мають і можуть відіграти рушійну роль у становленні туристично-рекреаційного комплексу в сьогодишніх кризових умовах. На даний момент рівень інфраструктури в Україні задовільний, однак ще далекий від ідеального. Основна проблема – завищені ціни та відсутність адекватного сервісу з точки зору цінової політики. Така ситуація може позитивно вплинути як для в'їзного, так і для виїзного туризму.

Потрібно рахувати і можливість залучення туристів із сусідніх держав: Молдова та Білорусь, для них відвідування України має свої переваги: логістична доступність, відсутність мовного бар'єру. Але, практична реалізація цього попиту буде залежити від здатності налагодити діяльність курортної інфраструктури в умовах протиепідемічних обмежень. Для сфери тур послуг у період пандемії споживачі послуг обирають: вибор коротших термінів відпочинку, надають перевагу індивідуальному пересуванню (автотуризм) та індивідуального розміщення, вибору морського, сільського, оздоровчого туризму. Пандемія стала причиною змінити вподобання споживачів, стала поштовхом впровадження онлайн технологій, приділяти більшу увагу здоровому способу життя та гігієні, більш активному використанню безконтактних методів та безготівкової оплати та засобів

адресної доставки. Можна зазначити що, можливість дистанціювання під час відпочинку та санітарно-гігієнічні умови проживання є важливими чинниками конкурентності за споживача в наш час.

Фінансування розвитку інфраструктури, розвитку сучасних електронних комунікацій, охорони пам'яток, музейної безпеки, розвитку сучасних електронних комунікацій та доступність явищ української культури в глобальній мережі є найважливішими пунктами подолання наслідків коронакризи в туристичному бізнесі.

Отже, напроми, що можуть бути сприятливими для розвитку рекреаційного та туристичного бізнесу в Україні під час пандемії є: збереження внутрішнього туризму і вхідного пасажиропотоку зі спрямуванням більшої частини вихідного трафіку на дестинації в межах країни та нижчі ціні та максимальний баланс «ціна-якість».

Метод аналізу — способи, прийоми та засоби дослідження економічних явищ і процесів на макро-, мезо- і мікроекономічному рівнях. **Метод** аналізу — це науковий спосіб вивчення, становлення та розвитку господарських явищ та процесів, що забезпечує проведення дослідження об'єкта шляхом вивчення взаємозв'язку і змін його параметрів, кількісного та якісного вимірювання впливу окремих факторів і їх сукупності на ці зміни.

Всеохоплюючим методом пізнання законів природи є діалектичний, в основі якого лежить розгляд явищ природи у взаємозв'язку, взаємозумовленості, русі, зміні і розвитку. Функціональний зміст діалектичного методу визначається тим, що будь-яке явище чи процес розглядають як складну систему. Вивчення її внутрішньої елементної будови та взаємозв'язків між окремими структурними елементами дає змогу пізнати об'єктивну реальність явища чи процесу, з'ясувати чинники впливу. Відтак; діалектичний метод аналізу слугує теоретичною і методологічною основою методів усіх наук, у тому числі і фінансово-економічного аналізу діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі.

Метод аналізу базується на дедукції та індукції. Дедукція — це розклад



(аналіз) загального на частки, а індукція — узагальнення (синтез) часток у загальне. Аналіз і синтез завжди перебувають у діалектичній єдності доповнюють одне одного.

Метод аналізу передбачає вивчення тішу та характеру зв'язків, побудову алгоритму факторної залежності і визначення послідовності оцінок впливу факторів. Найпоширенішим і доцільним є вираження економічних зв'язків у вигляді математичних формул чи математичних моделей. Звичайно, не вся сукупність зв'язків може бути формалізована, але чим більший результат формалізації, тим об'єктивніші оцінки та висновки.

Взаємозв'язок можна представити як функціональний. Функцій [лат.function — виконання, звершення] — математична величина, що змінюється зі зміною незалежної змінної величини.

Визначення аналітичної моделі забезпечується через вивчення ключових факторів, що корелюються у функціональному зв'язку, визначення алгоритму функціональної залежності.

Вимірювання ступеня впливу факторів на зміну параметрів об'єкта та визначення їхньої структурної участі у динаміці загального результату їх сукупної дії залежить від правильності визначення алгоритму зв'язку і від коректності проведених математичних розрахунків. Точність результатів аналітичних досліджень можна перевірити: *сума часткових результатів впливу окремих факторів = результату їх сумарної дії за критерієм балансової узгодженості.*

Сукупність функціональних зв'язків можна класифікувати на детерміновані й стохастичні. Детерміновані зв'язки представлені пропорційними залежностями між двома чи більше параметрами аналітичної моделі, за умови, що певному значенню фактора відповідає адекватне значення досліджуваного параметра.

Стохастичні зв'язки - це складні залежності між параметрами аналітичної моделі, коли тому самому значенню фактора може відповідати декілька значень результатного параметра. Стохастичний аналіз спрямований на дослідження непрямих зв'язків, які не можуть бути описані моделями прямого детермінованого аналізу.

В економічному аналізі моделювання є інструментом дослідження об'єкта через його опосередковане пізнання за допомогою об'єкта-замінника, що дає змогу отримати уявлення про досліджуваний об'єкт, кількісно описати та якісно оцінити. Розрізняють теоретико-аналітичні та прикладні економіко-математичні моделі. Перші використовують для дослідження загальних властивостей закономірностей економічних явищ і процесів, другі — для розв'язку конкретних задач економічного аналізу, прогнозу, управління. Поділ моделей на класифікаційні групи є досить умовним, їх можна класифікувати й за іншими ознаками. Конкретизація методу у формі інструкцій, правил, дій, алгоритмів, чіткого опису способів та прийомів виконання аналітичної роботи називають методом аналізу.

Застосування основних способів опрацювання економічної інформації.

Найбільш поширеними способами опрацювання економічної інформації є: групування, порівняння, використання відносних величин, використання середніх величин, коефіцієнтний аналіз, аналіз динаміки показників.

Практичне застосування в аналізі діяльності підприємств сфери туризму знаходить групування Інформації, тобто поділ загальної сукупності показників, що їх вивчають, на однорідні групи за відповідними ознаками.

Залежно від завдань аналізу використовують типологічні, структурні або факторні групування. *Типологічні групування* використовують для розділення усієї сукупності первинних даних на однорідні групи та класи. *Структурні групування* використовують для вивчення внутрішнього складу сукупності однієї групи чи класу. *Факторні групування* служать для встановлення причинно-наслідкових зв'язків між ознаками, що їх визначають, і виявлення тих, які впливають на зміну факторів.

*Порівняння* — досить поширений метод аналізу, У процесі порівняння здійснюємо зіставлення порівняльних явищ для виявлення подібності або ВІДМІННОСТІ між ними.

Існує декілька форм порівняння: зіставлення фактичних та планових показників; порівняння даних поточних періодів з аналогічними періодами в минулому; порівняння з даними інших суб'єктів господарювання туристичної галузі; порівняння з нормативами.

Використання методу порівняння можливе лише за дотримання певних умов, що характеризують об'єкти аналізу, а саме: використання однакових часових інтервалів, зіставлення цін, однакових методик, за якими визначені показники, тотожності структури об'єктів дослідження тощо.

**Відносні величини** — це показники, що характеризують певне економічне явище і відображають співвідношення між абсолютними величинами, які є **ознаками** цього явища. Залежно від бази порівняння виділяють відносні величини виконання плану; динаміки, структури. Відносні величини використовують для оцінки **фінансово-економічного** стану туристичного підприємства, його кредите спроможності, податкоспроможності, інвестиційної **привабливості**.

Відносні показники вимірюють у коефіцієнтах, процентах, проміле, індексах.

**Середні величини** застосовують, коли необхідно виділити загальні ознаки із сукупності, відобразити загальні кількісні властивості явищ. Середня величина відображає те спільне, характерне, що об'єднує якісно однорідну сукупність показників певного економічного явища.

Використання середніх величин надзвичайно поширене при аналізі діяльності підприємств сфери туризму. Проте застосування середніх величин призводить до згладжування індивідуальних властивостей, коли для детальнішого аналізу слід доповнювати даними про окремі розсіювання показників за їх середньою величиною.

**Динаміка показників** - це ряди послідовних показників, що характеризують зміну економічних явищ у часі. Вони дають змогу виявити закономірності економічного розвитку й відтворити його у цифровій формі. Ряд динаміки складається з двох елементів: моментів часу (або дат) та самих даних, що називаються рівнями ряду. Економічне читання даних, представлених у такий спосіб, дає підстави для деяких важливих аналітичних висновків.

Для повної характеристики змін і тенденцій у динаміці використовуються такі додаткові показники: абсолютний приріст, темп зростання, темп приросту, абсолютне значення одного відсотка приросту.

**Темп зростання** — виражений коефіцієнтом або у відсотках відносний показник динаміки економічного розвитку, що становить собою снів в ід ношення двох рівнів ряду динаміки. Він показує, яку частку певний рівень становить щодо іншого рівня, взятого за базу порівняння. Базою порівняння може бути певний постійний рівень (переважно початковий рівень ряду) або попередній до цього рівня рівень ряду. Таким чином, даний показник можна розраховувати з постійною або змінною базою порівняння.

**Елімінування** — логічний прийом економічного аналізу, що дає змогу виявити вплив окремих чинників на узагальнюючі показники фінансово-господарської діяльності. Елімінування використовують тоді, коли між аналізованими явищами існує функціональна залежність (прямо або обернено пропорційна). Суть даного прийому полягає в умовному усуненні впливу на узагальнюючий показник усіх чинників, що діють водночас, крім одного; завдяки цьому послідовно визначається рівень впливу кожного з них.

В економічному аналізі метод елімінування використовують у таких варіантах, як спосіб ланцюгових підставок, спосіб абсолютних та відносних різниць, індексний метод та метод перерахунку показників.

**Спосіб ланцюгових підстановок** застосовується для визначення впливу факторів на зміну величини результативного показника з допомогою поетапної зміни базисної величини кожного факторного показника у моделі на задану (звітну, проектно-кошторисну та ін.) величину.

Спосіб різниць — дещо спрощений метод ланцюгових підстановок, в якому використовують відхилення фактичних даних від плану або іншої бази, взятої для розрахунку. Розрахунки здійснюють в абсолютних чи у відносних (у відсотках) величинах. За умови, що результативний показник розраховується як частка від ділення факторів чи представлений залежністю факторів, в такому разі доцільно використовувати універсальний спосіб ланцюгових підстановок. Незважаючи на те, що можливість застосування способу абсолютних різниць є досить обмеженою, завдяки його зручності він є поширеним в економічному аналізі.

**Спосіб різниць у відносних величинах** використовують тоді, коли у вихідній інформації для окремих чинників є лише відносні показники. При

цьому розраховують зміну пов'язаних між собою показників у відсотках проти базового чи планового показника, який править за основу для розрахунку рівня впливу чинників на кінцевий результат.

Класифікація способів та методичних прийомів аналізу обумовлена необхідністю побудови раціонального алгоритму розв'язку аналітичних задач за стандартами забезпечення прийняття типових рішень або на запит користувачів аналітичної інформації. Способи проведення аналізу діяльності підприємств сфери туризму умовно можна класифікувати на неформалізовані та формалізовані.

*Неформалізовані способи аналізу* ґрунтуються на описуванні аналітичних процедур на логічному рівні, а не на жорстких аналітичних взаємозв'язках та залежностях. До неформалізованих належать наступні: експертних оцінок і сценаріїв, психологічні порівняльні побудови системи показників, побудови системи аналітичних таблиць. У цих способах велике значення мають інтуїція, досвід та знання аналітика.

До *формалізованих способів* належать ті, в основу яких покладено жорстко формалізовані аналітичні залежності, тобто способи: ланцюгових підстановок, абсолютних і відносних різниць, балансовий, відсоткових чисел, простих і складних.

Для досягнення мети та розв'язання поставлених завдань аналізу діяльності підприємств сфери туризму використовують не всі можливі способи і методичні прийоми з наявного арсеналу, а лише ті, що є обґрунтованими, доцільними, забезпечуватимуть розкриття об'єктивної реальності задовольнятимуть вимоги методичних рекомендацій користувачів інформації, з огляду на це найбільш поширеними є такі *методичні прийоми фінансового аналізу* діяльності підприємств сфери туризму:

1) горизонтальний (часовий) аналіз — порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом;

2) вертикальний (структурний аналіз) — визначення структури фінансових показників з оцінкою впливу різних факторів на кінцевий результат;

3) трендовий аналіз — порівняння кожної позиції звітності рядом

попередніх періодів та визначення тренду, тобто основної тенденції динаміки показників, очищеної від впливу Індивідуальних особливостей періодів (за допомогою тренду Здійснюється екстраполяція найважливіших фінансових показників на перспективний період, тобто перспективний прогноз-аналіз фінансового стану); аналіз відносних показників (коефіцієнтів) - розрахунок відношень між окремими позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків показників;

4) порівняльний аналіз — внутрішньогосподарський аналіз зведених показників звітності за окремими показниками самого підприємства та дочірніх підприємств (філій), а також міжгосподарський аналіз показників даної фірми порівняно з показниками конкурентів або із середньогалузевими показниками;

5) факторний аналіз — визначення впливу окремих факторів (причин) на результатний показник детермінованих (розділених у часі) або стохастичних (що не мають певного порядку) прийомів дослідження. При цьому факторний аналіз може бути як прямим (власне це розбір, розкладання, розчленування предметів або явищ на складові частини, властивості, ознаки), коли показник розділяють на окремі складові, так і зворотний (синтез), коли його окремі елементи з'єднують у загальний результативний показник, Аналіз діяльності підприємств сфери туризму передбачає застосування різних моделей, які дають змогу структурувати та ідентифікувати взаємозв'язки між основними показниками. Існують три основні типи моделей, які застосовують у процесі аналізу фінансового стану підприємства. *Дескриптивні* моделі є основними. Дані моделі засновані на використанні інформації з бухгалтерської звітності *Предикативні* моделі — це моделі передбачуваного, прогностичного характеру (доходи та прибутки в майбутньому). *Нормативні* — це моделі, які уможливають порівняння фактичних результатів з нормативними (встановлення норм).

## 2.2 Міжнародний туризм в часи пандемії

Туризм повинен повернутися, і перед нами постає вибір: повернутися до звичного бізнесу (або, що ще гірше, робити кроки назад) або використовувати стійкість як основний двигун нашого повернення. Відповідно до всіх наших результатів, відповідальний туризм повинен допомогти туристичним компаніям будувати краще. [19]

За останніми даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), світовий туризм зазнав найгіршого року, який був рекордним у 2020 році, і кількість міжнародних туристів зменшилась на 74%. Пункти призначення у всьому світі зустріли на 1 мільярд менше міжнародних прибуттів у 2020 році, ніж у попередньому році, через безпрецедентне падіння попиту та поширені обмеження на поїздки. Це порівнюється зі зниженням на 4%, зафіксованим під час світової економічної кризи 2009 року.

Останнє опитування експертної групи ЮНВТО показує неоднозначні перспективи на 2021 рік. Майже половина респондентів (45%) передбачали кращі перспективи на 2021 рік порівняно з минулим роком, тоді як 25% очікують подібних результатів, а 30% передбачають погіршення результатів у 2021 році [5]

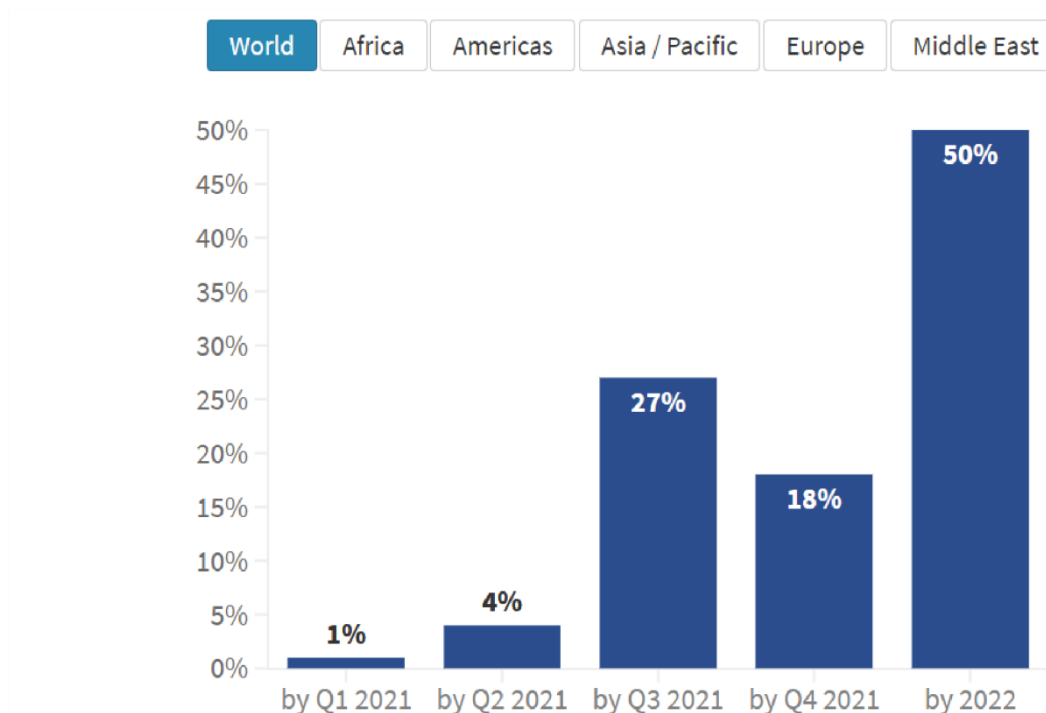


Рисунок 2.1 Опитування експертів

Опитування експертів про поживавлення міжнародного туризму Загальні перспективи відскоку в 2021 році, здається, погіршилися. Зараз 50% респондентів очікують, що відновлення відбудеться лише в 2022 році порівняно з 21% у жовтні 2020 року. Решта половини респондентів все ще бачать потенційний відскок у 2021 році, хоча і нижче очікуваних результатів опитування жовтня 2020 року (79% очікували відновлення у 2021 р.). По мірі того, як туризм перезапускається, експертна група ЮНВТО передбачає зростаючий попит на туристичну діяльність під відкритим небом та природу, причому все більший інтерес набуває внутрішній туризм та досвід „повільних подорожей”.[4]

Туристична галузь втратила \$935 млрд за 10 місяців 2020 року, через пандемію коронавірусу та пов'язані з ними обмеження. А це означає, що



світовий туризм повернувся до рівня 1990 року. Про це повідомляє Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO).

За прогнозами UNWTO, туризм буде частково відновлюватися до другої половини 2021 року. Проте, повернення до рівня 2019 року, можливо, займе від 2,5 до 4 років.

За вересень, 2020 року потік туристів у світі скоротився на 65%. Дуже відчутне падіння попиту на міжнародні поїздки з січня по червень призвело до відмінення 440 мільйонів міжнародних поїздок і втрати близько \$460 мільярдів. Це десь вп'ятеро більше ніж збитки, завдані туристичному бізнесу у 2009 році через глобальну економічну кризу.

До початку вірусу COVID-19, круїзний бізнес у світі процвітав – зростала і кількість бронювань, і вартість подорожей. Із початком поширення вірусу, бронювання впали на 60%, – такі дані наводить Nomura Securities. По тому, як круїзний лайнер Diamond Princess, на борту якого у карантині опинилися майже 3700 пасажирів, понад півтисячі з яких заразилися, і четверо померли, назвали «чашкою Петрі» для розповсюдження вірусу, акцій круїзних компаній стали стрімко падати. Так, зокрема, акції Carnival Corporation, якій належить Diamond Princess, а також інших провідних круїзних компаній – Norwegian, Royal Caribbean, впали на 60-70% від січня 2020 року. Згодом круїзним лайнерам почали відмовляти у стоянках в портах. Royal Caribbean скасував 18 рейсів до Азії, що коштувало компанії 130 млн дол. Norwegian, яка скасувала 40 рейсів до Азії, заявила, що не пропонуватиме круїзи у цей регіон до кінця 2020 року, а скасовані рейси коштували компанії 16 млн дол. Carnival оцінює свої втрати у близько 440 млн дол. Сумну історію галузі може проілюструвати випадок із Majestic Princess, який почали будувати на замовлення Carnival Corp. саме для китайських туристів. Корабель має 19 палуб, 1 780 кают та понад 1 000 квадратних метрів люксових бутиків. Проте нині лайнер перебуває у доках в Сінгапурі, а всі його майбутні 13 рейсів –

скасовано [23].

Через пандемію постраждали всі регіони світу. Азія та Тихий океан (84%) - перший регіон, який зазнав впливу пандемії та регіон із найвищим рівнем обмежень на подорожі, що спостерігаються в даний час - зафіксували найбільше зменшення кількості прибулих у 2020 році (на 300 мільйонів менше). Близький Схід та Африка зафіксували зниження на 75%.

Європа зафіксувала зменшення прибуття на 70%, незважаючи на невелике та короткочасне поживлення влітку 2020 року. Найбільше падіння в регіоні зазнало в абсолютних показниках, у 2020 році кількість міжнародних туристів зменшилася на 500 мільйонів. Америка зменшилася на 69% у міжнародних прибуттях, після дещо кращих результатів в останньому кварталі року. (рис.2) [6]

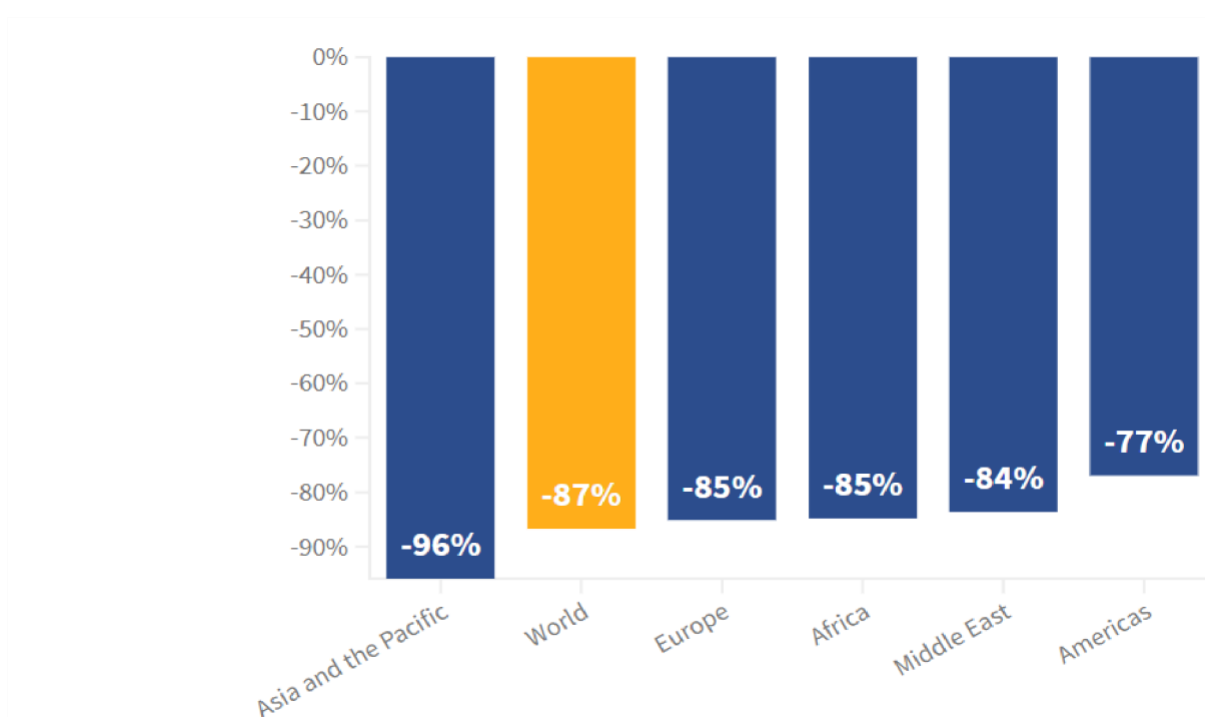


Рисунок 3 Зміна з початку року за регіонами. За ЮНВТО на 31 березня 2021 року

Дуже сильно від форс-мажорної ситуації внаслідок пандемії постраждали країни, в яких доходи від туризму складають значну, а, інколи, переважну частку від ВВП. Дані щорічного звіту Всесвітньої ради подорожей

та туризму свідчать (WTTC), у 2019 р. на сектор туризму припадало 10.3 % світового.

За результатами аналізу звітних даних свідчать, що кількість держав і спеціальних територій, частка туризму у ВВП яких перевищує середньосвітовий показник, становить 74 од. Це переважно невеликі острівні та напівострівні держави і регіони. Серед них: Макао (Аоминь), спеціальний адміністративний район Китаю (91.3 %), Аруба (73.6 %) у складі Королівства Нідерланди, Британські Віргінські острови (57 %), Мальдіви (56.6 %), Американські Віргінські острови (55.5 %), Багамські острови (43.3 %), СентЛюсія (40.7 %), Сейшельські острови (40.5 %), Кабо-Верде (37.2 %), Домініка (36.9 %), Антигуа і Барбуда (42.7 %), Беліз (37.2 %), Ангілья (37.1 %), Вануату (34.7 %), Барбадос (30.9 %), Фіджі (34.0 %) тощо. Негативні наслідки матимуть і держави, що визнали туризм однією з пріоритетних галузей у національних економіках та інвестували кошти для забезпечення значних темпів приросту віддачі від туризму. Серед них: Албанія (21.2 %), Вірменія (11.8 %), Греція (20.8 %), Грузія (26.3 %), Йорданія (15.8 %), Іспанія (14.3 %), Італія (13 %), Камбоджа (26.4 %), Хорватія (25 %), Чорногорія (32.1 %) та деякі інші

Фактори які викликали бурхливий розвиток туризму в останні роки, до пандемії, можна віднести такі:

- 1) ріст доходів населення і суспільного багатства ;
- 2) розширення використання транспорту для туристичних поїздок (авіаційного, автомобільного та ін.);
- 3) удосконалювання усіх видів транспорту удешевило поїздки; 4) розвиток засобів комунікації та інформаційних технологій;
- 5) збільшення числа найманих робітників та службовців у розвинутих країнах і підвищення їх матеріального і культурного рівня;

- 6) ослаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей;
- 7) істотні зрушення в структурі духовних цінностей;
- 8) туристичний бізнес захоплює підприємців по багатьох причинах (невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності і мінімальний період окупності витрат).

Індустрія туризму несе з собою і певні небезпеки:

Небезпеки екології. Насамперед туризм впливає на навколишнє середовище надмірною концентрацією виробництва й людей у туристичних центрах, освоює раніше що не використовувалися природні комплекси й підсилює вплив інших галузей (сільське господарство, будівництво, лісозаготівлі, мисливські промисли).

Культурні цінності, їх втрата. Комерціалізація життя й розвиток туризму в окремих регіонах призводить до знецінення традицій і падіння престижу національних культур. Особливу увагу у світової громадськості викликає секстуризм і вивіз туристами витворів мистецтв.

Негативний вплив навколишнього середовища. Природне середовище постійно загрожує людині різними стихійними лихами. Соціальне середовище має такі проблеми як епідемії, Віл-Інфекції, злочинність, поширення наркотиків, насильство, тероризм, піратство, військові ускладнення. Щорічно порядку 30 держав відносять до числа несприятливих для туризму.

Техногенні небезпеки. Одними із найнебезпечніших ризиків у туризмі залишаються аварії і катастрофи. Багато проблем створюють великі аварії на атомних електростанціях, хімічних комбінатах, військових об'єктах. Аварії й пожежі на об'єктах туристичної індустрії кожного року призводять до травм і смертельних випадків серед туристів.

Міжнародний туризм також може призвести і до впливу валюти за кордон. З такою ситуацією зіштовхнулось багато країн, що розвиваються, які змушені купувати за кордоном продукти і товари для іноземних туристів та необхідне для інфраструктури туризму обладнання. "демонстраційний ефект" міжнародного туризму – іноземні туристи під час своїх поїздок демонструють зарубіжні товари, що викликає зростання місцевого попиту на них.

Велика кількість країн спромоглись організувати безпечні умови для мандрівників ще навіть до розробки вакцин. Серед них, наприклад, ОАЕ. Там відповідально поставились до вимог. Обов'язковим став ПЛР-тестування, а також розробили спеціальний додаток, що дозволяє фіксувати перебування туристів у країні. Також, ресторани та розважальні центри працюють лише за умови дотримання соціальної дистанції, маскового режиму та регулярної дезінфекції. Це ж дуже ефективно: країна з одним з найвищих туристичних потоків у світі впевнено стримує розповсюдження хвороби. Аби зрозуміти масштаби, слід зазначити, що у 2019 році в Дубаї відпочили 15,9 млн туристів, а в 2020 році цей напрямок опинився серед лідерів, як один із небагатьох відкритих. Це ще раз доводить, що не сам туризм є проблемою, а ставлення до правил.

Інформаційне забезпечення аналізу діяльності підприємств сфери туризму є комплексним поняттям, що передбачає опрацювання фахової літератури, вивчення практичних матеріалів діяльності туристичних підприємств опрацювання законодавчої бази, інструктивного матеріалу тощо. Основні джерела даних обираються відповідно до поставленої мети та основних завдань дослідження. Для проведення аналізу діяльності підприємств сфери туризму використовують такі *джерела даних*:

1) внутрішні (внутрішні нормативи та планові показники фінансово-економічного розвитку підприємства; деталізовані дані за видами економічної діяльності підприємства; дані управлінського внутрішньовиробничого обліку й контролю та інші);

2) зовнішні:

- а) макроекономічні показники (темپ росту ВВП, грошові доходи населення, індекс інфляції, облікова ставка НБУ умови оподаткування тощо);
- б) галузеві (обсяг реалізації підприємствами галузі; матеріально-технічний стан галузі; прибутковість, ризик; стадія життєвого циклу галузі тощо);
- в) регіональні (плани та програми соціально- економічного розвитку, дані засобів масової інформації, місцевих статистичних управлінь науково-аналітичних та консультаційних служб).

Залежно від поставлених завдань для аналізу діяльності підприємств сфери туризму використовують такі основні *блоки інформаційного забезпечення*:

- 1) фінансову звітність;
- 2) статистичну звітність;
- 3) дані управлінського обліку;
- 4) дані з первинної облікової документації;
- 5) експертні оцінки;
- 6) не облікові дані.

**Блок 1. Фінансова звітність.** Метою фінансової звітності є надання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух коштів підприємства.

В Україні туристичні підприємства використовують такі форми фінансової звітності: форма 1 “Баланс”; форма 2 “Звіт про фінансові результати”; форма 3 “Звіт про рух грошових коштів”; форма 4” Звіт про власний капітал”; форма 5 “Примітки до річної фінансової звітності”.

**Блок 2. Статистична звітність.** Дані зі стандартних обов’язкових форм державної статистичної звітності (1- підприємство, 1- тур. та 43 н.), що затверджуються Держкомстатом України, можуть бути корисними для вироблення (координації) стратегії підприємства з огляду на показники роботи туристичної галузі.

**Блок 3. Дані внутрішньогосподарського обліку.**

Дані управлінського обліку даються керівництву підприємства для прийняття відповідних рішень щодо витрат: за видами туристичних продуктів, товарів та послуг туристичного призначення; за місцями

виникнення (виробничі підрозділи); за класифікаційними ознаками (постійні та змінні); за калькуляційними статтями; за економічними елементами; за періодами тощо.

**Блок 4.** *Дані з первинної облікової документації (вибіркові дані).* При розробці управлінських заходів, пов'язаних покращенням фінансово-економічного стану туристичного підприємства, вибірково, на запит, можна скористатися даними з первинних документів, оборотних відомостей за аналітичними та синтетичними рахунками наприклад: про структуру дебіторської та кредиторської заборгованості за видами, термінами оплати та носіями; про виконання кредитних угод тощо.

**Блок 5.** *Експертні оцінки.* У попередніх блоках розглядалися інформаційні джерела, які містять дані про те, що вже сталося, тобто ретроспекцію. До експертних оцінок вдаються насамперед з метою отримання даних про відносну значущість того чи іншого аналітичного показника під час розгляду їх сукупності Експертні оцінки використовують для планування та прогнозування показників, що характеризують обсяги туристичної діяльності, фінансові результати^ можливі наслідки тощо.

**Блок 6.** *Необлікові дані.* Для проведення аналізу можуть виявитись цінними інформаційні джерела, що не відображені в жодному із видів обліку (управлінському, фінансовому, бухгалтерському, статистичному) та не розкриті у звітності (фінансовий, статистичний, галузевий). Придатними (певною мірою) для проведення аналізу є результати анкетування, спостережень, вивчення повідомлень у засобах масової інформації

Основним джерелом даних для проведення фінансового аналізу діяльності підприємств є їх фінансова звітність.

Фінансова звітність підприємства (крім бюджетних установ, представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності та суб'єктів малого підприємництва, визнаних такими відповідно до чинного законодавства) включає наступні форми: баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів, звіт про власний капітал та примітка до звітів.

**Форма 1** “Баланс” — звіт, що дозволяє оцінити активи зобов'язання і

капітал підприємства на встановлену дату. Використовуючи цю форму звітності як першоджерело інформації, доцільно розробити на її основі агрегований аналітичний баланс, що сприятиме систематизації основних блоків аналітичної інформації, що характеризуватимуть ресурсно-майновий потенціал туристичного підприємства та джерела його фінансового забезпечення.

**Форма 2 “Звіт про фінансові результати”** - містить дані про доходи, витрати і фінансові результати діяльності підприємства за звітний та попередній періоди.

**Форма 3 “Звіт про рух грошових коштів”** - відображає; надходження та витрачання коштів у звітному періоді за операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю підприємства.

**Форма 4 “Звіт про власний капітал”** - характеризує зміни у складі власного капіталу протягом звітного періоду.

**“Примітка до звітів”** — сукупність показників і пояснень, як забезпечують деталізацію та обґрунтованість статей фінансових звітів, розкривають іншу інформацію

Для суб'єктів малого підприємництва і представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності національними положеннями (стандартами) встановлюється скорочена за показниками фінансова звітність у складі балансу і звіту про фінансові результати.

Форми фінансової звітності підприємств (крім банків) і порядок їх заповнення встановлюється Міністерством фінансів України за погодженням з Державним комітетом статистики України.

Підприємства, що мають дочірні підприємства, крім фінансових звітів про власні господарські операції, зобов'язані складати та подавати консолідовану фінансову звітність.

Звітним періодом для складання фінансової звітності є календарний рік. Проміжну звітність складають щоквартально нарастаючим підсумком з початку звітного року в складі балансу та звіту про фінансові результати. Баланс підприємства складають за станом на кінець останнього дня кварталу (року).



Підприємства зобов'язані подавати квартальну та річну фінансову звітність органам, до сфери управління яких вони належать, трудовим колективам на їх вимогу, власникам (засновникам) відповідно до установчих документів. Органам виконавчої влади та іншим користувачам фінансова звітність подається відповідно до законодавства. Термін подання фінансової звітності встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Фінансова звітність підприємств не становить комерційної таємниці, крім випадків, передбачених законодавством.

Відкриті акціонерні підприємства, підприємства- емітенти облігацій, банки, дочірні товариства, валютні та фондові біржі, інвестиційні фонди, кредитні спілки, недержавні пенсійні фонди, страхові компанії та інші фінансові установи зобов'язані не пізніше 1 червня наступного за звітним року оприлюднювати річну фінансову звітність та консолідовану звітність шляхом публікації у періодичних виданнях або розповсюдження її у вигляді окремих друкованих видань,

Для оцінки економічної та соціальної ефективності туризму як у національному, так і в регіональному масштабі необхідна наявність достатнього інформаційного забезпечення. Основними причинами проблематичності його формування є:

1) проблеми різної галузевої та відомчої приналежності виробників туристичних благ (товарів, послуг), а відповідно відсутність належним чином організованого статистичного обліку туристичної діяльності, і як наслідок — соціально- економічні показники туризму “розчиняються” у даних інших галузей національної економіки (охорона здоров'я, соціальне забезпечення, культура, готельна індустрія, транспорт);

2) умовне розмежування господарських об'єктів туристичної галузі на “ліцензовані” та “не ліцензовані”.

Побудова державної статистичної звітності за формою 1-ТУР потребує вдосконалення, оскільки такий підхід не відображає реальних показників роботи туристичної галузі, адже ліцензуванню згідно з чинним законодавством підлягає лише тур операторська та тур агентська діяльність, відтак коло суб'єктів господарювання туристичної галузі є значно ширшим.

Так, українські ліцензовані суб'єкти туристичного підприємства складають державну статистичну звітність з туризму за формою “1-ТУР”, яка розроблена відповідно до міжнародних рекомендацій Всесвітньої Туристичної Організації. Ця звітність виступає доволі систематизованим джерелом інформації статистики туризму — містить дані стосовно розподілу туристів за цілями та віком; розміщення туристів на території України; про в'їзд іноземних туристів; туристів, які виїжджали за кордон; основні фінансово-економічні показники галузі.

Однак за своїм економічним змістом дана звітність є обмежено придатною для аналітичних цілей: 1) неможливо оцінити стан матеріально-технічної бази туризму; 2) неможливо проаналізувати фінансове забезпечення галузі — наявність власного капіталу, довгострокових та поточних зобов'язань; 3) звітність подають тільки ліцензовані суб'єкти індустрії туризму, в результаті у показниках роботи туристичної галузі адекватно не відображено обсяги діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі, які не підлягають ліцензуванню.

Інформаційне забезпечення аналізу діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі однозначно потребує вдосконалення, Державна статистична звітність за формою І-ТУР представляє фінансово-економічні показники укрупнено, а також не узгоджено із сучасними вимогами користувачів фінансової інформації. Так, використання показника “балансовий прибуток” є недоречним із впровадженням національних стандартів бухгалтерського обліку. У рядку “платежі до бюджету” “вказують фактичні суми податку на прибуток, на землю, на додану вартість та інші платежі в бюджети різних рівнів від туристичної діяльності”, хоча доцільним є подання інформації про суми платежів за видами у державний та місцевий бюджети. Втрати, пов'язані з наданням туристичних послуг, необхідно деталізувати із вказівкою елементів операційних витрат. Це все зумовлює необхідність гармонізації туристичної звітності в частині фінансово-економічних показників до вимог національних стандартів бухгалтерського обліку та відповідного представлення фінансової інформації у звітності. Крім того, виникає необхідність розмежування обліку та представлення у

туристичній звітності фінансово- економічних показників окремо за обсягами туристичної діяльності юридичних та фізичних осіб — суб'єктів господарювання туристичної галузі у зв'язку із специфікою формування фінансових результатів їх діяльності.

Стратегією Туречени є - контроль відкритості. Тут одразу вирішили мінімізувати проблеми для перетину кордону разом із дотриманням вимог карантинну. Отже, Туреччині вдалося навіть у критичний рік зберігати туристичну активність на високому рівні. Це, серед іншого, підтверджують й українці: протягом 2020 року на курортах Туреччини відпочили 93 тис. туристів Join UP!, у той час як роком раніше їх було 88 тис., і це при тому, що традиційний літній сезон розпочався в липні, а не квітні, як це зазвичай буває. Тобто, за деякими напрямками ми бачимо зростання попри пандемію.

[16]

### **3 ЗАХОДИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

#### **3.1 Перспективи розвитку туристичної галузі під час та після карантину**

"Ця криза - це можливість переосмислити туристичний сектор та його внесок у життя людей та планети; можливість покращити розвиток до більш стійкого, інклюзивного та стійкого туристичного сектору, який забезпечить широке та справедливе користування перевагами туризму". [14]

Карантин через пандемію коронавірусу «зачинив» людей у домівках. Серед перших, хто відчув це – туристична галузь. Спорожніли міста, готелі, курорти, музеї та галереї залишилися без відвідувачів.

Відновлення туризму повною мірою залежить від зняття карантинних обмежень як в Україні, так і за кордоном. Відновлення роботи транспорту та відкриття готелів може відновити внутрішньоукраїнський туризм. Через пандемію, через закриття кордонів, українці цього року переважно відпочивали та подорожувати Україною. Але через карантинні обмеження багато людей втратило роботу та бізнес. Люди втратили свої заощадження під час карантину.

Економічний вплив COVID-19 на туристичну галузь – неминучий. Відновлення не буде однорідним, оскільки різні частини світу впораються з коронавірусом у різний час. Внутрішні поїздки, швидше за все, відновляться раніше, ніж міжнародні, і деякі країни будуть відкриті для бізнесу раніше інших. Так, головним туристичним трендом стануть подорожі всередині країни і невеликими групами. Попит на одиночний відпочинок, бутігготелі, оренду квартир, індивідуальні тури – все це буде набирати обертів у період після епідемії.

Для запуску туристичної сфери необхідним є зняття карантину та шляхи безпечного надання послуг засобами розміщення.

Попит на внутрішній туризм в Україні є і постійно зростає. Для того щоб туризм відновився після кризи, його треба реанімувати. Зробити це можна багатьма шляхами. Найосновніші – поліпшенням сервісу і посилення інформаційної системи.

Відродження туристичного бізнесу в Україні буде відбуватися не дуже швидко. Тому, що криза змусила туристичний бізнес вийти з зони комфорту та покращуватися. Підприємці, які не будуть виходити в інтернет та не покращують сервіс – втратять своїх відвідувачів. А зміни відбуваються тривало.

Через заборону перетину кордонів від 13.03.2020 зупинився потік туристів в Україну. Індустрія гостинності світу і зокрема України стоїть на порозі катастрофічної кризи – фактично відсутні джерела для утримання персоналу, виплати соціальних внесків та пенсійних нарахувань, оплати комунальних та орендних платежів.

Негативний вплив Covid-пандемії на туріндустрію:

- 1) Дуже велика кількість переривання споживачів поточних турів та скасування або перенесення на невизначену перспективу запланованих турів. Загальні туристичні потоки навесні «впали» на 100%, а влітку – на 80%. Пандемія призвела скороченню до мільйона робочих місць в світовому туризмі. Окрім того, фахівці WTTC прогнозують, що масштаби втрат туристичної сфери світу можуть сягнути більше двох трильйонів доларів;
- 2) Закриті кордони, обмеження на пересування змусили

припинити всі польоти авіакомпаній, а також це призвело до величезних фінансових втрат. Під загрозою банкрутства постали не тільки дрібні лоукости, а також найбільші європейські національні авіакомпанії.

3) Також постраждала світова круїзна індустрія. Заборона на пересування, зупинка туристичних потоків, негативні репутаційні втрати (численні судові позови через спалах коронавірусу на борту багатьох лайнерів) зумовили необхідність скасування рейсів

4) за приблизними оцінками UNWTO (Всесвітньої організації туризму) криза, спричинена пандемією буде «коштуватиме туризму до семи років зростання»

2021 р. для туристичних підприємств характеризується повною невизначеністю. У разі повноцінного відновлення всіх суспільно-економічних процесів, зняття обмежень, туристичні підприємства повинні будуть «відпрацьовувати борги», тобто повинні будуть здійснювати послуги із перенесених з минулого року турам.

На глобальному рівні Всесвітня організація туризму закликала уряди країн світу максимально сприяти підтримку функціонування туристичної сфери та розробила свої Рекомендації щодо пом'якшення пандемії на сферу туризму в різних країнах. Документ був розроблений за участю всіх організацій, що входять до складу «Глобального кризового комітету з туризму»:

1) IMO (International Maritime Organization – Міжнародної морської організації); – організаціями приватного сектору: ACI (International Airport Council – Міжнародної ради аеропортів);

2) CLIA (Cruise Lines International Association – Міжнародної асоціації круїзних ліній);

- 3) WHO (World Health Organization – Всесвітньої організації охорони здоров'я);
- 4) IATA (International Air Transport Association – Міжнародної асоціації повітряного транспорту);
- 5) ICAO (International Civil Aviation Organization – Міжнародної організації цивільної авіації);
- 6) WTTC (World Tourism and Travel Council – Всесвітньої ради з туризму та подорожей) [15].

### **3.2 Програма сталого туризму «Одна планета»**

"Одна планета" має на меті посилити вплив туристичного сектору на сталий розвиток до 2030 року, просуваючи, розробляючи та розширюючи практику сталого споживання та виробництва, що сприяє ефективному використанню природних ресурсів, одночасно виробляючи менше відходів та вирішуючи проблеми клімату зміни та біорізноманіття. Програмою сталого туризму "Одна планета" керує ЮНВТО, а уряди Франції та Іспанії є співпровідниками та у співпраці з ЮНЕП. [18]

«Бачення однієї планети» закликає до відповідального відновлення туристичного сектору, який базується на стійкості, з метою кращого розвитку. Це підкріпить стійкість туризму до кращої підготовки до майбутніх криз. «Бачення» буде підтримувати розробку та реалізацію планів відновлення, що сприяють досягненню Цілей сталого розвитку (ЦСР) та Паризькій угоді. Програма сталого туризму "Одна планета" має на меті посилити вплив туристичного сектору на сталий розвиток до 2030 року, розробляючи,

просуваючи та розширюючи практику сталого споживання та виробництва, що сприяє ефективному використанню природних ресурсів, одночасно виробляючи менше відходів та вирішуючи проблеми клімату зміни та біорізноманіття. Програмою сталого туризму "Одна планета" керує ЮНВТО, а уряди Франції та Іспанії є співпровідниками та у співпраці з ЮНЕП.

Концепція закликає до відповідального відновленню туристського сектора після кризи, викликаного пандемією COVID-19. Відновлення, засноване на принципах стійкості і орієнтоване на те, щоб «будувати краще, ніж було», може послужити фундаментом для підвищення стійкості туристського сектора.

Пандемія COVID-19 привела до безпрецедентних соціально-економічних наслідків і в той же час наочно продемонструвала, яку роль в нашому повсякденному житті і економічній діяльності повинна грати стійкість.

Криза, яка була викликана пандемією COVID-19, висунула на передній план потребу в підвищенні життестійкості туристського сектора, пробудив почуття єдиності та сприяв усвідомленню взаємозв'язку серед суб'єктів діяльності в туризмі. Ця криза висвітлила уразливість природною довкілля і необхідність забезпечувати захист, а також продемонструвала взаємозв'язок між економікою туризму, суспільством і навколишнім середовищем. Тим самим відкривається можливість прискорити впровадження моделей сталого споживання і виробництва і відновити туризм відповідно до принципу «будувати краще, ніж було».

Протягом минулого десятиліття в туристичному секторі відзначалося безперервне зростання, що дозволило забезпечувати значні переваги в області соціально-економічного розвитку та створення робочих місць, які, на жаль, зараз опинилися під загрозою. У той же час таке зростання створювало



серйозні проблеми, пов'язані з пропускнуо спроможністю туристичних напрямків, споживанням природних ресурсів і наслідками для зміни клімату.

Рішення всіх цих питань повинно стояти в центрі відповідального відновлення туристичного сектора, так як життєстійкість туризму буде залежати від здатності сектора врівноважувати інтереси людей, планети і процвітання.

Генеральний секретар ЮНВТО Зураб Пололікашвілі сказав: «Сталість не повинна більше бути нішовою частиною туризму, але повинна бути новою нормою для кожної частини нашого сектору. Це один із центральних елементів наших Глобальних вказівок щодо перезапуску туризму . У наших руках трансформувати туризм, і вихід із COVID-19 стає поворотним пунктом для сталого розвитку.

Єдина планета закликає до відповідального відновлення туризму , який базується на стійкості, з метою кращого розвитку. Це підкріпить стійкість туризму до кращої підготовки до майбутніх криз. Це буде підтримувати розробку та реалізацію планів відновлення що сприяють досягненню Цілей сталого розвитку. Тоді, коли приватний сектор та уряди стають на шлях одужання, настав час продовжувати просуватися до більш економічної, соціальної та екологічно стійкої моделі туризму.

Бачення однієї планети, для відповідального відновлення туристичного сектору побудовано навколо шести напрямків діяльності, спрямованих на відповідальне відновлення туризму для людей, планети та процвітання, а саме: охорона здоров'я, соціальна інтеграція, збереження біорізноманіття, кліматичні дії, кругова економіка та управління та фінанси .

### **3.3 SWOT аналіз розвитку туризму та рекреації. Аналіз конкурентоспроможності туристичного сектору в Україні**

SWOT-аналіз - це аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Аналізу підлягають сильні сторони (Strength), слабкі сторони (Weakness) внутрішнього середовища, а також можливості (Opportunities) і загрози (Threats) зовнішнього середовища організації.

Акронім SWOT вперше ввів був в 1963 році в Гарварді на конференції з проблем бізнес-політики професор Кеннет Ендрюс. Спочатку SWOT-аналіз був заснований на зображенні і структуризації знань про поточну ситуацію і тенденції.

У 1965 році чотири професори Гарвардського університету — Edmund P. Learned, C. Roland Christensen, Kenneth R. Andrews, William D. Guth запропонували технологію використання SWOT-моделі для розробки стратегії поведінки фірми. Була запропонована схема LCAG (по початкових буквах прізвищ авторів), яка заснована на послідовності кроків, що приводять до вибору стратегії.

- 1) Strengths (Сили);
- 2) Weaknesses (Слабкості);
- 3) Opportunities(Можливості);
- 4) Threats (Загрози).

Традиційний метод SWOT — аналізу дозволяє провести детальне дослідження зовнішнього й внутрішнього середовища. Результатом раціонального SWOT-аналізу, спрямованого на формування узагальненого інформаційного потенціалу, повинні з'явитися ефективні рішення, що стосуються відповідної реакції (впливу) суб'єкта (слабкої, середньої й сильної) відповідно до сигналу (слабкому, середньому або сильному) зовнішнього середовища.

Сильні сторони підприємства покликані забезпечити його прискорене просування до досягнення стратегічних цілей, у той час як його «слабості» викликають гальмування. Тут також природно враховувати можливості й загрози зовнішнього середовища, без яких неможливо вірно визначити сценарії розвитку організації.

Чинність — це властивість організаційної системи, що за умови синтезу з можливостями зовнішнього середовища забезпечує прискорене просування системи до досягнення стратегічних цілей. Особливий інтерес при цьому представляє утворення «спіралі розвитку» — траєкторії, що формується внаслідок «накладення» (синтезу) сильних сторін організаційної системи на сприятливі можливості зовнішнього середовища (з урахуванням слабких сторін організаційної системи й погроз зовнішнього середовища).

Слабкість — негативна властивість організації, що визначає її гальмування в процесі руху до досягнення стратегічних цілей. Гальмування стає істотним при злитті (синтезі) основних слабостей організаційної системи з істотними погрозами зовнішнього середовища. При цьому також не можна ігнорувати сильні сторони підприємства й можливості зовнішнього середовища. Так формується варіант песимістичного сценарію розвитку організації. Такий сценарій може трансформуватися в «спіраль краху», якщо має місце тенденція («ефект доміно») до ослаблення можливостей і сильних сторін, з одного боку, і посиленню погроз зовнішнього середовища в сполученні з наростанням слабких сторін організації.

Можливості — це тенденції або події в зовнішньому середовищі, при правильній відповідній реакції на які організація домагається істотного просування до поставлених стратегічних цілей.

Загрози — це тенденції або події в зовнішньому середовищі, які за відсутності відповідної реакції організації спричиняють значне погіршення стану організації на шляху до виконання своїх планів.

Поточна організація рекреаційного господарства України — незадовільна та неконкурентоспроможна на світовому ринку туристичних послуг. Основний матеріально-технічний комплекс застарілий, 70 % його потребують реконструкції та відновлення, рівень сервісу не відповідає міжнародним стандартам, відсутня індустрія розваг, а наявна — хаотична та неорганізована, пам'ятки культури та історії занедбані, низку проблем екологічного, соціального та економічного характеру не вирішено.

Критерії проведення SWOT-аналізу конкурентоспроможності туристичної діяльності в Україні (Табл. 3.1)

| Сильні сторони                                            | Можливості                                                 |
|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| 1. Велике розмаїття ландшафтів                            | 1. Розробка нових видів турів                              |
| 2. Багата історична спадщина                              | 2. Створення іміджу країни як стабільної та забезпеченої   |
| 3. Сім чудес України                                      | 3. Зниження цін на відпочинок                              |
| 4. Наявність ресурсів для створення оздоровчих комплексів | 4. Покращання рівня обслуговування та екологічної ситуації |
| 5. Багата флора та фауна                                  | 5. Розширення асортименту надання послуг                   |
| 6. Розмаїття ландшафтів                                   |                                                            |
| 7. Гостинність населення                                  |                                                            |

| Слабкі сторони                                                                                                                                                                                                               | Загрози                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.Неякісні дороги<br>2.Нестабільний рівень сервісу<br>3.Негативне відношення багатьох Українців до внутрішнього туризму.<br>4.Висока вартість обслуговування<br>5.Високий рівень захворюваності на туберкульоз,гепатит і т.д | 1.Нестабільна політична та економічна ситуація.<br>2.Техногенні катастрофи.<br>3.Значний рівень безробіття, що створює основу для збільшеннязлочинності.<br>4.Зниження загального рівня життя населення.<br>5.Можливість виникнення епідеміологічних ситуацій<br>6.Слабкий інвестиційний клімат |

Таблиця 3.1 Критерії проведення SWOT-аналізу

Перспективний розвиток туризму в країні повинен ґрунтуватися на таких складових:

- 1) інвестиції та інновації в туристичному та готельному господарствах; реорганізація транспортного забезпечення;
- 2) підготовка кваліфікованих кадрів;
- 3) нормалізація політичного, економічного та законодавчого клімату;
- 4) інформаційні комунікації.

Без реалізації зазначених заходів нереально розбудувати ефективний національний міжгалузевий туристичний комплекс. Без запозичення туристичних інновацій та переходу на прогресивні європейські стандарти гостювого й рекреаційного сервісу неможливий розвиток

конкурентоспроможного на міжнародному ринку туристичного сектору. Без цілеспрямованих маркетингових заходів з інформаційного «прориву» країни буде проблематичною її інтеграція у глобальний ринок туристичних послуг.

## Висновки

Туристичний потенціал України можна реалізувати в результаті впровадження деяких підходів і для розвинення туристично-рекреаційної сфери та управління майном туристично-курортних комплексів. В основі аналізу сильних та слабких сторін, можливостей та загроз розвитку туристичної галузі можна зробити висновок, що перспективний розвиток туризму в країні повинен ґрунтуватися на таких складових: інвестиції та інновації в розвиток інфраструктури; реорганізація транспортного забезпечення; підготовка кваліфікованих кадрів; нормалізація політичного, економічного та законодавчого клімату

На сьогоднішній день криза, пов'язана з пандемією змусила туристичний бізнес вийти з зони комфорту та шукати інноваційні шляхи розвитку. Для того щоб туризм відновився після кризи, його слід реанімувати, впроваджувати різного роду новації. Зробити це можна різними шляхами. Але, основними мають стати – державна підтримка туризму та підприємницьких ініціатив у даній сфері, поліпшення сервісу, зокрема у сфері гостинності, та посилення інформаційної компанії, в цілому - в мережі Інтернет. Після завершення кризи, пов'язаної з пандемією COVID-19, пропонується направити зусилля на укріплення туристичного попиту України на міжнародній сфері.

Можна припустити, що переважна кількість покращень в організації туризму будуть базуватися на організації віртуальних рішень і дистанційної роботи, а також на проведенні освітніх програм, які в багатьох країнах залишатимуться в режимі онлайн і після кризи COVID-19.

Оптимізація та використання природних ресурсів та об'єктів культурної спадщини стануть дуже важливими, оскільки згідно з прогнозами в найкращому випадку глобальний туризм досягне рівня розвитку 2019 року лише через 3–5 років.

### Перелік посилань

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання Навч. посібник. К.: Знання України, 2002. 358с
2. Козловський Є.В. Іноземний досвід регулювання міжнародного туризму та його використання в Україні. *Економіка України*. 2014. №10. С.24-27.
3. Колесник О. С. Інститути спільного інвестування: світовий досвід та українські перспективи К. : Зовнішня торгівля, 2010 . 141 с.
4. Липсиц И. В. Коссов В. В. Экономический анализ реальных инвестиций : учебн. пособие М. : Экономистъ, 2014. 347 с.
5. Мальська М. П. Антонюк Н. В., Ганич Н. П. Міжнародний туризм і сфера послуг. підручник : Знання, 2018. 661 с.
6. Мальська М.П. Бордун О.Ю. Планування діяльності туристичних підприємств : навч. посібник. К. : Знання, 2015. 241 с.
7. Мамедов О.Р. Современная экономика. Общедоступный курс. Ростов-на-Дону, «Феникс», 2016. 275 с.
8. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу України. К.: ВД «К-М Академія»; 1999.
9. Агафонова Л. Агафонова О. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Київський університет туризму, економіки і права. К. : Знання України, 2008. 351 с.
10. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. - К.: Альтерпрес, 2004. - 288 с.
11. Беренс В., Хавранек П. М. Руководство по оценке эффективности инвестиций : пер. с англ. – 2-е изд. перераб. и доп. М. : Интерэкспорт : ИНФРА-М, 2015. 528 с.
12. Бланк И. А. Управление инвестициями предприятия. К. : Ника-Центр : Эльга, 2003. 480 с.



- 13.Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент: учебный курс. К.: Эльга-Н; Ника-Центр, 2011. 448 с.
- 14.Богданов М., Грибанов В. Підняти голову ведмедю. Дзеркало тижня. - 2008. №13.
- 15.Бочан І.О. Михасюк І.Р. Глобальна економіка: підручник. К.: Знання. 2017. 403 с.
- 16.Смирнов І.Г. Визначення рівня конкурентоспроможності країн світу в туризмі: сучасні підходи. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. Серія: Економічні науки. 2015. №5-6 (82-83). С.37-49.
- 17.Сукурова Н. М. Іноземне інвестування як чинник інноваційного розвитку економіки регіонів : автореф. дис ... канд. екон. наук . Ужгород, 2011.20 с.
- 18.Ткаченко Т. І. Гаврилюк С. П.Економіка готельного господарства і туризму: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. К. : КНТУ, 2015. С. 179-185.
- 19.Третяк Н. Фактори формування інвестиційного клімату в Україні. *Фінансовий простір*. 2013. № 3. С. 165–170.
- 20.Туріянська М.М. Інвестиційна привабливість туристичної галузі *Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу*. 2015. №9. С.110-113.
- 21.Шеремет В.В. Управление инвестициями: в 2-х т. М.: Высшая школа, 2018. Т.2. 512 с.
- 22.Мунін Г.Б., Змійонов А.О. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. Зінов'єв та ін.; під ред. члена-кор. НАН України, д.е.н., проф. Дорогунцова С.І. К.: Ліра-К, 2015. 520 с.