

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Вищого навчального закладу
Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»
08 липня 2015 року № 152-Н
Форма № П-4.04

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

Факультет харчових технологій, готельного-ресторанного
та туристичного бізнесу

Форма навчання _____ заочна _____

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту
Завідувач кафедри _____ Г. П.Скляр
(підпис)

« ____ » _____ 2021 р.

МАГІСТЕРСЬКА ДИПЛОМНА РОБОТА
на тему: «Механізми організації антикризового управління туристичною
сферою в умовах модернізації економіки»

*зі спеціальності 242 «Туризм»
освітня програма «Туризм» ступеня магістра*

Виконавець роботи Животенко Віталій Олександрович

(підпис, дата)

Науковий керівник доцент Карпенко Ніна Миколаївна

(підпис, дата)

ЗМІСТ

	Стор.
Вступ	3
Розділ 1. Теоретико-методологічні аспекти антикризового управління туристичною сферою	
1. 1. Чинники формування кризових явищ на підприємствах туристичної сфери	8
1. 2. Стан та проблеми розвитку підприємств сфери туризму	17
1. 3. Світовий досвід забезпечення ефективного управління туристичними підприємствами	24
Розділ 2. Діагностика функціонування туристичної сфери в умовах модернізації економіки України	
2. 1. Особливості організації туристичної діяльності в окремих регіонах України	35
2. 2. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в умовах модернізації економіки України	45
2. 3. Аналіз впливу економіки щастя на розвиток туристичної сфери в умовах модернізації економіки	53
Розділ 3. Формування ефективного механізму організації антикризового управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України	
3. 1. Впровадження механізмів еколого-економічного управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України	59
3. 2. Урахування ризиків при формуванні механізмів управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України	66
Висновки та пропозиції	74
Перелік інформаційних джерел	81

ВСТУП

Розвиток ринку туристичних послуг та посилення конкурентної боротьби на ньому, призводить до того, що серед безлічі учасників ринку виживають лише найсильніші. Такі підприємства зазвичай формують власну стратегію розвитку та впроваджують новітні механізми організації господарської діяльності. Але в умовах постійної змінюваності зовнішнього середовища з метою забезпечення виживання туристичних підприємств постає об'єктивна необхідність обґрунтування ефективних управлінських рішень.

Вплив негативних чинників поступово призводить до розвитку кризових явищ. Тому проблема формування механізмів організації антикризового управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України є актуальною. Механізми антикризового управління туристичними підприємствами, у більшості випадків, ґрунтуються на загально відомих підходах, що не враховують специфіку діяльності та особливості даної сфери господарювання. Значна кількість туристичних підприємств взагалі не формують систему антикризових заходів, що призводить до періодичних матеріальних втрат, а це, у свою чергу, відображається як на функціонуванні окремого туристичного підприємства, так і на туристичній сфері України у цілому.

Для стримування розвитку кризових явищ нині не опрацьовано відповідних ефективних механізмів. У дослідженні розглядаються можливості протистояння розвитку кризових явищ суб'єктами господарювання туристичної сфери. Туристичні підприємства підприємства, як і будь-які інші, не здатні самотійно долати наслідки впливу негативних чинників і часто потребують зовнішнього втручання. В економічній літературі існує безліч підходів до забезпечення економічної стабільності підприємств. Разом з тим, антикризовому управлінню саме туристичних підприємств приділяється недостатньо уваги. Так, питанням ефективного управління присвячені праці

багатьох відомих вчених-економістів, зокрема І. Бланка, В. Василенка, В. Вергунова, В. Власова, М. Зубця, В. Іванюти, В. Костева, Л. Лігоненко, І. Маркіної, М. Мескона, Л. Мізеса, Б. Райсберга, П. Саблука, Г. Савицького, А. Садекова, Г. Скляра, Ф. Хайєка, Ф. Хедоурі, Ф. Хміля та ін. Разом з тим, не зменшуючи значущості результатів досліджень, вважаємо, що механізми антикризового управління досліджені не повною мірою, потребують опрацювання методики забезпечення стійкого економічного стану туристичних підприємств та створення необхідного рівня економічної безпеки суб'єктів господарювання.

У сучасних умовах господарювання діяльність туристичних підприємств характеризується певними особливостями: нестабільністю функціонування економічної системи країни, непропорційним розвитком виїзного та в'їзного туризму, нерегламентованим та неконтрольованим використанням туристичних ресурсів, низьким рівнем реального платоспроможного попиту населення, слабо розвиненою туристичною інфраструктурою, недосконалістю законодавчої бази щодо господарювання підприємств і розвитку підприємницької діяльності, недосконалістю і періодичною реструктуризацією організаційних структур управління суб'єктами господарювання в туризмі, відсутністю узгодженості дій відомств в основних сегментах туристичної індустрії, високим податковим тиском та відсутністю реальної підтримки з боку держави щодо підвищення іміджу та активізації просування національного туристичного продукту як на внутрішньому так і на міжнародному ринку тощо. Усі ці та багато інших проблем, створюють несприятливу ринкову ситуацію, тому важливими, у функціонуванні туристичних підприємств у сучасних економічних умовах, залишаються також питання щодо забезпечення ефективного управління обсягами діяльності, фінансово-інвестиційного їх забезпечення, управління якістю та узгодження даних параметрів із ціновими характеристиками туристичного продукту, формування ефективних мотиваційних механізмів реалізації адекватної системи стратегічних змін, реалізації відповідних стратегій тощо.

Таким чином, враховуючи високу динамічність та рівень невизначеності зовнішнього середовища туристичного ринку, забезпечення ефективності функціонування туристичних підприємств у сучасних економічних умовах потребує належної організації системи управління стратегічними змінами у туризмі, що реалізується за рахунок формування відповідних стратегій.

Отже, практичне значення досліджуваної проблеми для забезпечення економічної стабільності суб'єктів туристичної сфери, а також недостатня її наукова розробка обумовили актуальність теми дипломної роботи.

Метою дипломної роботи є формування теоретичних та методичних засад розробки механізму антикризового управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України.

Мета дослідження визначає його основні завдання, а саме:

визначення чинників формування кризових явищ на підприємствах туристичної сфери;

визначення стану та проблеми розвитку підприємств сфери туризму;

дослідити світовий досвід забезпечення ефективного управління туристичними підприємствами;

розглянути особливості організації туристичної діяльності в окремих регіонах України;

дослідити особливості розвитку туристичної інфраструктури в умовах модернізації економіки України;

провести аналіз передумов розвитку кризових явищ на підприємствах туристичної сфери в умовах модернізації економіки України;

запропонувати методичні підходи до впровадження механізмів еколого-економічного управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України;

обґрунтувати пропозиції щодо врахування ризиків при формуванні механізмів управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є система організації

антикризового управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України.

Об'єктом дослідження є туристична сфера в умовах модернізації економіки України.

Структура даної роботи: містить вступ, три розділи, що поділяються на підрозділи, висновки та пропозиції, перелік інформаційних джерел, рисунки та таблиці. Перелік інформаційних джерел поєднує 100 літературних джерел.

У першому розділі розглянуто передумови та чинники розвитку туризму у Закарпатській області, а саме визначено сутність та склад соціально-економічних чинників розвитку туризму у регіоні, визначено їх вплив на сферу туризму, розглянуто особливості природно-ресурсної бази розвитку туризму у регіоні, окреслено основні складові ресурсного потенціалу даного регіону, структуровано та досліджено історико-культурні ресурси регіону як чинник розвитку туристичної діяльності. Також було визначено основні перспективні напрями щодо формування туристичного потенціалу регіону.

У другому розділі було проведено оцінку розвитку туристичної діяльності у Закарпатській області, виконано необхідні розрахунки, що внесені до таблиць, та проведено їх аналіз. Також здійснено характеристику організації туристичної діяльності у регіоні. Досліджено особливості розвитку туристичної інфраструктури у зазначеному регіоні. Разом з тим, визначено та досліджено основні напрями удосконалення розвитку туризму у регіоні.

При написанні кваліфікаційної роботи використовувалися загальнонаукові методи дослідження: метод діалектики, дедукції та індукції та конкретні методи: економічні, економіко-математичні, системного, логічного та порівняльного аналізу, статистичні методи дослідження діяльності підприємства, методи планування і прогнозування.

Інформаційна база дипломної роботи: законодавчі акти, публікації вітчизняних і зарубіжних науковців, підручники та посібники з організації туризму, економіки, стратегічного управління, статистичні збірники та інша документація.

Результати нашого дослідження та пропозиції зроблені на їх основі, можуть бути використаними не лише для Закарпатської області, але і для інших областей України.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ СФЕРОЮ

1. 1. Чинники формування кризових явищ на підприємствах туристичної сфери

Останнім часом в Україні, яка володіє значним туристичним потенціалом, спостерігається підвищений інтерес вчених та спеціалістів до проблем розвитку сфери туризму як високорентабельної галузі економіки та важливого засобу культурного розвитку громадян. Позитивно, що до цього питання зростає увага з боку державних та місцевих органів влади. Свідченням цього є прийнятий Верховною Радою України Закон «Про туризм» [5] та затверджена Кабінетом Міністрів Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року.

Розвиток туризму в Україні як і в будь-якій іншій країні світу, визначається дією безлічі чинників: соціальних, економічних, політичних, природних, історико-культурних, що у кожному окремому випадку мають чітко окреслену регіональну специфіку. Крім того, особливість сьогоденної ситуації полягає в тому, що формування високорозвинутої національної індустрії туризму та її інтеграція у світовий ринок туристичних послуг пов'язані з необхідністю вирішення гострих соціально-економічних проблем в період трансформації суспільно-економічних відносин.

Зважаючи на зазначене вище туризм сьогодні розглядається як національне явище сфери реалізації прав і потреб людини, як сфера технології реалізації потреб і попиту в ринкових умовах, як особливий сектор сучасної національної і регіональної економіки, як невід'ємна складова соціально-економічної політики держави і регіонів. Такий підхід до туристичної сфери вимагає всебічних та фундаментальних досліджень різноманітних аспектів її

формування та розвитку. Вагомий внесок у дослідження місць рекреації, методологію оцінки туристичного потенціалу та визначення соціально-економічної ефективності його використання, формування та реалізації туристичної політики зробили відомі українські вчені Адаменко О.М., Багров М.В., Балацький О.Ф., Веденічев Л.Ф., Генсірук С.А., Гринів Л.С., Долішній М.І., Євдокименко В.К., Жупанський Я.І., Живицький О.В., Жук П.В., Ігнатенко М.Г., Кравців В.С., Крачило М.П., Недашківська Н.Ю., Руденко В.П., Шаблій О.І. тощо [16].

Водночас процес безперервних суспільних перетворень в Україні та реформування економічних відносин у різних сферах актуалізували проблему вибору оптимальних шляхів розвитку національного та регіонального туристичного господарства. Це зумовлює не лише потребу в теоретичному осмисленні суті та змісту сфери туристичних послуг, а й актуалізує питання розробки науково обґрунтованих теорій та рекомендацій щодо формування ефективного ринкового механізму економічного регулювання і розвитку даної сфери, зокрема на регіональному рівні. Але в останні роки із розвитком проблеми коронавірусної інфекції COVID-19 підприємства туристичної сфери все частіше опиняються у кризовому стані, а із постійним поглибленням кризових явищ в Україні та світі виникає потреба у розвитку антикризових програм та заходів.

У розвитку соціально-економічних систем значну роль відіграє спосіб господарювання, виробництва та методи створення матеріальних благ і розподілу ресурсів. Оскільки будь-яка економічна криза впливає майже на усі сфери життєдіяльності суспільства, то важливо розглядати кризу у контексті тенденцій змін у функціонуванні підприємства з макроекономічних позицій. Кризові явища нерідко мають приховані причини їх виникнення, і саме такі причини обумовили розвиток теорій циклів, що впливають на соціально-економічну систему.

Усі теорії, що пояснюють циклічність виникнення кризових явищ, можна об'єднати у дві групи: екстернальні (зовнішні) та інтернальні (внутрішні).

Екстернальні теорії відображають цикли впливу зовнішніх чинників, таких як: війни, важливі політичні події, пандемії, демографічні ситуації тощо.

Інтернальні теорії спираються на функціонування внутрішнього механізму економічної системи, який дає поштовх до виникнення економічного циклу. Наприклад, якщо почався різкий стрибок економічного зростання, то у період невеликого проміжку часу буде виготовлено велику кількість нових капітальних благ. Через певний проміжок часу такі блага, як машини, устаткування, обладнання спрацьовуються, що потребує їх заміни, а це дасть поштовх до дефляційних процесів тощо [17].

Так, першочергова причина непостійних (змінних) коливань, на думку вчених, криється у зовнішніх чинниках, таких як: технічні нововведення, демографічна ситуація, політичні зміни, пандемії тощо [17]. А частота та регулярність циклів залежать від внутрішніх чинників, таких як: сукупні чисті інвестиції, темпи росту виробництва тощо. Отже, винаходи та відкриття безпосередньо не впливають на цикл, але їх економічне використання впливає на рівень ділової активності суб'єктів господарювання.

Автори теорії надмірного інвестування Ф. Хайєк та Л. Мізес переконані, що причиною виникнення циклів є надмірне інвестування, а не його недостатність, оскільки надмірне надходження інвестицій викликає диспропорції у системі господарювання підприємства, що у результаті може негативно відобразитись на його кінцевих показниках [40].

Оскільки розвиток ринкових відносин визначається не лише позитивними, але і негативними чинниками. Для діяльності суб'єктів господарювання непересічне значення має те, що зазначенні чинники проявляються лише після певного періоду часу, а їх вплив неминуче призводить до формування кризових явищ. Підприємства туристичної сфери економіки як жодні інші не здатні самотійно долати наслідки негативного впливу і часто потребують зовнішнього втручання. До цього додається також і несприятливий вплив погодно-кліматичних умов, від яких значною мірою залежать кінцеві результати суб'єктів туристичної сфери. Значна кількість

чинників негативного впливу не можуть бути усунені на підприємствах лише шляхом саморегуляції, отже, це об'єктивно вимагає адекватного управлінського втручання.

Саме такий спосіб активізації управлінського втручання зазвичай ґрунтується на використанні потужного туристичного потенціалу і є сьогодні найбільш реальним, враховуючи обмежені можливості держави у фінансовому забезпеченні розвитку туристичної сфери. Необхідність пошуку раціональних шляхів стимулювання туристичних процесів диктується також перспективою отримання економічної вигоди від функціонування туристичної індустрії, що може стати вагомим внеском у процесі оздоровлення всієї національної економіки.

Функціонування туристичних підприємств, як і будь-яких інших господарських одиниць, ґрунтується на принципах підприємницької діяльності, що зазначені у Господарському кодексі України. Нормативно-правова база туристичної діяльності регулюється як основним, так і спеціальним законодавством. Відносини у сфері господарювання (господарсько-виробничі, організаційно-господарські та внутрішньогосподарські), учасниками яких є туристичні підприємства регулюються основним законодавством, а саме: Конституцією України, кодексами та законами України, нормативно-правовими актами Президента України, Верховної Ради України та Кабінету Міністрів України, нормативно-правовими актами інших органів державної влади, органів місцевого самоврядування, а також іншими нормативними документами. Але, разом з тим, розвиток ринку туристичних послуг і відповідно його учасників регулюється спеціальним законодавством, до якого належить: Закон України «Про туризм», Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні», Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України «Про затвердження Плану заходів щодо реалізації Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року у 2017 році», Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» тощо [33].

Види та організаційні-правові форми, організаційна структура, управління, майно, господарські відносини туристичного підприємства з іншими підприємствами, громадянами, зовнішньоекономічна діяльність, соціальна діяльність туристичних підприємств мають відповідати положенням зазначеним у Господарському кодексі України, але правова база діяльності туристичної галузі відображена у Законі України «Про туризм». Даний нормативно-правовий документ є основоположним законодавчим актом і визначає основні правові, організаційні, освітні та соціально-економічні способи реалізації державної політики в туристичній галузі. Крім того, цей Закон створює умови для стимулювання ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, забезпечує оптимальний рівень державного регулювання процесу розвитку національного туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав громадян у разі здійснення туристичних подорожей. Разом з тим, даний документ є правовою основою для розробки комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, що регулюють туристичну діяльність. Ним встановлено основні аспекти раціонального використання туристичних ресурсів та визначено особливості регулювання відносин, пов'язаних із організацією і здійсненням туризму на території України. Даний Закон чітко визначає терміни «туризм», «турист», «туристичний продукт», «супутні туристичні послуги та товари», «характерні туристичні послуги та товари», «просування туристичного продукту», «місце продажу (реалізації) туристичних послуг», «місце надання туристичних послуг» тощо [5].

Функціонування туристичних підприємств в сучасних умовах ґрунтується на підтримці відповідної державної політики в галузі туризму щодо:

створення сприятливих умов для розвитку активних видів туризму;

будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих об'єктів туризму;

організація екологічних турів для забезпечення потреб туристів і відпочиваючих у високоякісних продуктах харчування;

забезпечення внутрішньої конвертованості туристичних послуг шляхом підвищення їх якості та розширення асортименту, поліпшення умов обслуговування туристів;

залучення коштів підприємницьких структур, суб'єктів туристичної діяльності для розвитку інфраструктури (шляхи, пункти пропуску, системи водопостачання та каналізації, зв'язок, служби сервісу);

проведення науково-дослідних, проектних і пошукових робіт з актуальних проблем розвитку рекреаційно-туристичних господарств, використання природного та історико-культурного потенціалу України;

вирішення питання щодо відкриття представництв із туризму за кордоном;

проведення до початку туристичного сезону обстеження існуючих об'єктів дорожнього сервісу на туристичних маршрутах із метою створення безпечних умов щодо транспортного обслуговування туристів;

удосконалення організації страхування співвітчизників, які подорожують територією України та за її межами;

формування наукового центру розвитку туризму.

Підтримка зазначених аспектів державної політики у галузі туризму базується на відповідній стратегії та тактиці.

Туристична стратегія це розробка загальної концепції розвитку і цільових програм, для реалізації яких необхідний час і грошові ресурси.

Туристична тактика – це конкретні дії та прийоми для досягнення поставленої мети у конкретно визначених умовах.

Основна мета концепції полягає у створенні сучасної високоефективної та конкурентоспроможної туристичної індустрії, яка забезпечить широкі можливості для обслуговування українських та іноземних громадян, а також значний вклад у розвиток соціальної економіки. Для практичної реалізації цієї мети визначено перелік заходів (туристична тактика), до яких можна віднести:

створення нормативно-правової бази розвитку туризму, що відповідає міжнародній практиці й директивам ЄС;

формування економічних механізмів стимулювання розвитку іноземного та внутрішнього туризму і залучення інвестицій у цю галузь;

введення жорсткої системи сертифікації і ліцензування туристичної діяльності, підготовку висококваліфікованих кадрів у галузі туризму тощо.

Зазначене вище, дозволяє зробити висновок, що розвиток туризму в Україні, у цілому та у Закарпатській області зокрема потребує визначення основних чинників, що на нього впливають.

Так до соціально економічних чинників розвитку туризму у регіоні можна віднести:

рівень добробуту та купівельну спроможність населення регіону;

рівень освіти у регіоні;

основні професії регіону;

соціальну політику у регіоні.

Для того, щоб визначити ступінь впливу того чи іншого соціально-економічного чинника на розвиток туризму у Закарпатській області, необхідно надати кожному із таких чинників певну характеристику.

Так, дані чинники можна умовно розподілити на генеруючі та реалізуючі. Генеруючі чинники дозволяють створювати попит на різноманітні форми відпочинку, визначають розвиток системи, циклів рекреаційної діяльності. Такі чинники, зазвичай, проявляються на макрорівні, визначаючи структуру рекреаційного потенціалу регіону. Вони можуть бути як територіально локалізовані, визначати територіальний поділ праці в сфері відпочинку і туризму, закріплювати рекреаційні функції за певними районами і місцевостями; так і носити нелокалізуючий характер, впливаючи на рекреаційні господарства в цілому, на національногосподарському рівні, так як пов'язані з суспільно-економічними процесами функціонування всього національногосподарського комплексу

У групі генеруючих чинників визначальну роль відіграють:

1. розвиток суспільного виробництва;
2. трудова діяльність;
3. потреба у відновленні працездатності та здоров'я.

Рекреаційні потреби формуються в залежності від соціально-економічних умов життя в регіоні, що і є ключовим чинником розвитку туризму у Закарпатському регіоні.

Розвиток суспільного виробництва та трудова діяльність щільно пов'язані один з одним. Зростання рекреаційних потреб і розвиток туризму визначаються також і розвитком матеріального виробництва. Розвиток нових технологій і автоматизація виробництва ведуть до корінного перетворення життєдіяльності Закарпатського регіону, зниження фізичних навантажень. Розширення виробництва передбачає зайнятість все більшої кількості працездатного населення у виробничій сфері.

Сучасна діяльність при обмеженій рухової активності людини супроводжується надмірним емоційним напруженням. Все це вимагає інтенсивного відновлення сил, яке може бути реалізовано в процесі активного відпочинку у Закарпатському регіоні.

Потреба у відновленні працездатності та здоров'я: зниження фізичної активності в процесі трудової діяльності посилюється незбалансованим харчуванням, коли надмірне споживання їжі поєднується з недостатньою фізичною активністю людини і надходження калорій перевищує витрати. У цілому гіподинамія і переїдання поглиблюються шкідливими звичками суспільства споживання (алкоголізм, тютюнопаління та ін) Ці причини призводять до скорочення тривалості життя, висуваючи рекреаційну діяльність в якості необхідної умови життєдіяльності.

До чинників, що реалізують рекреаційні потреби в розвитку туризму у Закарпанському регіоні відносяться такі, які сприяють залученню населення в різноманітні форми туризму; пов'язані з природними і культурно-історичними ресурсами туризму, а також соціально-економічними умовами життя населення.

До чинників, що реалізують динамічний розвиток туризму, сприяють широкій участі населення у різноманітних формах активного відпочинку і туристських подорожей відносять:

1. зростання матеріального і культурно-освітнього рівня життя;
2. зростання фонду вільного часу;
3. розвиток транспорту і комунікацій;
4. розширення сфери обслуговування;
5. розширення фонду рекреаційних територій

Матеріально-економічні умови людей, що проживають у Закарпатському регіоні, пов'язані з рівнем розвитку туризму, а саме з таким чинником як зростання чи зменшення доходів населення, що і визначає структуру туристського потоку.

Високий рівень розвитку суспільства безперервно пов'язаний з рівнем освіченості і високої духовної культурою населення. У Закарпатському регіоні рівень освіти досить високий, але складні соціально-економічні умови не дозволяють більшості населення задовольнити свої рекреаційні потреби. Розвитку туризму сприяє зростання культурно-освітнього рівня життя. За даними досліджень, з підвищенням рівня освіти зменшується частка осіб, які проводять відпочинок вдома.

Разом з тим, вільний час є однією з умов життя діяльності, сприяючи реалізації рекреаційних потреб і розвитку туризму. Вільний час – це частина неробочого часу, у межах якого відбувається відновлення і розвиток фізичних, інтелектуальних і духовних сил людини. вільний час у соціально-економічній та географічній літературі цю частину прийнято називати рекреаційним часом.

Отже визначивши основні чинники формування кризових явищ на підприємствах туристичної сфери, у наступному розділі нашої роботи нами буде визначено стан та проблеми розвитку підприємств сфери туризму.

1. 2. Стан та проблеми розвитку підприємств сфери туризму

Забезпечення сталого розвитку національної економіки неможливе без вирішення проблем функціонування підприємств туристичної сфери. Тому ми вважаємо за необхідне визначити стан та проблеми розвитку підприємств сфери туризму. Оскільки туристичні підприємства є невід'ємною частиною економічної системи України, то ми переконані у необхідності визначення даного поняття. Так, на нашу думку, економічну систему України слід розглядати як сукупність галузей національної економіки, які включають у себе абсолютно усі галузі національної економіки, які щільно, прямо чи опосередковано, пов'язані із сферою туризму, що закріплено у Законі України «Про туризм» у розділі «Організаційні форми та види туризму».

У своїй діяльності кожне підприємство туристичної сфери зіштовхується із певними труднощами при здійсненні власної господарської діяльності діяльності, що змушує його погоджуватися на не вигідні умови угод з посередниками. З одного боку, це певна можливість вижити у конкурентній боротьбі, а з іншого – ризик створення підґрунтя для розвитку у майбутньому кризових явищ. Про причини виникнення кризових явищ на підприємстві свідчать дані рисунку 1. 2. 1.

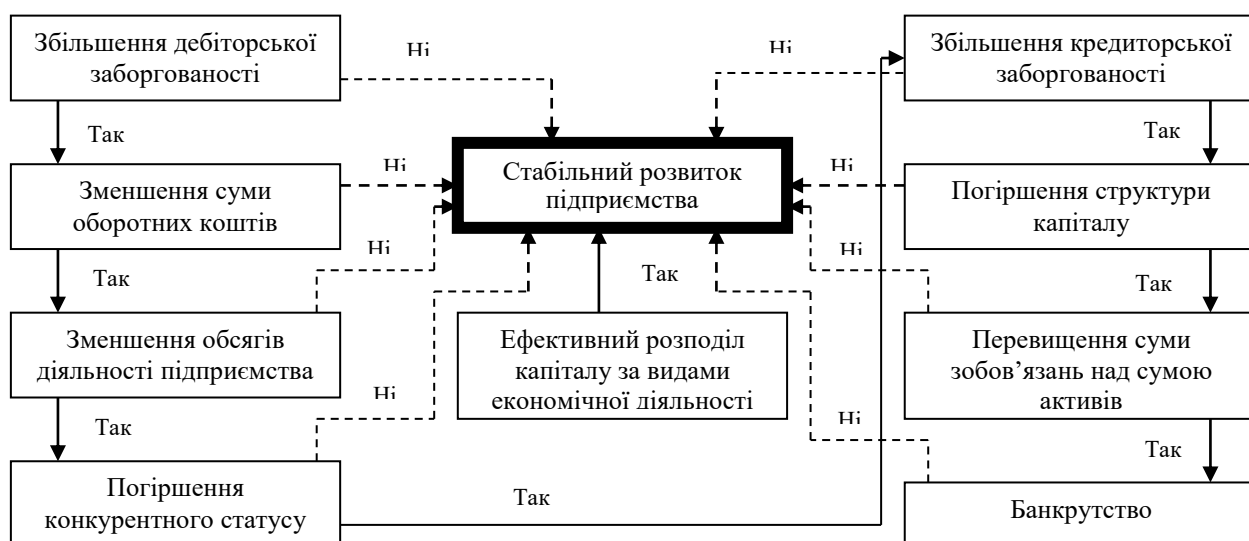


Рис. 1. 2. 1. Причини розвитку кризових явищ на підприємстві [запропоновано автором]

Як свідчать дані, наведені на рисунку 1. 2. 1, основними внутрішніми причинами виникнення кризи, за нашим переконанням, є збільшення суми дебіторської та кредиторської заборгованості, що негативно впливає на зміну структури капіталу підприємства. Також на даному рисунку зображено послідовність змін в економічній системі, які поступово призводять до виникнення кризових явищ.

Разом з тим, ми вважаємо за необхідне для покращення діяльності підприємств туристичної сфери економіки проводити навчання та перекваліфікацію працівників, що дозволить ефективніше використовувати наявні трудові ресурси.

Розглянувши причини виникнення кризи на підприємствах туристичної сфери, ми виявили низку проблем та недоліків, однією із яких є відмову ринку.

Відмова ринку – це такий стан, коли економічні закони не можуть регулювати процеси, що проходять на ринку [87].

Відмова ринку може виникнути у трьох випадках:

якщо, наприклад, на ринку присутнє лише одне підприємство туристичний оператор, тоді усі учасники не мають змоги співпрацювати з іншим, аналогічним, учасником ринку і вимушені платити таку ціну, яку встановив власник даного підприємства;

якщо на ринку виникають екстернальності, тобто такі ситуації, коли господарські рішення одного учасника ринку впливають або мають наслідки для інших;

якщо ринок потребує наявності суспільних послуг, це така ситуація коли неможливо виключити одного споживача (виробника) із процесу споживання товару і при цьому він за споживання товару не платить.

Розглянувши причини виникнення відмови ринку, ми переконані, що така проблема існує і в Україні. Сучасний етап розвитку ринку туристичних послуг та закони ринкової економіки не сприяють ефективному існуванню малих та середніх підприємств. Тому втручання держави у розвиток таких підприємств, на нашу думку, є необхідним, оскільки забезпечить малим підприємствам

доступ до необхідних ресурсів.

Але, на жаль, не завжди втручання держави оптимізує використання ресурсів, що залежить від ефективності рішень уряду.

Так, для прикладу можна розглянути розвиток туризму Закарпатській області. Відповідно до останніх даних зростає попит на місця в зимовий період, особливо в закладах, які облаштували гірськолижні траси з підйомниками. Набувають розвитку гірськолижний спорт (великі перспективи розвитку як в передгірній, так і в гірських зонах Закарпаття; у рекреаційних закладах області вже збудовано 37 підйомників на трасах різної протяжності та складності, надаються послуги з прокату лиж, санок, іншого оснащення) і сільський туризм (для сприяння розвитку такій формі туризму створена обласна спілка; «ростки» сільського туризму найактивніше розвиваються у Рахівському районі, та й взагалі закарпатське село славиться багатством природи і мальовничими ландшафтами).

Відповідно найбільш популярними для гірськолижного відпочинку є Великоберезнянський та Міжгірський райони. Серед гірськолижних центрів найдинамічніше розвиваються Боржавські полонини Міжгірського району та полонина Драгобрат Рахівського району. У 2003 р. на Боржавських полонинах встановлено найдовший в Карпатах швидкісний підйомник у с. Пилипець, який відразу ж став надзвичайно привабливим фактором для відпочинку в цій місцевості.

Потенційна загроза виникнення паводків у Закарпатті була завжди, оскільки цей регіон, як відомо, належить до зливонебезпечних регіонів Європи. Це пов'язано із специфічним фізико-географічним розташуванням області; тут випадає значна кількість опадів, яка в окремі періоди може становити 150-300 мм на добу (це двомісячна норма). Слід зазначити, що паводки є періодичним природним явищем, однією із складових нормального функціонування екосистем взагалі. Для гірських річок Карпат паводки різного походження та різної висоти характерні протягом усього року і можуть повторюватися 4-5 разів на рік. Інша річ, що їх потужність не повинна бути катастрофічною і

непрогнозованою.

Однак існують не лише природні причини паводків, деякі з них викликані втручанням людини, мають антропогенний характер. Найважливіші антропогенні чинники паводків такі:

значне зниження у другій половині ХХ ст. лісистості басейнів гірських річок, інтенсивна лісоексплуатація у післявоєнні роки (переруби в 2-3 рази розрахункової лісосіки, зрідження лісостанів окремих захисних площ, порушення вікової структури лісів, заліснення зрубів монокультурами тощо);

неприйнятна технологія лісозаготівель тракторним трелюванням та транспортуванням деревини, яка останніми десятиріччями домінує;

нераціональне використання полонин, знищення деревочагарникової рослинності на них, пониження верхньої межі приполонинського лісу з 1400 до 1200 м;

недостатній догляд за руслами річок і заплавами (наноси, загати, захаращення, ненадійне берегоукріплення).

Справді, сьогодні всі лісокористувачі так захопилися заготівлею та продажем лісу, що в гонитві за прибутками їм ніколи займатися збереженням і примноженням лісів. Це підтвердили перевірки в Березівському, Мукачівському, Рахівському та інших лісгоспах, проведені у 2019 році, коли через низьку якість лісгосподарських робіт посадки існують лише на папері, а насправді ростуть лише низькоякісні породи та чагарники. Окрім цього, промислові рубки проводяться з грубими злочинними порушеннями (не в зимовий період); нині здебільшого спостерігаємо суцільні літні вирубки із трелюванням за допомогою важких гусеничних тракторів, що руйнують поверхневий шар ґрунту і знищують памолодь у лісі, без якого неможливе природне поновлення цього лісу. Серед інших важливих чинників, що сприяють виникненню катастрофічних паводків, є трелювання деревини по руслах річок та по схилах, яке спричиняє пошкодження і деформацію русел, ерозію ґрунтів. У результаті все це призводить до зменшення водорегулювання та забруднення річок.

Виходячи з цього, слід чітко викоремлювати особливості та проблеми розвитку туристичної сфери кожного окремого регіону і лише після цього можна організувати систему економічної стійкості підприємства.

Економічною стійкістю підприємства, в економічній літературі прийнято називати здатність втілювати, незважаючи на вплив зовнішніх і внутрішніх чинників власну стратегію, результатом якої має бути досягнення максимальних результатів за умови оптимального використання наявного ресурсного потенціалу.

Під економічною стратегією підприємств сфери туризму слід розуміти сукупність принципів і прийомів економічно ефективного досягнення встановлених підприємством стратегічних орієнтирів з урахуванням його ресурсного потенціалу та особливостей організації туристичного бізнесу.

Складовими формування стійкого економічного стану підприємств туристичної сфери можуть бути (рис. 1. 2. 2):

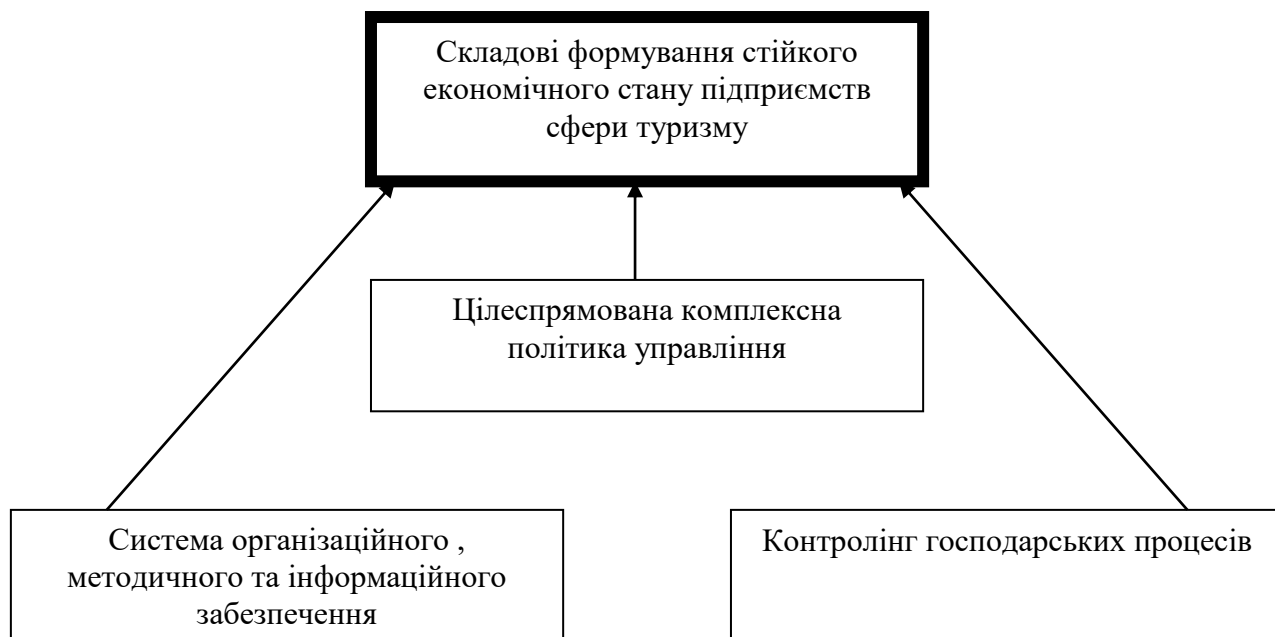


Рис. 1. 2. 2. Складові формування стійкого економічного стану підприємств сфери туризму [узагальнено автором]

Як свідчать дані, наведені на рисунку 1. 2. 2, складові формування стійкого економічного стану підприємств туристичної сфери пов'язані з цілеспрямованою комплексною політикою управління, системою контролінгу господарських процесів. При опрацюванні політики управління формуванням

економічної стійкості підприємства перспективним напрямком варто вважати підвищення ефективності господарської діяльності на основі створення інтегрованих туристичних маршрутів із використанням наявного туристичного потенціалу кожного окремого регіону. Складові стійкого економічного стану мають бути сформованими на основі центрів відповідальності, які створюються у межах єдиної організаційної структури підприємства. Важливу роль відіграє система контролінгу, яка реалізується через ефективне оперативне управління шляхом порівняння низки планових і фактичних показників, виявлення відхилень між ними, визначення їх причин і опрацювання певних корекційних управлінських дій з метою впливу на вузлові внутрішні чинники нормалізації діяльності.

Досягнення економічної стійкості є результатом ефективної діяльності підприємства. Але, на нашу думку, лише окремі види ефективності можуть гарантувати економічно стійкий розвиток підприємств сфери туризму, про що свідчать дані, наведені на рисунку 1. 2. 3.



Рис. 1. 2. 3. Види ефективності туристичної сфери за окремими ознаками [54]

Як свідчать дані, наведені на рисунку 1. 2. 3, ефективність туристичної сфери класифікують за чотирма класифікаційними ознаками. У свою чергу, відповідні види ефективності виокремлюються переважно за різноманітністю одержуваних результатів господарської діяльності туристичного підприємства.

Ефективність туристичної сфери залежить від методів побудови системи управління туристичним підприємством підприємством. В економічній літературі існують такі основні методи побудови системи управління підприємством [91]:

системний аналіз є методичним засобом системного підходу до вирішення проблем удосконалення системи управління підприємством. Системний підхід передбачає вивчення системи управління підприємством у цілому, а також складових її компонентів, цілей, функцій, організаційної структури, технічних засобів, методів, технології управління, управлінських рішень на виявлення багатосторонніх типів зв'язків цих компонентів між собою і зовнішнім середовищем та зведенням їх в єдину цілісну картину;

метод структурних цілей, що передбачає кількісне і якісне обґрунтування цілей підприємства у цілому і цілей системи управління персоналом, з точки зору їх відповідності цілям організації. При структуризації цілей має бути забезпечений взаємозв'язок, повнота, відповідальність цілей різних рівнів управління, тобто у даному випадку на скільки цілі управління відповідають стратегічним цілям організації;

експертно-аналітичний метод удосконалення управління ґрунтується на залученні висококваліфікованих працівників для управління підприємством. За допомогою цього методу виявляються основні напрямки удосконалення управління підприємством, оцінки результатів аналізу і причини недоліків;

метод функціонально-вартісного аналізу дозволяє вибрати такий варіант побудови системи управління підприємством, який потребує найменших витрат і є найбільш ефективним із точки зору кінцевих результатів. Він дозволяє виявити зайві або дублюючі функції управління, а також функції, які не виконуються;

метод екстраполяції базується на досвіді попереднього періоду даної системи управління або на досвіді інших аналогічних систем;

метод аналогій, який полягає у застосуванні організаційних форм, які виправдали себе у функціональних системах управління підприємством з подібними господарськими характеристиками;

метод творчих нарад передбачає комплексне обґрунтування шляхів розвитку системи управління підприємством групою спеціалістів і керівників. Ефективність даного методу полягає у тому, що ідеї, викладені однією людиною, викликають у інших учасників нові ідеї;

метод колективного блокноту дозволяє поєднати незалежне висування ідеї кожним експертом з послідуною колективною оцінкою цих ідей на нараді з приводу пошуку шляхів удосконалення системи управління підприємством.

Отже визначивши основні проблеми розвитку підприємств туристичної сфери у наступному розділі дипломної роботи ми розглянемо світовий досвід забезпечення ефективного управління туристичними підприємствами.

1. 3. Світовий досвід забезпечення ефективного управління туристичними підприємствами

Через відсутність ефективного управління, стан підприємств сфери туризму на початку XXI століття зберігає тенденцію до розвитку кризових явищ, а туристичний потенціал України використовується лише частково. На протязі останнього часу у сфері туризму відбулися значні зміни щодо реформування підходів до розвитку туристичної сфери. Такі зміни створили умови переходу до нових організаційно-правових форм підприємств туристичної сфери, а це, у свою чергу, забезпечило зміну традиційних форм організації та управління такими підприємствами. Якщо раніше підприємства сфери туризму були орієнтовані на нарощування обсягів наданих послуг лише

під адміністративним тиском, то сьогодні у них формується економічна зацікавленість.

Для стабілізації діяльності туристичним підприємствам сьогодні потрібна підтримка платоспроможним попитом населення. Господарська практика доводить, що підприємство буде ефективно працювати лише у тому випадку, якщо матиме гарантований збут своєї продукції. Проте не кожне підприємство має необхідний потенціал для створення таких можливостей, що пов'язане із прийняттям ефективних управлінських рішень. Разом з тим, проблема забезпечення економічної безпеки потребує прийняття рішень в умовах невизначеності.

Зважаючи на це, проблема забезпечення ефективного управління підприємствами сфери туризму залишається актуальною і потребує опрацювання нових підходів до її вирішення.

Розглянемо детальніше результати практичного досвіду ведення туристичного бізнесу в країнах центру світового туристичного простору, до складу яких входять економічно високорозвинені держави, зі сформованою системою міжнародного туризму та комплексною туристичною спеціалізацією.

Історично склалося так, що до даного типу належать традиційно туристичні країни світу, які характеризуються функціональною різноманітністю та стабільними пропорційними структурами. США – країна-лідер на світовому туристичному ринку, яка займає перше місце по доходам від міжнародного туризму друге місце по туристичним витратам та третє місце по міжнародним туристичним прибуттям. Розвитку туристичної індустрії США сприяє туристичний потенціал цієї країни. США – велика держава, яка знаходиться зразу в трьох часових поясах. Дана країна володіє високорозвиненою, транснаціоналізованою, модернізованою індустрією туризму. Стабільний розвиток економіки США передбачає тенденції та напрямки розвитку економік інших країн світу. Завдяки діяльності американських туроператорів, турагентів, готелів та ресторанів, системи авіасполучення, відомих компаній по оренді автомобілів, високорозвиненій

інфраструктурі робить можливим виробництво та реалізацію туристичних продуктів, відомих на весь світ. Основою розвитку туристичної індустрії в США, її двигуном є економічне благополуччя громадян, тобто можливість витратити на туризм великі кошти. Внутрішній туризм США вказує на те, що американці 95% туристичних поїздок здійснюють по країні, лише 5% – за кордон. Чисельність таких поїздок постійно зростає, так у 2019 році доходи американської туристичної індустрії сягли 554,5 млрд. дол., 490 млрд. дол. – це доходи від внутрішнього туризму та 64,5 млрд. дол. – це доходи від міжнародного туризму. За цілями подорожувань 82% займає відпочинок та 12% бізнес. В'їзний туризм в США за останні роки характеризується деяким спадом. Туристичний ринок США представлений малим бізнесом – 95% працюючих фірм: турагентства, мотелі, туроператори. На вершині туристичного «айсбергу» американські ТНК – готельні сітки, корпорації в індустрії розваг, провідні авіакомпанії. Державне регулювання туристичного ринку США практично відсутнє. Хоча в 1996 році була створена Служба у справах індустрії подорожей та туризму, яка визначає стратегію розвитку американського туризму. Важливу роль в покращенні діяльності туристичної індустрії в США здійснює ТІА – некомерційна організація, яка проводить дослідження туристичного ринку. Головна проблема в розвитку галузі – відсутність централізованого регулювання, координування діяльності туристичних підприємств, яке могло б вплинути на досягненні економічного зростання.

Англія – країна зародження туризму, для неї характерний високий рівень розвитку туризму. В індустрії туризму зайнято 2,2 млн. ос. – 7,4% від загальної кількості працюючих, це більше, ніж у галузі будівництва та транспорту. У 2018 році обсяги в'їзного туризму склали 14,2 млрд. ф. ст. (5 місце в світі), об'єми внутрішнього туризму склали – 61 млрд. ф. ст. В географії туризму найбільша кількість іноземних туристів відвідують Лондон з діловим поїздками. В 1998 році було створено комітет «Panel 2000» , метою якого є розробка нового туристичного іміджу країни. В 2003 році Британська

туристична адміністрація та Англійська рада з туризму створили нову організацію під назвою – VisitBritain – сітку, яка складається із 27 зарубіжних офісів, які забезпечують 88% туристичних відвідувань Англії. Головне завдання VisitBritain просування національного туристичного продукту шляхом проведення реклами туристичних особливостей та маркетингових кампаній. VisitBritain фінансується Міністерством культури, засобів масової інформації та спорту Великобританії. Результати широкомасштабної кампанії вже відчутні, адже країну відвідало у 2019 році 32,2 млн. людей, надходження від в'їзного туризму склали – 15,4 млрд. ф. ст.

Франція – популярна класична країна туризму. Вона приймає 10% міжнародних потоків. В економіці країни туризм відіграє велике значення – частка туризму 6% ВВП країни (частка сільського господарства – у 2 рази менше). В індустрії туризму зайнято 1 млн. працюючих. Вигідне географічне положення, потужний туристичний потенціал визначають Францію як туристичний регіон світу. Пріоритетний розвиток у Франції отримали внутрішній та в'їзний туризм. Внутрішній туризм у 2018 році склав 1 млрд. ночівель – французи віддають перевагу відпочинку у рідній країні. В'їзний туризм представлений в 2019 році 19,5% поїздок. Найбільшу частку займає туристи з Англії. Виїзний туризм представлений у 2018 році 20 млн. туристичних поїздок, зокрема традиційними напрямками виїздів французів є Іспанія та Італія. Державне регулювання туристичної діяльності у Франції має складну організаційну структуру. Міністр туризму, наділений контролюючими та аудиторськими повноваженнями, керує галуззю туризму у Франції. Наступне місце в ієрархії займає Генеральна інспекція по туризму, яка контролює за діяльністю туристичних організацій в країні, оцінює ситуацію на туристичних ринках світу. У Франції створено Національну туристичну адміністрацію – Управління туризмом, що проводить державну політику в сфері туризму. Об'єднання «Будинок Франції» це організація, яка зацікавлена у розвитку внутрішнього та в'їзного туристичних потоків, що вплине на збільшення доходів від туризму. Організація «ОДІТ Франс» створена при міністерстві

туризму та проводить дослідження діяльності туризму, моніторинг туристичного ринку, надання консалтингових послуг та проведення експертизи туристичних проектів. Діяльність туристичних підприємств, які працюють під маркою якості, жорстко контролюється шляхом проведення аудиторських перевірок. Франція відіграє важливу роль в діяльності міжнародних організаціях.

Японія – країна загадкова та унікальна. Ресурсний потенціал країни є різноманітний: природні, рекреаційні, культурно-історичні ресурси, які дозволяють відпочити, поспілкуватися, насолодитися природою, культурою та найновітнішими науково-технічними досягненнями. Внутрішній туризм – найпопулярніший вид туризму японців. У 2018 році було зареєстровано 269 млн. поїздок, з яких 55% здійснювались з туристичними цілями. Подорожі – найулюбленіше заняття японців. Стрімкий темп життя, реальне втілення науково-технічних досягнень, величезні інформаційні та людські потоки, швидкістю тісно переплітаються з естетичним сприйняттям природи та наслідуванням традицій. Міжнародний туризм в Японії почав активно розвиватися з другої половини ХХ століття. Виїзний туризм розвивається дуже швидкими темпами, оскільки 90% населення Японії представники середнього класу, з високим рівнем доходу. Географія туристичних потоків із Японії охоплює країни Європи, Тихоокеанського басейну. В'їзний туризм в Японії представлений в основному за рахунок туристів з Азії, Північної Америки, країн Європи. Державне регулювання туристичної діяльності в Японії направлене на підвищення стандартів якості обслуговування та безпеки в сфері туризму. В Японії прийнятий Основний закон про туризм, який є важливим чинником формування та покращення територіальної структури, регіонального розвитку туризму. Політика в сфері туризму в Японії формується Радою з туристичної політики, яка координує діяльність всіх туристичних організацій країни і пропагує туризм на державному рівні. Важливим кроком у розвитку туристичного бізнесу Японії є прийняття в 1991 році Міністерством транспорту широкомасштабної програми з назвою «Двосторонній туризм ХХІ», яка

зосереджена на досягненні взаємовідносин між народами шляхом розширення туристичних потоків та особистих контактів між громадянами різних країн. Високий ресурсний потенціал, наявність резервів розвитку туризму в Японії позитивно впливають на розвиток туристичної індустрії.

Іспанія – це країна, яка займає друге місце за популярністю після Франції з точки зору міжнародних туристів. У 2018 році показники туристичної діяльності в Іспанії зросли, зокрема кількість туристичних потоків зросла на 1,4%. Оцінка в'їзного, внутрішнього туризму та міжнародного туризму склала 11,8% ВВП. Основною метою відвідування Іспанії серед туристів є розваги та відпочинок. Ключовим джерелом туризму в Іспанії є туристи з Великобританії, Німеччини, Франції. Серед різноманіття туристичних продуктів даної країни лідируючі позиції займає пляжний туризм – Балеарські та Канарські острови. Туризм в Іспанії в даний момент знаходиться під контролем Міністра по торгівлі та туризму в складі міністерства економіки та фінансів, який є директором Інституту туризму, національної організації туризму (НТО). Концепція політики в сфері туризму представлена в «Єдиному плані з підвищення якості в сфері туризму Іспанії», який було прийнято ще у 2000 році. Мета даного плану: укріплення позицій лідерства Іспанії в галузі туризму в перспективі; збільшення дохідності; соціокультурна та екологічна стабільність туристичної діяльності; рівномірний розвиток туризму в регіонах Іспанії; збільшення зайнятості в сфері туризму; ухвалення туризму як ключового сектора національної економіки. Інститут по дослідженню туризму в Іспанії включає в себе дослідження в'їзного туризму, Frontur (проведення такого дослідження коштує 1,1 млн. фунтів стерлінгів в рік), який оцінює показники туристичної діяльності жителів Іспанії.

Канада – країна, яка пропонує велику різноманітність туристичних послуг, володіє розвинутою структурою міського туризму, культурними об'єктами. Канадський туризм завжди буде мати велику підтримку з боку сильного внутрішнього попиту. Найбільшу частку ринку Канади складають безпосередньо канадці, які забезпечують 70% всіх туристичних витрат.

Внутрішній ринок є найбільш потужним сектором канадського ринку. Міжнародний туризм забезпечують в Канаді туристи із США, Великобританії, Японії, Франції, Німеччини. В Канаді туризм входить до списку зобов'язань міністерства промисловості Канади. Завдяки Канадській Комісії з туризму покращується створення динамічної економіки, яка забезпечує велику кількість робочих місць; підтримує великий ріст комерційної діяльності завдяки підвищенню продуктивності праці; забезпечується стабільне економічне, екологічне та соціальне майбутнє Канади.

Виходячи із зазначеного вище, ми пропонуємо розглянути моделю управління підприємствами туристичної сфери у різних країнах, дані наведено у таблиці 1. 3. 1.

Таблиця 1. 3. 1

Модель	Країна застосування	Характеристика моделі
Перша модель (ринкова)	США	Така модель управління індустрією туризму була реалізована в США у 1997 році, коли було ліквідовано державну структуру U.S.Travel and Tourism Administration (USTTA), яка відповідала за розвиток туризму в країні. Однією із причин ліквідації організації було скорочення витрат федерального бюджету, стійкі позиції американської туристичної галузі на міжнародному рівні (туристична привабливість), а також наявність потужних приватних підприємств, які здатні ефективно самостійно здійснювати маркетингові заходи для реклами усього національного туристичного ринку та привабливості іноземних туристів. Переважають інструменти непрямого впливу.
Друга модель	Єгипет	Єгипет є лідером серед країн на африканському континенті за відвідуванням туристів. Розвиткові туристичної індустрії сприяло прийняття державною владою закону, який надав право іноземним компаніям, зокрема американським та британським підприємствам, вкладати свої кошти у промисловість, енергетику, туризм, транспорт і міське господарство, що призвело уже через 15 років до високих показників. Так, доходи від туризму перевищували доходи від судноплавства в Суецькому каналі та становили 2 млрд дол. США. Таку туристичну політику уряду називали «інфітах». Найбільш використовуваними інструментами є прямі.
	Туреччина	Подібним чином розвивалася туристична галузь у Туреччині, де урядом було розроблено п'ятирічні плани, а до бюджету з кожним роком збільшувалися надходження. В урядових планах туризм проголошувався галуззю, що має приносити прибутки до бюджету країни, а узбережжя Балікесир та Анталья були визнані пріоритетними для розвитку туристичної

Модель	Країна застосування	Характеристика моделі
		<p>інфраструктури.</p> <p>Так, на початку 1980 років було прийнято Закон про заохочення, у якому йшлося про стимулювання туристичного бізнесу в країні, встановлювалися пільгове кредитування та пільги на тарифні ставки щодо водопостачання, енергетику та газ, звільнювали суб'єктів туристичної діяльності від податків та мит. Крім того, урядом було взято курс на розвиток приватного сектору шляхом приватизації, відмови від регулювання цін, у результаті чого почали створюватися вільні економічні зони. Так, залучивши іноземні інвестиції (переважно німецькі) було побудовано та реконструйовано готельні комплекси, транспорті сполучення, особливу увагу звертаючи сфері обслуговування, підвищення кваліфікаційного рівня робітників. Спостерігається поєднання інструментів прямого і непрямого регулювання туристичною діяльністю.</p>
Третя модель	Франція	<p>Питаннями державного регулювання туристичної діяльності вирішує Міністерство транспорту та суспільних робіт, а також Рада з туризму при міністерстві, агентство туристичного інжинірингу, національна наглядова рада з туризму, Національне агентство з питань відпускних подорожей, Національний комітет з процвітання Франції. Французька асоціація «Maison de la France» займається просування вітчизняного туристичного продукту на міжнародному рівні, вміщуючи у собі понад 200 співробітників, налічуючи 31 представництво у 26 країнах світу. Асоціація була створена на початку 90 років XX ст. на підставі угод про партнерство між місцевими адміністраціями, туристичними фірмами та організаціями, а також готелями. Переважають інструменти прямого впливу.</p>
	Велика Британія	<p>Туристичну діяльність у Великій Британії регулює Міністерство культури, засобів масової інформації та спорту, до складу якої входить орган «VisitBritain», який здійснює координацію туристичної діяльності, залучення іноземних туристів до країни, надає платні консалтингові послуги, займається маркетинговою діяльністю щодо просування туристичного продукту на міжнародні ринки, здійснюючи рекламні заходи (відеофільми, відеоролики, путівники для мандрівників, тощо). Застосування непрямих інструментів державного регулювання туристичною діяльністю у Великій Британії.</p>
	Італія	<p>З метою розвитку туристичної сфери та сфери гостинності в Італії прийнято Закон з розвитку та удосконалення туризму, де чітко виділені органи управління туристичною галуззю, зазначено класифікацію готельного господарства, умови щодо здійснення тур операторів визначаються заходи щодо державної підтримки даної галузі в країні. В Італії спостерігається застосування прямих інструментів впливу держави на туристичну галузь.</p>
	Іспанія	<p>Туристична індустрія Іспанії активного розвитку набула у 1960 - х рр., коли уряд визнав туризм основним сектором розвитку</p>

Модель	Країна застосування	Характеристика моделі
		економіки країни, проводячи політику заохочення, стимулюючи будівництво готельних комплексів шляхом надання позик, створюючи сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій, підтримуючи приватний сектор, що призвело за 10 років до збільшення туристичних потоків у четверо. Туристичну діяльність у країні регулює Міністерство економіки, основними завданнями якого є ліцензування та сертифікація послуг, розробка стратегії розвитку туристичного національного продукту, а також інші підлеглі до нього установи, зокрема: державний секретаріат з питань торгівлі, центральна дирекція з туризму, готельна мережа «Paradores» та інститут туризму «Turespasa», який згідно із даними фінансується із державного бюджету. Переважають інструменти непрямого впливу державного регулювання туристичною діяльністю в Іспанії.
Четверта модель (змішана)	Малайзія	туризм є третім за важливістю джерелом надходжень для країни; туристична політика здійснюється Комітетом по розвитку туризму, що створений при Кабінеті Міністрів Малайзії та включає до свого складу профільні міністерства, представників туристичної індустрії, керівництво національних туристичних компаній (нині Міністерство туризму). Інструментами здійснення державної підтримки розвитку туристичної діяльності в країні є непрямі методи, а саме: спрощення візового режиму, підвищення кваліфікації робітників туристичної та суміжних сфер (митниця, імміграційна служба, служба безпеки країни, адже перше враження у туриста формується уже при реєстрації в країні), звільнення перші п'ять років від сплати податків усіх новозбудованих готельних комплексів.

Як свідчать дані таблиці 1. 3. 1, Перша модель представляє собою відсутність централізованого органу - центральної туристичної адміністрації, а усі питання вирішуються на принципах ринкової «самоорганізації». Дана модель використовується у тому випадку, коли суб'єкти туристичної діяльності здатні вирішувати проблеми самостійно, або коли туристична індустрія для національної економіки великої ролі не відіграє. Представником цієї моделі є США.

Друга модель передбачає наявність міністерства, як сильного та авторитетного центрального органу, який здійснює контроль над усіма туристичними підприємствами країни. Інструментарієм державного управління є: фінансові вкладення, рекламна та маркетингова діяльність, залучення

інвестицій в туристичну індустрію, адже країни, де застосовується дана модель управління туристичною діяльністю є небагатими. Представниками даної моделі є країни з перехідною економікою та країни, що розвиваються, в яких туризм є одним із основним джерел надходжень у бюджет. Це Єгипет, Мексика, Туреччина, характеризуються багатим історичним та природнім потенціалом, що має бути підтримано на державному рівні.

Третя модель державного регулювання туристичної діяльності називається «європейською», адже представниками є розвинені європейські держави, а саме: Франція, Іспанія, Велика Британія, Італія, на частину яких, згідно із даними ВТО, припадає близько 1/3 світових туристичних прибутків. Питання розвитку туристичної діяльності вирішуються в міністерстві на рівні відповідного галузевого підрозділу, який відповідає за розвиток туризму в країні, а свою діяльність спрямовує у двох напрямках:

- вирішення загальних питань державного регулювання: розробка нормативно-правової бази, координація діяльності регіональної представницької й виконавчої влади, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, збирання й обробка статистичної інформації;
- координація маркетингової діяльності: участь у виставках і міжнародних об'єднаннях у туристичній сфері, управління туристичними представництвами своєї країни за кордоном та ін. [53].

У даній моделі центральне місце займає співробітництво та взаємодія адміністративних органів влади із приватним сектором, що в результаті спричиняє появу змішаних за формою власності інститутів у туристичній сфері - державно-приватного партнерства [26], що найбільш вдало реалізовано в Італії, Фінляндії, Великій Британії.

Світова практика виділяє ще четверту модель державного регулювання розвитку туристичної діяльності (змішану), що передбачає створення комбінованого міністерства, яке охоплює разом із туристичною діяльністю ще й інші суміжні галузі. Характерними ознаками четвертої моделі державного регулювання є визначення туристичної галузі пріоритетною для країни, чіткий

розподіл повноважень між центральною та регіональною туристичними адміністраціями. Представником такої моделі може бути організація туристичної діяльності в Індії та Малайзії.

Розглянувши існуючі моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності, автором відзначено, що саме третя модель участі держави у розвитку індустрії туризму є прийнятною для України, оскільки нашою країною вибрано європейський вектор розвитку, побудова демократичного суспільства.

Отже розглянувши теоретико-методологічні аспекти антикризового управління туристичною сферою, у наступному розділі дипломної роботи ми спробуємо провести діагностику функціонування туристичної сфери в умовах модернізації економіки України.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

2. 1. Особливості організації туристичної діяльності в окремих регіонах України

Визначивши у попередньому розділі теоретико-методологічні аспекти антикризового управління туристичною сферою, ми спробуємо розглянути особливості організації туристичної діяльності в окремих регіонах України.

Особливість визначення резервів розвитку туризму у регіоні, полягає у тому, що функціонування туристичних підприємств та їх наявність не завжди свідчить про ефективність використання усього наявного потенціалу. Тому важливим на початковому етапі є визначення конкурентного середовища та розміру ринку туристичних послуг в окремих регіонах України, що дасть змогу визначити наявний туристичний потенціал.

На нашу думку, важливе значення для формування заходів розвитку туристичного потенціалу туристичної сфери України, має кількість підприємств сфери туризму та підприємств, що обслуговують сферу туризму, це дає уявлення про наявний туристичний потенціал, а відтак і про можливість чи необхідність його розвитку. Відповідно відсутність підприємств сфери туризму свідчатиме про слабкий або відсутній туристичний потенціал, що у свою чергу дозволить зробити висновок що даний сегмент заміщено іншим прибутковим видом господарської діяльності.

Виходячи із зазначеного вище, ми проаналізуємо кількість суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб) за регіонами України та спробуємо визначити місце Закарпатської області на ринку туристичних послуг України, дані наведено у таблиці 2. 1. 1.

Таблиця 2. 1. 1

Показники кількості суб'єктів туристичної діяльності (юридичні особи) за регіонами України за 2016 – 2018 рр. [28]

(од.)

Регіон	Роки:			Відхилення:			
				абсолютне (+; -)		відносне, %	
	2016	2017	2018	2018/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2016	2018/ 2017
Україна	1838	1743	1833	-5	90	99,73	105,16
Вінницька	30	27	25	-5	-2	83,33	92,59
Волинська	21	23	19	-2	-4	90,48	82,61
Дніпропетровська	117	118	119	2	1	101,71	100,85
Донецька	24	22	31	7	9	129,17	140,91
Житомирська	16	14	16	0	2	100,00	114,29
Закарпатська	35	31	28	-7	-3	80,00	90,32
Запорізька	66	63	62	-4	-1	93,94	98,41
Івано-Франківська	36	34	34	-2	0	94,44	100,00
Київська	39	39	45	6	6	115,38	115,38
Кіровоградська	14	12	13	-1	1	92,86	108,33
Луганська	7	7	8	1	1	114,29	114,29
Львівська	149	159	142	-7	-17	95,30	89,31
Миколаївська	29	23	18	-11	-5	62,07	78,26
Одеська	157	140	135	-22	-5	85,99	96,43
Полтавська	17	17	15	-2	-2	88,24	88,24
Рівненська	26	26	27	1	1	103,85	103,85
Сумська	20	19	18	-2	-1	90,00	94,74
Тернопільська	19	17	20	1	3	105,26	117,65
Харківська	90	84	83	-7	-1	92,22	98,81
Херсонська	15	14	16	1	2	106,67	114,29
Хмельницька	27	26	25	-2	-1	92,59	96,15
Черкаська	25	24	27	2	3	108,00	112,50
Чернівецька	36	38	39	3	1	108,33	102,63
Чернігівська	17	15	12	-5	-3	70,59	80,00
м. Київ	806	751	856	50	105	106,20	113,98

Як свідчать дані таблиці 2. 1. 1, у 2018 р. порівняно із 2016 р. кількість суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб) зменшилася на 5 од. або на 0,27 %. Дане зменшення є невеликим, але свідчить про негативні зміни, оскільки в основному, відповідно до даних таблиці 2. 1. 1, таке зменшення відбулося у найбільших туристичних регіонах України. Так, нами визначено зменшення кількості суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб) у таких

областях: Вінницька (5 од. або 16,67 %), Волинська (2 од. або 9,52 %), Закарпатська (7 од. або 20 %), Запорізька (4 од. або 6,06 %), Іванофранківська (2 од. або 5,56 %), Кіровоградська (1 од. або 7,14 %), Львівська (7 од. або 4,7 %), Миколаївська (11 од. або 37,93 %), Одеська (22 од. або 14,01 %), Полтавська (2 од. або 11,76 %), Сумська (2 од. або 10 %), Харківська (7 од. або 7,78 %), Хмельницька (2 од. або 7,41 %), Чернігівська (5 од. або 29,41 %). Отже нами визначено, що найвищі темпи зменшення кількості суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб) у 2016 – 2018 рр. відбулися у Закарпатській області, Миколаївській області та Чернігівській області що склало 20 %, 37,93 % та 29,41 % відповідно. Але поряд із негативними змінами є і позитивні так у низці областей України було виявлено збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб), особливо у таких областях як Дніпропетровська, Донецька, Київська, Луганська, Рівненська, Тернопільська, Херсонська, Черкаська, Чернівецька та м. Київ на 1 %, 29,1 %, 15,38 %, 14,29 %, 3,85 %, 5,26 %, 6,67 %, 8 %, 8,33 % та 6,2 % відповідно. Та незважаючи на це, дане збільшення повністю нівелюється темпами та кількістю зменшення суб'єктів туристичного бізнесу, що були нами виявлені вище. Разом з тим, цікавим є те, що у Житомирській області змін у кількості суб'єктів туристичної діяльності протягом 2016 – 2018 рр. не відбулося.

Зважаючи на зменшення кількості юридичних осіб зайнятих у сфері туризму, слід за наші переконанням провести аналіз показників наявності суб'єктів туристичної діяльності (фізичних осіб-підприємців). Провівши даний аналіз ми зможемо виявити або заміщення часток ринку туристичних послуг, що вивільнилися за рахунок зменшення кількості юридичних осіб, або поглинання цих часток іншими учасниками ринку. Відповідно до цього у подальшому написанні дипломної роботи, можливо буде виявити необхідні резерви для розвитку ринку туристичних послуг у цілому та Закарпатської області зокрема. Тому поглиблюючи дослідження, нами визначено показники кількості суб'єктів туристичної діяльності (фізичні особи-підприємці) за регіонами України за 2016-2018 рр. Дані наведено у таблиці 2. 1. 2.

Таблиця 2. 1. 2

Показники кількості суб'єктів туристичної діяльності (фізичні особи-підприємці) за регіонами України за 2016-2018 рр. [28]

(од.)

Регіон	Роки:			Відхилення:			
				абсолютне (+; -)		відносне, %	
	2016	2017	2018	2018/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2016	2018/ 2017
Україна	1668	1726	2460	792	734	147,48	142,53
Вінницька	38	42	62	24	20	163,16	147,62
Волинська	48	43	55	7	12	114,58	127,91
Дніпропетровська	205	207	297	92	90	144,88	143,48
Донецька	9	20	62	53	42	688,89	310,00
Житомирська	40	33	47	7	14	117,50	142,42
Закарпатська	30	32	63	33	31	210,00	196,88
Запорізька	95	97	126	31	29	132,63	129,90
Івано-Франківська	71	71	94	23	23	132,39	132,39
Київська	80	77	172	92	95	215,00	223,38
Кіровоградська	33	31	41	8	10	124,24	132,26
Луганська	12	10	21	9	11	175,00	210,00
Львівська	123	123	200	77	77	162,60	162,60
Миколаївська	40	40	69	29	29	172,50	172,50
Одеська	111	124	135	24	11	121,62	108,87
Полтавська	71	76	140	69	64	197,18	184,21
Рівненська	40	34	66	26	32	165,00	194,12
Сумська	37	39	61	24	22	164,86	156,41
Тернопільська	34	28	43	9	15	126,47	153,57
Харківська	165	179	183	18	4	110,91	102,23
Херсонська	57	53	64	7	11	112,28	120,75
Хмельницька	62	64	64	2	0	103,23	100,00
Черкаська	61	68	74	13	6	121,31	108,82
Чернівецька	30	27	38	8	11	126,67	140,74
Чернігівська	34	36	46	12	10	135,29	127,78
м. Київ	142	172	237	95	65	166,90	137,79

Як свідчать дані таблиці 2. 1. 2. кількість суб'єктів туристичної діяльності (фізичних осіб-підприємців) у цілому по Україні збільшилася у 2018 р порівняно із 2016 р. на 47,48 % або 792 од., що є позитивним і може свідчити як про розвиток малого та мікро-підприємництва так і про розвиток туристичної сфери України у цілому.

Разом з тим, цікавим є те, що у 2018 р. порівняно із 2016 р. у Закарпатській області відбулося збільшення кількості суб'єктів туристичної

діяльності (фізичних осіб-підприємців) у 2,1 р., що складає 33 од. Дане збільшення може свідчити про те, що інтерес туристів до Закарпатської області протягом досліджуваного періоду зростає, а отже розвиток туризму у даному регіоні є перспективним. Крім того, стрімке збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності (фізичних осіб-підприємців) відбулося і у Київській області у 2018 р. порівняно із 2016 р. на 92 особитобто у 2,15 рази. Найменший приріст, на 2 особи, кількості суб'єктів туристичної діяльності (фізичних осіб-підприємців) виявлено у Хмельницькій області у 2018 р. порівняно із 2016 р., що склало 103,23 %. Тобто їх кількість збільшилася лише на 3,23 % порівняно із попередніми періодами.

Оскільки розвиток туризму є перспективним напрямом формування стійкої економічної системи України, то за нашим переконанням слід сформулювати уявлення про кількість туристів, що були обслуговані туристичними операторами та туристичними агенствами в Україні за період 2016 – 2018 рр. Визначивши їх кількість та розрахувавши кількість таких туристів у різних регіонах України області можна буде визначити можливі проблеми та перспективи розвитку туристичної сфери в умовах модернізації економіки України.

Так слід зазначити, що визначене нами збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності у попередній таблиці не дозволяє зробити висновок про задоволеність попиту на туристичні послуги як туристів із регіону так і туристів, що приїжджають із інших регіонів України. Оскільки відповідно до Закону України «Про туризм» та «Податкового кодексу України» усі господарські операції оподатковуються, то показники кількості туристів та їх динаміка дозволить зробити емпіричний висновок щодо наповнення бюджету для розвитку туристичного потенціалу України, а це у свою чергу є базою для формування системи антикризових заходів у сфері туризму.

Визначення кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами (юридичними та фізичними особами-підприємцями), за видами туризму у 2016 – 2018 рр., дані наведено у таблиці 2. 1. 3.

Таблиця 2. 1. 3

Показники кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами (юридичними та фізичними особами-підприємцями), за видами туризму у 2016 – 2018 р. в Україні [28]

(тис. осіб)

Показники	Роки:			Абсолютне відхилення 2018 р. від 2016 р. (+;-)	Темп зміни 2018 р. до 2016 р., %	Питома вага 2018 р., %
	2016	2017	2018			
В'їзних (іноземних) туристів	35	39	76	41	217,14	1,67
Виїзних туристів	2061	2290	4024	1963	195,25	88,30
Внутрішніх туристів	454	477	457	3	100,66	10,03
Разом	2550	2806	4557	2007	178,71	100,00

Як свідчать дані, наведені у таблиці 2. 1. 3, у 2018 р. порівняно із 2016 р. кількість туристів, що були обслуговані туристичними операторами та туристичними агенствами України збільшилася 78,71 %, що складає 2007 тис. осіб. Таке збільшення біло спричинено збільшенням кількості наступних груп туристів: в'їзних (іноземних) туристів у 2,17 рази або на 41 тис. осіб, виїзних туристів на 95,25 % або 1963 тис. осіб та внутрішніх туристів на 0,66 % або на 3 тис. осіб. Як видно із даних таблиці 2. 1. 3 внутрішні туристи у 2018 р. зверталися за допомогою до туристичних операторів та туристичних агенств лише у 10,03 % випадків, що на нашу думку може бути одним із резервів. Так зважаючи на ситуацію із COVID-19 в Україні та світі, можна зауважити, що розвиток внутрішнього туризму є одним із пріоритетних напрямків на найблищій час.

Розглянувши показники кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України, ми поглиблюючи дослідження, вважаємо за необхідне провести аналіз кількості туристів обслуговуваних туристичними операторами та туристичними агентами за регіонами. Даний аналіз дозволить виявити питому вагу туристів, що були обслуговані у найбільших туристичних регіонах України.

Дані про кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами у 2018 році у розрізі регіонів України наведено у таблиці 2. 1. 4.

Таблиця 2. 1. 4

Показники кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами у розрізі регіонів України у 2018 році [28]

Регіони України	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами	у тому числі:			Питома вага, %:			
		внутрішніх туристів	виїзних туристів (громадян України, які виїжджали за кордон)	в'їзних (іноземних) туристів	туристів, обслугованих туроператорами та турагентами	внутрішніх туристів	виїзних туристів (громадян України, які виїжджали за кордон)	в'їзних (іноземних) туристів
Україна	4557447	456799	4024703	75945	100,00	100,00	100,00	100,00
Вінницька	42178	8360	33816	2	0,93	1,83	0,84	0,00
Волинська	21807	5963	15396	448	0,48	1,31	0,38	0,59
Дніпропетровська	116981	9229	107752	—	2,57	2,02	2,68	—
Донецька	28425	5575	22839	11	0,62	1,22	0,57	0,01
Житомирська	17957	3359	14597	1	0,39	0,74	0,36	0,00
Закарпатська	25348	6258	18907	183	0,56	1,37	0,47	0,24
Запорізька	56374	17138	38984	252	1,24	3,75	0,97	0,33
Івано-Франківська	55781	33572	18816	3393	1,22	7,35	0,47	4,47
Київська	66385	3320	63025	40	1,46	0,73	1,57	0,05
Кіровоградська	11556	1280	10276	—	0,25	0,28	0,26	—
Луганська	6261	86	6175	—	0,14	0,02	0,15	—
Львівська	182255	61881	112757	7617	4,00	13,55	2,80	10,03
Миколаївська	19002	948	18049	5	0,42	0,21	0,45	0,01
Одеська	81381	24081	55296	2004	1,79	5,27	1,37	2,64
Полтавська	32007	2124	28392	1491	0,70	0,46	0,71	1,96
Рівненська	22027	1680	20347	—	0,48	0,37	0,51	—
Сумська	16178	3127	13050	1	0,35	0,68	0,32	0,00
Тернопільська	13103	3618	9485	—	0,29	0,79	0,24	—
Харківська	62232	8326	53633	273	1,37	1,82	1,33	0,36
Херсонська	26130	6428	19702	—	0,57	1,41	0,49	—
Хмельницька	25738	12017	13720	1	0,56	2,63	0,34	0,00
Черкаська	26383	3364	22995	24	0,58	0,74	0,57	0,03
Чернівецька	29562	5050	24375	137	0,65	1,11	0,61	0,18
Чернігівська	22306	1102	21204	—	0,49	0,24	0,53	—
м.Київ	3550090	228913	3261115	60062	77,90	50,11	81,03	79,09

Як свідчать дані таблиці 2. 1. 4, у 2018 р. кількість туристів, що була обслугована туристичними операторами та туристичними агентами у

Закарпатській області склала 25348 осіб, що складає 0,56 % у загальній кількості таких туристів по Україні. Як видно з таблиці даний показник не є найвищим у порівнянні із іншими регіонами. Так для порівняння Запорізька та Івано-Франківська область займають 1,24 % (56374 осіб) та 1,22 % (55781 осіб) відповідно. Цікавим є те, що питома вага внутрішніх туристів, що були обслуговані туристичними агентами та туристичними операторами у Закарпатській області у 2018 р. склада 1,37 % та становила 6258 осіб. Даний показник може свідчити про те, що попит на туристичний потенціал Закарпатської області є, а отже слід розвивати даний напрямок. Це пояснюється тим, що найважливішою особливістю Закарпаття є те, що це найзахідніша область України й єдина серед областей держави, що межує одразу з чотирма країнами Центральної Європи: Польщею, Словаччиною, Угорщиною і Румунією. Сумарна протяжність державного кордону України в межах області становить 467,2 км, у тому числі: з Румунією — 203,9 км, Угорщиною — 133,1 км, Словаччиною — 97,6 км та Польщею — 32,6 км. Дана особливість особливість перетворює Закарпаття на транскордонний «полюс» притягнення туристичних потоків із Заходу й Сходу, Півночі й Півдня Європейського континенту. Оскільки Закарпатська область є прикордонною, то і виїзд туристів за кордон може бути швидшим і частішим, тобто рівень оборотності буде свідчити про можливі проблеми чи резерви для підвищення ефективності використання туристичного потенціалу зазначеного регіону. Також слід зазначити, що у 2018 р. кількість виїзних туристів (громадян України), які виїжджали за кордон та в'їзних (іноземних) туристів, що були обслуговані туристичними агентами та туристичними операторами у Закарпатській області склала 18907 осіб та 183 особи відповідно. У розрізі регіонів України дані показники займають 0,47 % та 0,24 % відповідно.

Визначивши кількість туристів, що були обслуговані туристичними операторами та туристичними агентами, ми вважаємо за необхідне провести аналіз показників доходу туристичних операторів за 2016 – 2018 рр., що дозволить визначити обсяги залучених коштів за регіонами України. Оскільки

туризм займає одне із лідируючих мість в економіці України, то важливим є визначення не лише позитивних сторін, а й виявлення резервів щодо підвищення ефективності використання туристичного потенціалу регіону.

Виходячи із зазначеного вище, та зважаючи на необхідність поглиблення дослідження, дані про показники доходу від надання туристичних послуг (без врахування ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) суб'єктів туристичної діяльності у розрізі регіонів України у 2016 – 2018 рр. наведено у таблиці 2. 1. 5.

Таблиця 2. 1. 5

Показники доходу від надання туристичних послуг (без врахування ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) суб'єктів туристичної діяльності у 2016 – 2018 рр. [28]

(тис. грн.)

Регіони України	Роки:			Питома вага, %		Абсолютне відхилення 2018 р. від 2016 р. (+;-)	Відносне відхилення 2018 р. до 2016 р., %
	2016	2017	2018	2016 р.	2018 р.		
Україна	11522520,4	11672313	21069268,5	100	100	9546748,10	182,85
Вінницька	13938,4	14119,6	17978,4	0,12	0,09	4040,00	128,98
Волинська	12395,4	12556,5	15339,5	0,11	0,07	2944,10	123,75
Дніпропетровська	19509,8	19763,4	30937,8	0,17	0,15	11428,00	158,58
Донецька	90927,0	92109,1	28498,3	0,79	0,14	-62428,70	31,34
Житомирська	2440,8	2472,5	4088,5	0,02	0,02	1647,70	167,51
Закарпатська	7643,0	7742,4	14580,1	0,07	0,07	6937,10	190,76
Запорізька	14519,3	14708,1	21831,0	0,13	0,10	7311,70	150,36
Івано-Франківська	338141,4	342537,2	437913,7	2,93	2,08	99772,30	129,51
Київська	10903,7	11045,4	20679,4	0,09	0,10	9775,70	189,65
Кіровоградська	3022,1	3061,4	7746,1	0,03	0,04	4724,00	256,32
Луганська	489,1	495,5	573,1	0,00	0,00	84,00	117,17
Львівська	251773,8	255046,9	442823,2	2,19	2,10	191049,40	175,88
Миколаївська	3454,7	3499,6	4160,0	0,03	0,02	705,30	120,42
Одеська	219425,5	222278,0	172028,9	1,90	0,82	-47396,60	78,40
Полтавська	2366,8	2397,6	5893,9	0,02	0,03	3527,10	249,02
Рівненська	6537,2	6622,2	8458,6	0,06	0,04	1921,40	129,39
Сумська	5656,9	5730,4	7620,8	0,05	0,04	1963,90	134,72
Тернопільська	3174,8	3216,1	6344,6	0,03	0,03	3169,80	199,84
Харківська	23800,6	24110,0	40553,1	0,21	0,19	16752,50	170,39
Херсонська	21751,3	22034,1	36123,6	0,19	0,17	14372,30	166,08

Продовження таблиці 2. 1. 5

Регіони України	Роки:			Питома вага, %		Абсолютне відхилення 2018 р. від 2016 р. (+;-)	Відносне відхилення 2018 р. до 2016 р., %
	2016	2017	2018	2016 р.	2018 р.		
Хмельницька	5439,4	5510,1	4322,3	0,05	0,02	-1117,10	79,46
Черкаська	4522,9	4581,7	10018,0	0,04	0,05	5495,10	221,50
Чернівецька	22216,0	22504,8	21578,1	0,19	0,10	-637,90	97,13
Чернігівська	1538,7	1558,7	2654,4	0,01	0,01	1115,70	172,51
м.Київ	10436931,8	10572611,9	19706523,1	90,58	93,53	9269591,30	188,82

Як свідчать дані таблиці 2. 1. 5, у 2018 р. порівняно із 2016 р. спостерігається збільшення доходу від надання туристичних послуг суб'єктами туристичної діяльності у більшості областей України, але слід виокремити Івано-франківську, Львівську та одеську область де спостерігається найбільша питома вага доходів отриманих від здійснення туристичної діяльності у загальній їх кількості, а саме у 2018 р. питома вага доходів даних областей складала 2,08 %, 2,1 % та 0,82 % відповідно.

Лідером серед отриманих доходів від туристичної діяльності є м. Київ із показником 93,53 % у 2018 р., що на нашу думку спричинено реєстрацією туристичних операторів та туристичних агенств із найвищими доходами у м. Київ, а це у свою чергу призводить до неотримання потенційних податкових надходжень іншими регіонами, оскільки податкові платежі сплачуються за місцен реєстрації підприємства.

Отже, розглянувши особливості організації туристичної діяльності в окремих регіонах України, визначивши позитивні моменти та негативні зміни у наступному розділі дипломної роботи ми проведемо аналіз Особливості розвитку туристичної інфраструктури в умовах модернізації економіки України.

2. 2. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в умовах модернізації економіки України

Розглянувши особливості організації туристичної діяльності в окремих регіонах України, визначивши позитивні моменти та негативні зміни, ми можемо стверджувати, що основною метою розвитку туристичної сфери в умовах модернізації економіки, має бути забезпечення її збалансованості між усіма важливими складовими.

Визначення основних новітніх течій та підходів у формуванні ринку готельних послуг та ринку ресторанного бізнесу, можливе лише у процесу розвитку туристичної сфери, оскільки внутрішній споживач не здатний забезпечити таке споживче навантаження, яке дозволить формувати та запроваджувати актуальні організаційні підходи. Так слід зазначити, що формування успішних ефективних програм розвитку туристичної сфери ґрунтується не лише на основних наукових підходах, а й на особливостях тих чи інших туристичних дестинацій. Тому нами виділено наступні складові ефективного розвитку туризму, дані наведено на рис. 2. 2. 1.

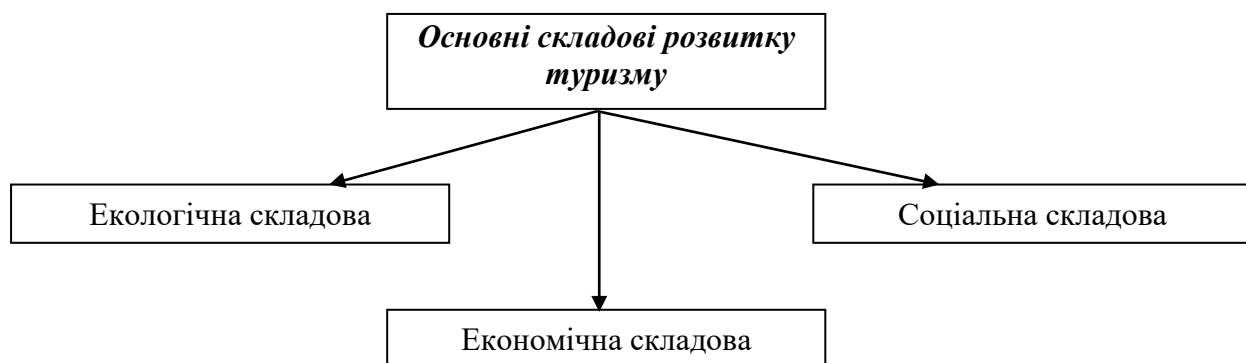


Рис. 2. 2. 1. Основні складові розвитку туристичної сфери в умовах модернізації економіки [узагальнено автором]

Як свідчать дані рис. 2. 2. 1, ефективність розвитку туризму, на нашу думку, може гарантуватися екологічною, економічною та соціальною складовими. Тобто, за нашим переконанням, серед пріоритетів мають бути

насамперед екологічні чинники розвитку:

оптимальне антропогенне навантаження на природні ресурси території;

диверсифікація видів туризму;

формування екологічно орієнтованих напрямів, що дасть змогу досягнути збалансованого розвитку туризму на всій території України.

Крім того, питання екологізації слід розглядати у трьох аспектах.

По-перше, розвиток саме екологічного туризму, що пов'язаний з відвідуванням «дикої» природи, екзотичних природних ландшафтів та об'єктів.

По-друге, мінімізація впливу туристичних об'єктів на стан довкілля: припинення скидання забруднених стоків у водойми, ліквідація побутових відходів тощо.

По-третє, впровадження екологічно чистих технологій на всіх стадіях надання туристичних послуг, дотримання норм рекреаційного навантаження на природні ландшафти.

Разом з тим, слід зазначити, що соціалізація туризму має відбуватися не лише у напрямку залучення до туристичної діяльності широких верств населення, а й через створення необхідних умов для організації короткотривалого відпочинку. У контексті соціалізації та партнерства слід розглядати подальшу орієнтацію туризму на національні цінності, що сприятиме консолідації та духовному відродженню українського народу. У світлі останніх подій, а саме епідемією COVID-19 соціальна складова набуває неабиякої важливості.

Виходячи з цього справедливим, буде зазначити, що розвиток туризму потребує не лише використання наявного туристичного потенціалу, а й створення необхідних умов та дестинацій для організації відпочинку. Турист зазвичай обирає місце розміщення виходячи не лише із фінансових затрат, а й місця розміщення та прилеглої території. Тому ми переконані у необхідності аналізу показників наявності засобів розміщення в Україні, дані наведено у таблиці 2. 2. 1.

Таблиця 2. 2. 1

Показники наявності засобів розміщення в Україні у 2011 – 2018 рр. [28]

Роки	Кількість колективних засобів розміщення, од	Кількість місць у КЗР, тис. од	Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис. осіб	
			усього	з них іноземці
2014	4572	406,0	5423,9	551,5
2015	4341	402,6	5779,9	665,8
2016	4256	375,6	6544,8	863,7
2017	4115	359,0	6661,2	824,5
2018	4719	300,0	7006,2	917,9
Абсолютне відхилення 2018 р. від 2016 р. (+;-)	463	-75,6	461,4	54,2
Відносне відхилення 2018 р. до 2016 р., %	110,88	79,87	107,05	106,27

Як свідчать дані таблиці 2. 2. 1, у 2018 р. порівняно із 2016 р. кількість засобів розміщення збільшилася на 10,88 %, що складає 463 од., дане збільшення є позитивним та може свідчити про розвиток готельного господарства України. Але, разом із позитивними змінами є і негативні, так незважаючи на збільшення кількості засобів колективного розміщення кількість місць у них зменшилася у 2018 р. порівняно із 2016 р. на 75,6 тис од. або 24,4 %, що є негативним. Разом з тим, цікавим є те, що кількість осіб, які перебували у колективних засобах розміщення протягом досліджуваного періоду збільшилася на 461,4 тис. осіб, що складає 7,05 %. Також за даними таблиці 2. 2. 1, нами було виявлено збільшення у 2018 р. порівняно із 2016 р. кількості іноземців, що перебували у колективних засобах розміщення на 6,27 % або 54,2 тис. осіб. Виявлені зміни можуть свідчити про те, що колективні засоби розміщення протягом досліджуваного періоду були завантажені не повністю.

Поглиблюючи дослідження ми провели аналіз показників кількості колективних засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб у 2018 р. за регіонами України, таблиця 2. 2. 2.

Таблиця 2. 2. 2

Показники кількості колективних засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб за регіонами України у 2018 р. [28]

Регіони України	Кількість колективних засобів розміщення, усього	У тому числі			Питома вага у загальній кількості, %
		готелі та аналогічні засоби розміщення		інші засоби розміщення	
		усього	з них мають спеціально обладнані номери для осіб з інвалідністю		
Україна	1591	789	284	802	100,00
Вінницька	22	18	7	4	1,38
Волинська	72	16	6	56	4,53
Дніпропетровська	93	52	31	41	5,85
Донецька	78	15	3	63	4,90
Житомирська	17	16	2	1	1,07
Закарпатська	54	42	12	12	3,39
Запорізька	123	15	5	108	7,73
Івано-Франківська	67	46	9	21	4,21
Київська	86	52	16	34	5,41
Кіровоградська	30	12	2	18	1,89
Луганська	9	6	2	3	0,57
Львівська	129	104	44	25	8,11
Миколаївська	102	22	2	80	6,41
Одеська	177	67	32	110	11,13
Полтавська	43	31	11	12	2,70
Рівненська	17	15	5	2	1,07
Сумська	21	12	2	9	1,32
Тернопільська	14	10	4	4	0,88
Харківська	67	38	14	29	4,21
Херсонська	107	24	2	83	6,73
Хмельницька	33	24	10	9	2,07
Черкаська	54	22	2	32	3,39
Чернівецька	11	8	1	3	0,69
Чернігівська	25	15	7	10	1,57
м.Київ	140	107	53	33	8,80

Як свідчать дані таблиці 2. 2. 2, кількість колективних засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб в Україні у 2018 р. складала 1591 од. Тобто, лише 33,71 % учасників ринку колективних

засобів розміщення в Україні є юридичними особами. Досліджувана область займає лише 7,73 % у загальній кількості колективних засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб в Україні у 2018 р., що складає 123 од.

Визначивши загальну кількість засобів розміщення в Україні за період 2011 – 2018 рр., ми поглиблюючи дослідження провели аналіз кількості засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб у 2018 р., таблиця 2. 2. 3.

Таблиця 2. 2. 3

Показники кількості засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб в Україні у 2018 р. [28]

Показники	Усього	У тому числі:		Питома вага готелей та аналогічних засобів розміщення у загальній кількості, %	Питома вага інших засобів розміщення у загальній кількості, %
		готелі та аналогічні засоби розміщення	інші засоби розміщення		
Кількість колективних засобів розміщення, од	1591	789	802	49,59	50,41
Кількість місць у КЗР, од	181242	74198	107044	40,94	59,06
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщення, од	39589	39589	х	100,00	х
Кількість осіб, що перебували у КЗР - усього	4826277	3747656	1078621	77,65	22,35
з них іноземців	798881	782880	16001	98,00	2,00
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	12768626	7103662	5664964	55,63	44,37
з них ночівель іноземців	1647394	1568950	78444	95,24	4,76

Як свідчать дані таблиці 2. 2. 3, у 2018 р. кількість засобів розміщення юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб склала 1591 од. серед яких готелі та аналогічні засоби розміщення займали 49,59 %, а інші

засоби розміщення 50,41 %.

Провівши аналіз показників розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки та визначивши окремі проблеми ми спробуємо у подальшому дослідженні провести SWOT – аналіз, що дозволить нам визначити сильні та слабкі сторони туристичної сфери України, а також виявити можливості та загрози розвитку туризму в умовах модернізації економіки.

Так до сильних сторін туристичної сфери можна віднести:

наявність природних ресурсів для розвитку туризму (ліси, гори, мінеральні води тощо);

велика кількість історичних пам'яток;

культурні особливості регіону.

Визначивши сильні сторони туристичної сфери, ми у наступному етапі спробуємо визначити слабкі сторони. Так, до слабких сторін туристичної сфери можна віднести:

занедбаність багатьох історичних пам'яток;

нетерпимість (в окремих регіонах) до іншомовних туристів;

занедбаність дорожнього покриття в окремих туристичних регіонах.

Виявивши основні, за нашим переконанням, сильні та слабкі сторони туристичної сфери, ми поглиблюючи дослідження спробуємо виявити основні можливості та загрози зовнішнього середовища, що можуть проявитися у процесі функціонування туристичної сфери в умовах модернізації економіки. Так, до можливостей розвитку туристичної сфери можна віднести:

наявність кордонів з різними країнами;

епідемія COVID-19;

діюча Програма розвитку туризму і курортів України до 2026 р.

Визначивши можливості розвитку туризму, наступним етапом, слід визначити загрози розвитку туризму. Так, до загроз розвитку туризму у можна віднести:

високий рівень трудової міграції (заробітчани) до країн близького

зарубіжжя;

епідемія COVID-19;

політичні та економічні події останніх років.

Отже визначивши необхідні складові, а саме: сильні та слабкі сторони туристичної сфери; можливості та загрози розвитку туризму у Закарпатській області, ми спробуємо скласти матрицю SWOT – аналізу та визначити зв'язки і основний стратегічний напрямок розвитку туризму у Закарпатській області. Матриця SWOT – аналізу наведена у таблиці 2. 2. 4.

Таблиця 2. 2. 4

Прогнозована матриця SWOT-аналізу розвитку туристичної сфери в умовах модернізації економіки України [узагальнено автором]

Сильні сторони	Слабкі сторони
наявність природних ресурсів для розвитку туризму (ліси, гори, мінеральні води тощо)	занедбаність багатьох історичних пам'яток
велика кількість історичних пам'яток	нетерпимість (в окремих регіонах) до іншомовних туристів
культурні особливості регіону	занедбаність дорожнього покриття в окремих туристичних регіонах
Можливості	Загрози
наявність кордонів з багатьма країнами	високий рівень трудової міграції
епідемія COVID-19	епідемія COVID-19
діюча програма розвитку туризму і курортів	політичні та економічні події останніх років

Як свідчать дані, наведені у таблиці 2. 2. 4, усі визначені сильні сторони слід розвивати разом із створеними ринком можливостями. Так, ми бачимо що епідемія COVID-19 є і можливістю і загрозою розвитку туристичного бізнесу. Якщо розглядати епідемію COVID-19 як загрозу, то це свідчить про можливе зменшення туристичних потоків, але разом із наявними сильними сторонами туристичної сфери епідемія COVID-19 перетворюється на можливість. Тобто учасникам туристичного ринку слід переорієнтуватися на внутрішнього споживача, що за умови затвердженого у фінансування дозволить створити не лише додатковий попит на туристичні ресурси, а й задовольнити існуючий.

Крім того, у наведеній матриці (таблиця 2. 3. 4) однією зі слабких сторін є занедбаність дорожнього покриття та окремих історичних пам'яток, це означає,

що учасникам ринку туристичних послуг слід звернути увагу на збереження та відновлення існуючих пам'яток; ремонт та відновлення відповідного дорожнього покриття, що дозволить туристам (як внутрішнім так і зовнішнім) комфортно дістатися місць туристичних дестинацій та створить позитивний настрій туриста, а це у свою чергу, сформує у майбутньому відкладений попит на окремі туристичні місця.

Отже визначивши основні проблеми та недоліки туристичної сфери України, виявивши основні, на нашу думку, можливості, загрози, слабкі та сильні сторони туристичного бізнесу регіону, ми сформували відповідні пропозиції, що як ми переконані, дозволять покращити розвиток туристичної сфери в умовах модернізації економіки. До основних пропозицій ми віднесли наступні:

запровадити ефективні механізми економічного регулювання розвитку сфери туризму в Україні;

визначити основні форми та методи стимулювання розвитку мікро- та малого підприємництва у туристичній сфері;

розробити, із залученням фахівців та науковців галузі туризму, з урахуванням соціально-економічних інтересів України, ефективну модель інвестиційної політики у туристичній сфері;

провести комплексні ландшафтно-екологічні та історико-культурні дослідження території туристичних дестинацій в Україні, визначити та встановити диференційовані норми туристичного навантаження на довкілля;

забезпечити раціональне використання та відновлення природного та історико-культурного середовища тощо.

Враховуючи зазначене вище, ми переконані, що дотримання комплексу наданих антикризових пропозицій дозволить стабілізувати господарську ситуацію на підприємствах сфери туризму в умовах модернізації економіки України.

2. 3. Аналіз впливу економіки щастя на розвиток туристичної сфери в умовах модернізації економіки

Стрімкий розвиток усіх сфер життя людини призводить до того, що у гонитві за матеріальними благами, кожна окрема особистість починає страждати від втоми та відчуває себе спустошеною. Сучасне суспільство не дозволяє людині як вищій формі розумного життя відчувати себе повністю задоволеною. Засоби масової інформації пропагують в основному ідею отримання відчуття щастя, лише через отримання матеріальних благ, які постійно змінюються та набувають іншої форми. Тому у гонитві за такими благами, соціальне щастя людини отримує другорядну роль, що перетворює окремі соціальні групи на депресивні. Результатом є те, що постійно виникають незрозумілі релігійні течії, створюються підприємства та організації із незрозумілими просвітницькими функціями. Основними критеріями, що їх поєднує є отримання надприбутків через використання прагнення людини відчувати себе щасливою. Тому у сукупності різноманітних сфер економіки, є необхідним виявити таку, що створює не лише позитивний настрій окремого індивіда, а й дозволяє відчувати радість життя, а відтак і щастя кожної людини.

Проблемою визначення, що є людина та поняття щастя, займався безліч вчених філософів, основними з яких є Епікур, стоїки, Сократ, І. Кант та Г. Сковорода. Кожне окреме дослідження таких науковців-філософів супроводжувалося виникненням нових проблем, що стосувалися буття соціуму, можливості пізнання людиною світу та себе, впливу людини на природу тощо. Відповідно до цього, все актуальнішого значення набувало питання «що таке людина?», а через призму цього «що таке щастя?».

Одним із основоположників категорії щастя є Г. С. Сковорода, який вважав, що все, що відбувається в світі, «макрокосмі», в людині як в мікрокосмі, знаходить своє завершення. Людина прагне пізнати Бога. Однак вона – його породження, отже осягнення Бога є водночас і пізнання людиною

себе. Чим глибше людське знання світу та себе, тим розумнішими та скромнішими стають потреби людини. «...Вмій малим ти вдовольняться...» – закликав Г.Сковорода [69].

Поняття щастя у концепції Г. Сковороди є позитивним і динамічним. Він вважав, що щастя не залежить від зовнішніх змін людського буття, його не треба шукати ні в Америці, ні в Єрусалимі. Якщо людина щаслива, то перш за все це досягнуто завдяки її внутрішньому стану. Щоб бути щасливою, людина має жити в гармонії із власною внутрішньою суттю [70]. Тобто, не та людина щаслива, у житті якої немає розчарувань, зрад, страждань, а та, яка змогла прийняти ці зміни та опанувати себе.

Крім того, на думку Г. Сковороди, природно, що людина прагне щастя. Воно можливе, якщо розкрита внутрішня сутність людини, тобто потрібно не жити краще, а бути краще. Таке прагнення для Г. Сковороди пов'язане з поняттями «чесного життя» та «чистої совісті». Вони розкриваються через працю, яка не є примушення, а вільний потяг людини, насолода, відчуття щастя. Таку працю Г. Сковорода називає спорідненою. Споріднена праця, хороші вчинки, щастя людини можливі тоді, коли образ життя людини узгоджений з її природними схильностями [69].

Отже, філософське бачення щастя людини Г. Сковородою ґрунтується на аксіологічних та етичних принципах, а його філософсько-антропологічне вчення має антиконс'юмеристське спрямування, і саме тому дане вчення поєднується із сучасними проблемами буття людини та її соціальної приналежності.

Філософські погляди на категорію «щастя» набули свого подальшого розвитку у процесі зацікавленості даною категорією вченими-економістами, які спробували провести паралель між щастям та матеріальними благами для людини. У процесі таких досліджень шотландським економістом та філософом А. Смітом було розглянуто можливість поєднання добробуту та щастя, що пізніше економісти та філософи науковці визначили як «економіка щастя».

Поглиблення дослідження категорії щастя показують, що в умовах сьогодення людині, яка живе у суспільстві споживання, все важче відчувати себе щасливою, оскільки матеріальний достаток займає перше місце у її бажаннях. Економіка заснована на принципах споживання безперервно створює та постійно збільшує кількість індивідів незадоволених життям. На думку американського економіста Дж. Сакса, усі суспільні цінності задіяні у гонитві за прибутками, які у свою чергу починають домінувати над такими поняттями як довіра, справедливість, чесність, фізичне та психічне здоров'я тощо [71]. Тому закономірним є те, що в умовах сьогодення, є прихильники економічних теорій, які переконані, що щастя визначається розміром накопичених благ, а основними показниками, що відображають його рівень є ВВП та ВНП. Та незважаючи на це, прихильники досліджень основоположників категорії щастя, змогли виділити окрему групу у такому суспільстві, що отримала назву «down shifting». Дане поняття означає – добровільне усвідомлене зменшення власних доходів людини, її відмову від соціального статусу, кар'єрного зростання тощо, для збільшення кількості вільного часу задля себе та родини. Дану тезу поширював і А. Сміт у своїх працях, а саме «Теория нравственных чувств» [72], де було зазначено, що щастя визначається тим спокоєм, яким людина готова пожертвувати заради бажання покращити власний добробут.

Але те, що становить поняття добробуту, є заплутаним. Чимало змінних таких як любов, дружба і родинні стосунки – важко визначити. Тому Е. Освальд, економічний експерт з проблеми щастя в Університеті Уорвіка (Великобританія) досліджуючи поняття щастя, припускає, що самі по собі гроші не приносять щастя, хоча заможні люди більше схильні почуватися щасливими; що критично важливим для самооцінки є наявність роботи; що жінки більш схильні бути щасливими, ніж чоловіки; і що для самореалізації людям потрібно щось більше, ніж матеріальне досягнення. Звичайно, економіка щастя не є точною наукою, і у подальшому, за переконанням експертів, індекс щастя може бути пов'язаний з політикою. Але ідея полягає в тому, що треба оцінити речі, які не мають цінників. Відкриті простори, чисте повітря, безпека,

звільнення від тиску – це речі, яких стає все менше і важливість яких зростає. Тоді постає питання: як представники влади сприятимуть цьому, водночас створюючи робочі місця, які так потрібні в усіх західних суспільствах? Звичайно, економічне зростання є великою частиною відповіді, але воно не може бути всією відповіддю [73].

Виходячи із цього, дослідження економіки щастя спростували зв'язок між доходами і щастям, та дозволили зробити наступні висновки, які раніше заперечувалися:

по-перше, споживання додаткових одиниць товару дозволяє людині відчувати себе щасливою, лише на мить і носить тимчасовий характер, що повністю підтверджено у I законі Г. Г. Госсена, тобто не може зробити людину щасливою;

по-друге, щастя у різних прошарків суспільства вимірюється різною величиною доходів, а отже те що робить щасливим одного члена суспільства є деморалізуючим чинником для іншого, а це у свою чергу не дозволяє визначити складові щастя окремої соціальної групи.

Закономірним, на нашу думку, є те, що для кожної людини є власні чинники, які дозволяють їй відчувати себе щасливою:

любляча родина та друзі;

цікава робота, що дозволяє отримувати необхідний дохід;

філософія та релігія, які дозволяють відчувати приналежність до певної групи;

здоров'я та якісна доступна медицина;

екологічне середовище існування, тощо.

Аналізуючи зазначене вище, єдиним, на нашу думку чинником, що дозволяє поєднати у собі основні потреби людини, є туризм. Туризм дозволяє людині відчувати себе вільною та убезпеченою (відповідальність за власну безпеку несе лише сама людина). Такий вільний вибір може робити щасливими майже усі соціальні прошарки, оскільки усі туристи незалежно від місця, способу та термінів відпочинку отримують задоволеність тих внутрішніх

потаємних потреб про які ніхто не дізнається. Така таємничість та вільність дозволяє бути щасливим кожному окремому індивіду і окремій соціальній групі. Поняття економіки у даному ракурсі не займає вирішальну позицію, а відіграє лише супроводжуючу роль. Поглиблення розвитку різноманітних соціальних процесів у суспільстві спричинило:

- по-перше, розвиток виїзного туризму у пошуках «кращого життя» з метою зміни постійного місця проживання;

- по-друге, розвиток виїзного туризму з метою покращення власного фінансового стану туриста;

- по-третє, розвиток виїзного туризму з метою відпочинку.

Зазначені причини ґрунтуються лише на внутрішньому стані подорожуючого, що в залежності від бажань та уподобань туриста, робить не важливим наявність матеріальних благ. Бажання туриста змінити буденність, «втекти» від проблем та отримати естетичне задоволення є настільки нестримним, що незважаючи на світові катаклізми, туристичні потоки постійно збільшуються. Підтвердженням є те, що ринок туристичних послуг сприйняв розвиток кредитування відпочинку та суспільну максимальну економію задля відпочинку без суттєвих коливань, а виробники та постачальники туристичних послуг все частіше використовують системи надання окремих видів безкоштовних послуг.

З точки зору економічної науки показник щастя не може ґрунтуватися чи бути забезпеченим однією галуззю економіки, адже розвиток туризму, у всіх можливих його проявах, поєднує майже усі існуючі сфери економіки, при цьому сама туристична сфера є окремо визначеною та постійно зростаючою. У таких умовах, наукові дослідження економіки щастя, на нашу думку мають зводитися до таких принципів:

- по-перше, вільність (тобто поняття щастя може бути забезпечене лише вільністю, у межах соціальної дозволеності, окремого індивіда);

- по-друге, пріоритетність вибору (тобто щастя, та його прояв для індивіда, може бути досяжним лише за умови наявності альтернатив та можливості вибору);

- по-третє, соціосистемна відповідність (тобто щастя може бути забезпечене за умови приналежності окремого індивіда до певної соціальної системи, що не дозволяє йому відчувати себе поза системою, а дарує відчуття потреби).

У разі збереження чи досягнення комплексу даних принципів, сучасна наука може сформувавши поняття економіки щастя, та шляхом його адаптації до умов тих чи інших соціокультурних систем сформувавши уніфіковану відповідну нормативно-правову базу, що у майбутньому дозволить досягти та визначити поняття щастя як основу нової економіко-філософської теорії розвитку людства.

Отже, виходячи із проведеного вище дослідження, ми переконані у можливості та необхідності осучаснення основних наукових підходів до визначення категорії щастя та поняття економіки щастя як основи формування ефективних економік світу через призму розвитку туристичної сфери.

РОЗДІЛ 3

ДІАГНОСТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

3. 1. Впровадження механізмів еколого-економічного управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України

У сучасних умовах господарювання підприємств сфери туризму значно посилюється вплив зовнішнього середовища. Існуючі екологічні норми постійно порушуються, що спричинено масовим недотриманням суб'єктами господарювання екологічних вимог. У контексті цього ефективні механізми еколого-економічного управління туристичною сферою стають необхідними, а їх застосування потребує нових підходів.

Зважаючи на це, ми скористалися Сент-Гальською моделлю еколого-економічного управління підприємством (Додаток А) і адаптували її до господарських умов підприємств туристичної сфери. Пропонована нами модель представлена на рис. 3. 1. 1.

Як свідчать дані рисунку 3. 1, нормативно-правове забезпечення екологічної політики є підставою для здійснення аудиту екологічного стану підприємств сфери туризму. Такий аудит дозволяє оцінити поточний стан і є підґрунтям прийняття управлінських рішень щодо його оптимізації.

Виходячи з цього вважаємо необхідним забезпечити взаємодію економічних і екологічних цілей підприємств сфери туризму, що дасть підстави визначати пріоритетні напрямки розвитку та обґрунтовувати відповідні управлінські рішення. Виходячи із результатів еколого-економічного аудиту, управлінські рішення мають бути спрямованими на вирішення господарських проблем, де можуть виникати наступні ситуації:

переважання екологічних цілей над економічними;



Рис. 3. 1. 1. Модель еколого-економічного управління туристичною сферою [узагальнено автором]

переважання економічних цілей над екологічними;
 економічні цілі досягнуті завдяки екологічній рівновазі;
 екологічні цілі досягнуті завдяки економічній рівновазі;
 екологічні цілі не враховуються при вирішенні економічних проблем.

Залежно від способу взаємодії екологічних та економічних цілей, підприємства мають приймати відповідні управлінські рішення.

Прийняття ефективних управлінських рішень після визначення пріоритетного напрямку має відбуватися із використанням різноманітних інструментів. На нашу думку, екологічні та економічні інструменти мають бути пов'язані, що відобразатиметься на кінцевому результаті діяльності підприємств сфери туризму. Екологічні та економічні інструменти, які слід використовувати у процесі господарської діяльності, наведено у таблиці 3. 1. 1.

Таблиця 3. 1. 1

Екологічні та економічні інструменти управління підприємствами туристичної сфери [узагальнено автором]

Екологічні інструменти	Економічні інструменти
Стандартизація	Штрафні санкції
Сертифікація	Податки
Експертиза	Дотації
Аудит	Субсидії
	Пільги
Результат використання екологічних та економічних інструментів	
Отримання екологічно чистих місць туристичної дестинації	Стабільність розвитку підприємства

Як свідчать дані таблиці 3. 1. 1, рівень взаємодії екологічних та економічних інструментів у господарській діяльності підприємств сфери туризму є високим, їх використання для формування управлінських рішень забезпечує ефективне функціонування суб'єктів туристичного ринку.

Використання екологічних інструментів є невід'ємною складовою механізмів екологічного управління. На жаль, для більшості підприємств туристичної сфери екологічна політика не є основою у прийнятті управлінських рішень. Механізми екологічного управління потребують здійснення наступних

етапів (рис. 3. 1. 2).

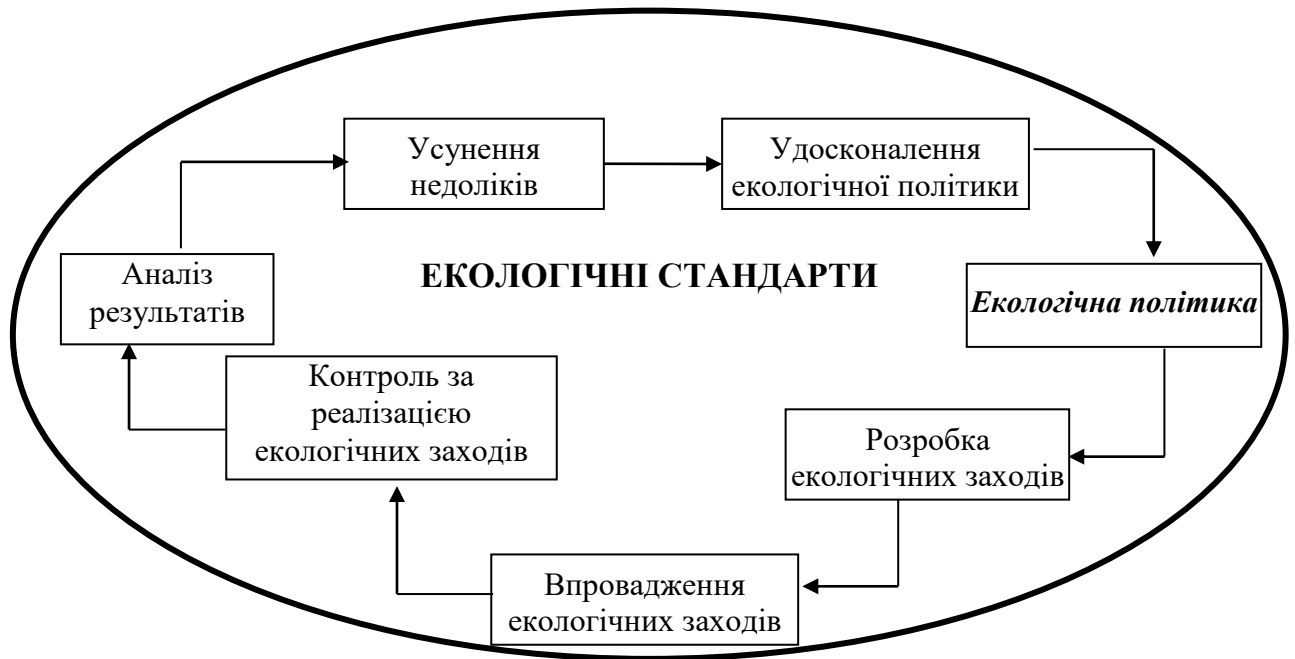


Рис. 3. 1. 2. Етапи екологічного управління підприємствами туристичної сфери
[узагальнено автором]

Як свідчать дані рисунку 3. 2, екологічна політика підприємств сфери туризму потребує постійного моніторингу відповідних процесів та удосконалення, що зумовлюється швидкою зміною зовнішнього та внутрішнього середовища.

Забезпечення оптимального рівня розглянутих показників потребує обов'язкового дотримання стандартів ДСТУ ISO 14000 «Управління навколишнім середовищем» та ДСТУ ISO 9000 «Управління якістю». Дотримання підприємствами сфери туризму даних стандартів, що являють собою важливу складову серед інструментів механізмів екологічного управління, має забезпечувати:

взаємодію між екологічними та економічними складовими механізмів управління підприємствами сфери туризму;

гнучкість механізмів екологічного управління;

оптимізацію собівартості продукції;

ефективність господарської діяльності.

Прийняття ефективних управлінських рішень потребує формування

інформаційної бази, що дозволить забезпечити стійкий розвиток підприємства, рисунок 3. 1. 3.

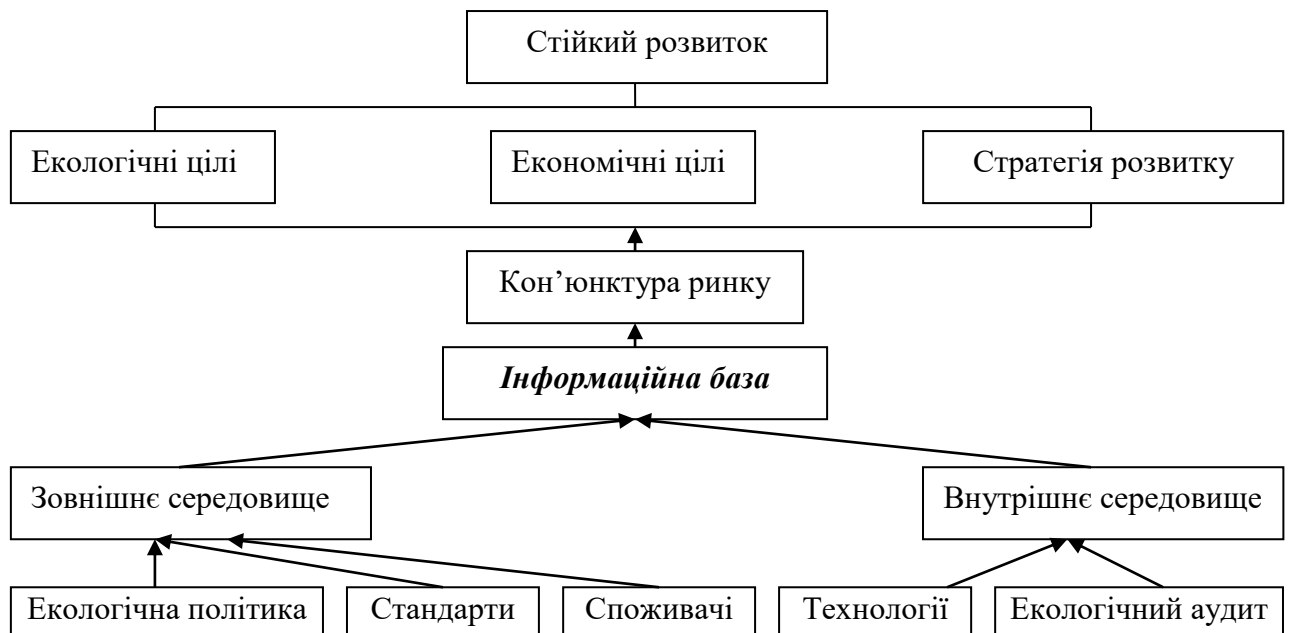


Рис. 3. 1. 3. Система формування інформаційної бази [згруповано автором]

Як свідчать дані рисунку 3. 1. 3, стійкий розвиток підприємства певною мірою забезпечується обґрунтованою стратегією розвитку, яка формується на основі інформації про зовнішнє та внутрішнє середовище.

Інформація про зовнішнє середовище туристичної сфери, на нашу думку, має формуватися у межах екологічної політики, з урахуванням існуючих стандартів та потреб споживачів туристичних послуг, а інформація про внутрішнє середовище – на основі результатів екологічного аудиту та сучасних форм та методів організації відпочинку, що є невід’ємною складовою формування еколого-економічних механізмів управління туристичною сферою. Об’єктивна і повна інформація дає цілісне уявлення про кон’юнктуру ринку та дозволяє формувати стратегію розвитку підприємства.

Проведення екологічного аудиту туристичної сфери та окремих туристичних дестинацій потребує наявності ефективної системи обліку екологічних витрат. З метою формування такої системи ми пропонуємо проводити аналіз екологічних витрат у декілька етапів (рис. 3. 1. 4).



Рис. 3. 1. 4. Етапи проведення аналізу екологічних витрат туристичної сфери
[згруповано автором]

Як свідчать дані рисунку 3. 1. 4, проведення аналізу екологічних витрат має відбуватися у декілька етапів, що дозволить точніше оцінити понесені екологічні витрати. Так, на етапі розробки концепції екологічного аналізу, необхідно визначити пріоритетні напрями діяльності підприємств сфери туризму, що дозволить виявити індикатори проведення такого аналізу. На наступному етапі відбувається виокремлення видів діяльності, що є екологічно залежними і дозволяє підвищити ефективність проведення аналізу. Розробка системи оцінки екологічних витрат дозволяє кожному окремому підприємству, виходячи із умов діяльності, розробити власні критерії оцінки. Після проведення аналізу екологічних витрат та прийняття рішення щодо їх оптимізації слід запровадити постійний моніторинг екологічних витрат.

Запровадження еколого-економічних механізмів управління має ґрунтуватися на результатах проведення екологічного аудиту. Схема розробки та реалізації програми екологічного аудиту наведена на рисунку 3. 1. 5.

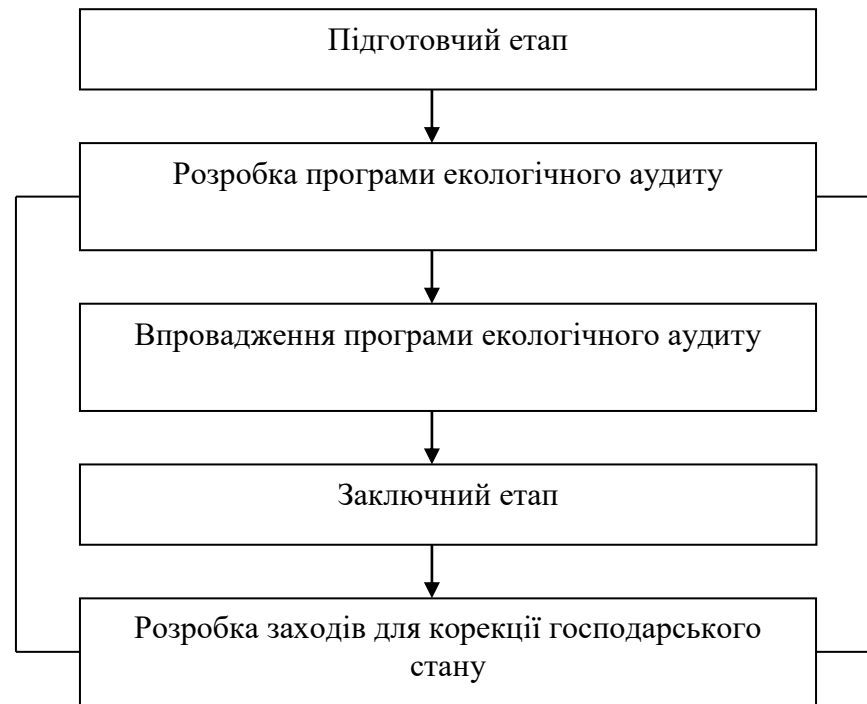


Рис. 3. 1. 5. Схема розробки та реалізації програми екологічного аудиту
[авторська розробка]

Як свідчать дані рисунку 3. 1. 5, проведення екологічного аудиту проводиться у декілька етапів. Так, на підготовчому етапі відбувається формування групи екологічних аудиторів, приймається рішення про проведення аудиту та призначається головний аудитор. На етапі розробки програми екологічного аудиту відбувається попередній збір необхідних даних. На етапі впровадження програми екологічного аудиту відбувається попереднє засідання групи аудиторів, проводиться аналіз зібраних даних та заключне засідання групи аудиторів. На заключному етапі відбувається розробка пропозицій та рекомендацій. На останньому етапі відбувається корекція господарських планів і програм шляхом впровадження розроблених рекомендацій.

Отже, впровадження механізмів еколого-економічного управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України є однією зі складових ефективного механізму організації антикризового управління сферою туризму.

3. 2. Урахування ризиків при формуванні механізмів управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України

Постійна змінюваність туристичного ринку призводить до того, що підприємства сфери туризму знаходяться під впливом різного роду ризиків. Ринкова економіка та конкурентна боротьба, свобода вибору контрагентів, є причиною їх виникнення і об'єктивного існування. Виходячи з цього, підприємства, формуючи механізми управління, мають враховувати можливість ризику та передбачувати його наслідки.

Ігнорування цього часто є причиною прийняття неефективних управлінських рішень, а природа виникнення ризиків відображає наявні на підприємстві проблеми. Уявлення про ризики, що можуть впливати на сферу туризму в умовах модернізації економіки, дають дані рис. 3. 2. 1.

Як свідчать дані рисунку 3. 2. 1, ризики розподіляються за середовищем їх виникнення. Об'єднання ризиків, що виникають у процесі ведення господарської діяльності та ризиків, що виникають у процесі реалізації та надання туристичних послуг, ми визначаємо як операційні ризики. Наслідком операційних ризиків може бути зниження рівня дохідності підприємств сфери туризму.

Для врахування ризиків у процесі формування та удосконалення механізму антикризового управління туристичною сферою ми пропонуємо виділити притаманні їм ознаки, що підтверджуватимуть їх наявність. На нашу думку, ризик має відповідати наступним ознакам:

- природа ризику;
- непередбачуваність результатів від прояву ризику;
- альтернативність трактування можливих наслідків;
- можливість завдання втрат підприємствам сфери туризму;
- можливість нейтралізації або мінімізації негативних наслідків прояву ризику.

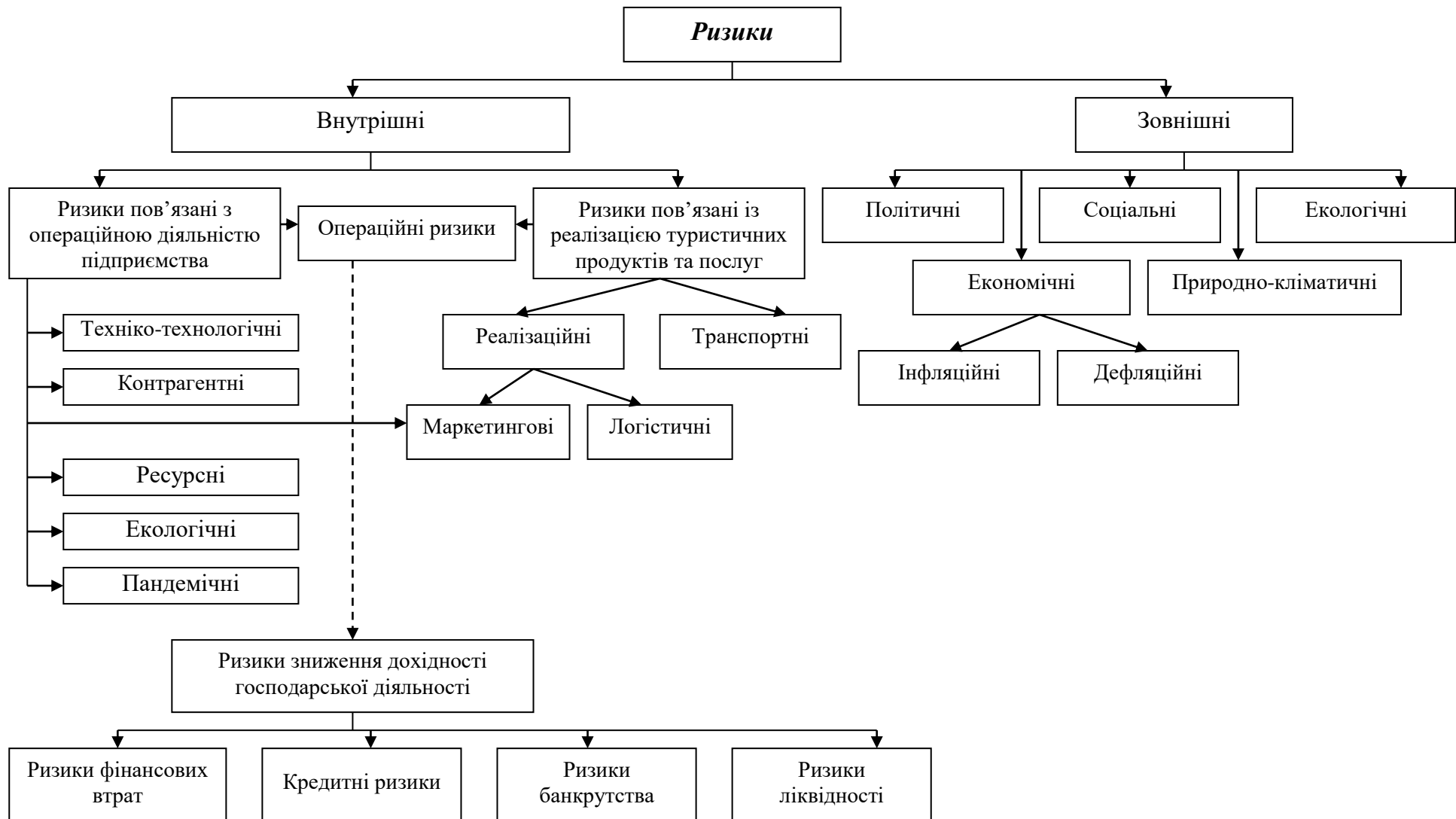


Рис. 3. 2. 1. Види ризиків, що впливають на підприємства туристичної сфери [узагальнено автором]

Опрацювання та функціонування механізму управління туристичною сферою має враховувати певні ризики, що матимуть найвищу ймовірність настання. Виходячи з цього, ми виокремили наступні причини виникнення ризиків:

- невідповідність наявних туристичних продуктів вимогам ринку;
- невідповідність екологічних параметрів туристичного продукту реальним місцям дестинації;

- відсутність ефективної цінової політики на підприємствах сфери туризму;
- невідповідність мотиваційного механізму реалізації туристичних продуктів цільовому ринку;

- порушення умов договорів як зі сторони контрагентів, так і зі сторони туристичного підприємства;

- недосконалість чи відсутність транспортних систем тощо.

Розглядаючи механізми управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки як цілісну систему, слід виокремлювати способи зниження рівня ризику, що дозволить враховувати їх у процесі формування таких механізмів. Варто зазначити, що традиційні способи зниження рівня ризику не завжди призводять до бажаного результату, що спричинено низкою чинників, основними з яких ми вважаємо наступні:

- мінливість кон'юнктури ринку;

- нестача управлінського досвіду;

- слабкість техніко-технологічної бази;

- занедбаність окремих туристичних дестинацій

- низька ефективність діагностики господарського стану підприємств туристичної сфери тощо.

Виходячи з цього, ми пропонуємо використовувати наступні способи зниження ризиків:

- диверсифікація ризику (розподіл коштів між декількома видами діяльності таким чином, що підвищення ризику одного виду діяльності завжди

супроводжується зниженням іншого);

розподіл ризику (передбачає розподіл можливих втрат між підприємством та його партнерами по ринку);

страхування ризику;

хеджування ризиків (метод зниження цінових ризиків шляхом укладання ф'ючерських угод);

внутрішнє страхування ризику (відбувається шляхом створення резервного фонду саме для покриття втрат після настання ризикової події);

моніторинг ризиків (дозволяє вчасно отримувати релевантну інформацію стосовно ризику).

За нашим переконанням, використовуючи запропоновані способи зниження ризику, туристичні підприємства зможуть уникнути окремих ризиків чи суттєво послабити їх негативні наслідки не лише на власний господарський стан, а й на сферу туризму у цілому. У випадку настання ризикової події, підприємство може отримати: збитки, нульовий результат, додаткові витрати.

Ми переконані, що причиною настання більшості ризикових подій є недостатність інформації про них, що значно ускладнює процес обґрунтування прийняття ефективних управлінських рішень. Отже, прийняття управлінських рішень без урахування ризиків та їх наслідків у більшості випадків призводить до певних втрат економічного, соціального характеру тощо. Крім того, підприємства туристичної сфери майже завжди знаходяться та працюють в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Виходячи з цього, ми пропонуємо у процесі формування механізму управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки враховувати наступні види невизначеності щодо ризиків. У свою чергу, це дозволить формувати необхідну інформаційну базу, що включатиме релевантну інформацію щодо наявних та прогнозованих змін зовнішнього оточення підприємства, а це дозволить вчасно та ефективно реагувати на них, рис. 3. 2. 2.

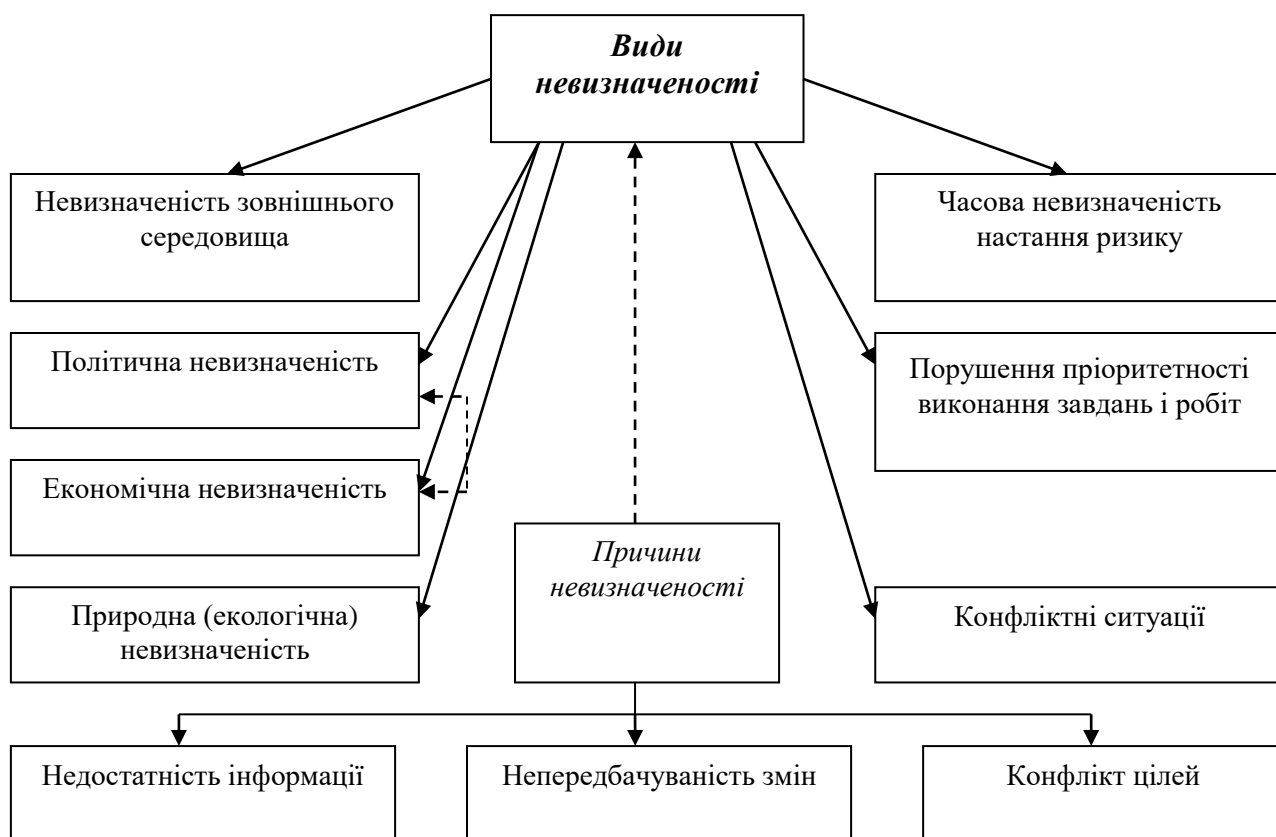


Рис. 3. 2. 2. Види невизначеності щодо ризиків та причини їх виникнення на підприємствах сфери туризму [запропоновано автором]

Як свідчать дані рисунку 3. 2. 2, виникнення невизначеності щодо ризиків зумовлено певними причинами, серед яких, за нашим переконанням, вагоме значення має конфлікт цілей, що і зумовлює сукупність економічного інструментарію для аналізу наслідків негативних подій.

Більшість управлінських рішень зазвичай приймаються згідно певного алгоритму, що не може відображати у повній мірі ринкову ситуацію та внутрішній стан підприємства. Ми переконані у необхідності використання нетрадиційного підходу до формування механізму управління та розпізнавання розвитку кризових явищ на підприємствах туристичної сфери.

Врахування ризику у процесі формування та функціонування механізму управління туристичним підприємством є важливим аспектом аналізу і може бути відображеним наступним алгоритмом (рис. 3. 2. 3):

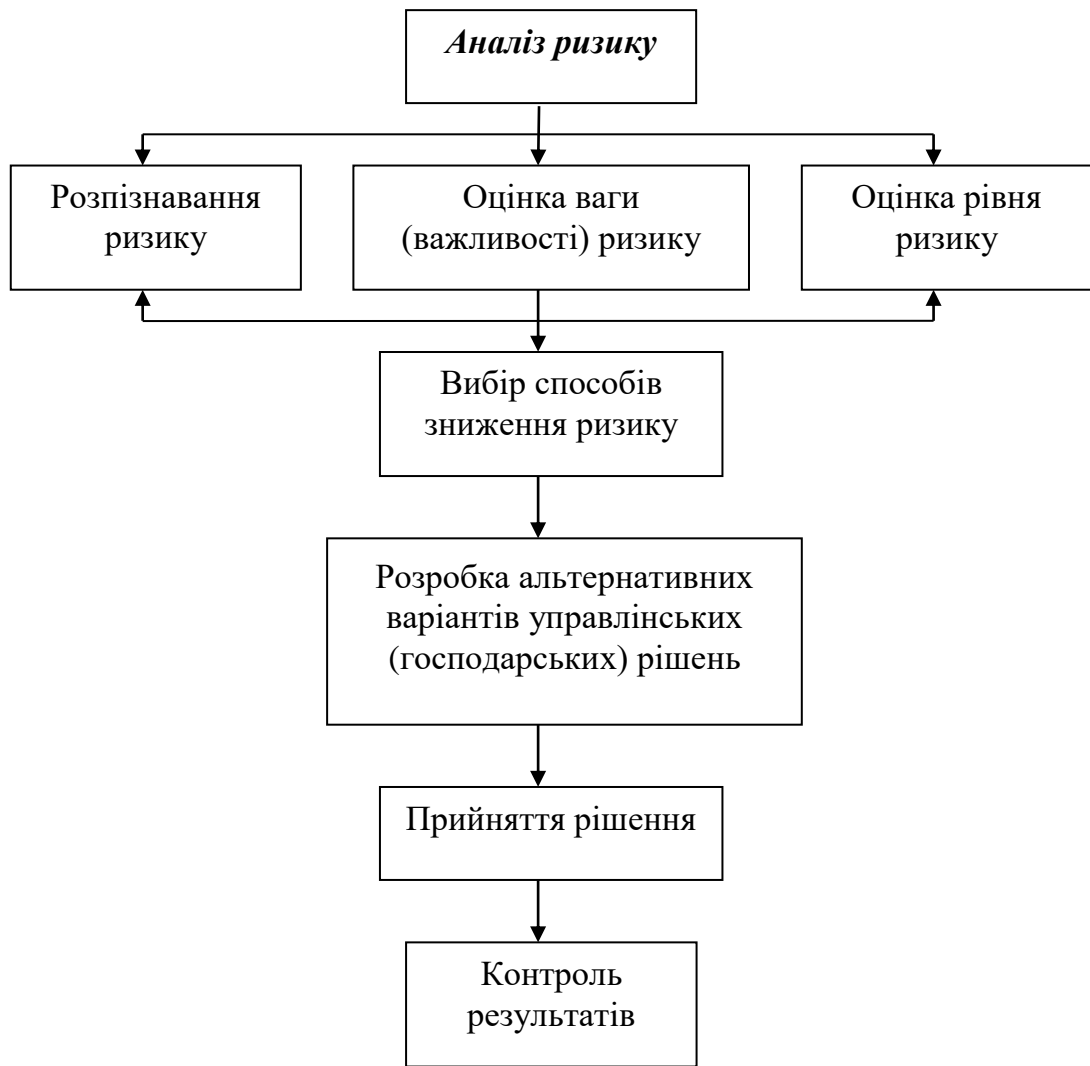


Рис. 3. 2. 3. Алгоритм проведення аналізу ризиків підприємством туристичної сфери [запропоновано автором]

Як свідчать дані рисунку 3. 2. 3, аналіз ризику має розпочинатися із трьох основних етапів, а саме: розпізнавання ризику, оцінки його рівня та ваги (важливості). Останнім етапом має бути контроль отриманих результатів.

Для формування та функціонування механізму управління на туристичному підприємстві ми пропонуємо використання наступної моделі управління ризиком (рис. 3. 2. 4).

Як свідчать дані рисунку 3. 2. 4, модель управління ризиками туристичних підприємств є складною та поєднує кілька етапів. Але, за нашим переконанням, використання такої моделі є необхідним, оскільки забезпечує прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

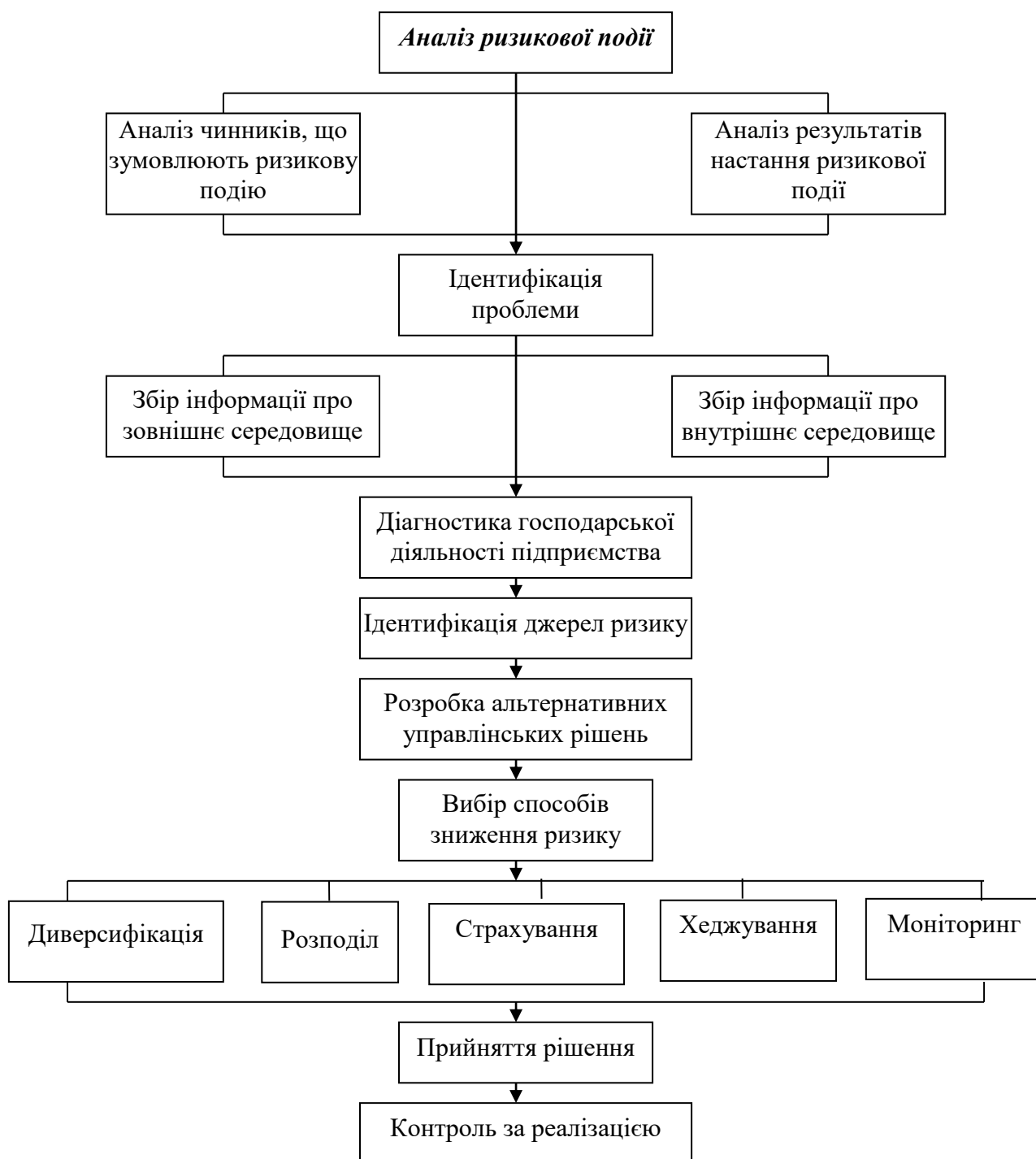


Рис. 3. 2. 4. Модель управління ризиками підприємств туристичної сфери
[запропоновано автором]

Усі дії, які пов'язані із зменшенням негативних наслідків ризиків, мають бути цілеспрямованими, чіткими, конкретними, відповідати місії та наявним ресурсам туристичних підприємств. Тому важливим елементом у моделі управління є збір інформації про зовнішнє середовище, що дає змогу

менеджеру приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Отже урахування ризиків при формуванні механізмів управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України є необхідним етапом у процесі розробки та прийняття ефективних господарських рішень. Сфера туризму в умовах складної епідеміологічної ситуації не позбавлена впливу зовнішніх чинників, протипагою яким може стати лише розробка та формування ефективних механізмів організації антикризового управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Розвиток ринку туристичних послуг та посилення конкурентної боротьби на ньому, призводить до того, що серед безлічі учасників ринку виживають лише найсильніші. Такі підприємства зазвичай формують власну стратегію розвитку та впроваджують новітні механізми організації господарської діяльності.

Вплив негативних чинників поступово призводить до розвитку кризових явищ. Тому проблема формування механізмів організації антикризового управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України є актуальною. Механізми антикризового управління туристичними підприємствами, у більшості випадків, ґрунтуються на загально відомих підходах, що не враховують специфіку діяльності та особливості даної сфери господарювання.

У сучасних умовах господарювання діяльність туристичних підприємств характеризується певними особливостями: нестабільністю функціонування економічної системи країни, непропорційним розвитком виїзного та в'їзного туризму, нерегламентованим та неконтрольованим використанням туристичних ресурсів, низьким рівнем реального платоспроможного попиту населення, слабо розвиненою туристичною інфраструктурою, недосконалістю законодавчої бази щодо господарювання підприємств і розвитку підприємницької діяльності, недосконалістю і періодичною реструктуризацію організаційних структур управління суб'єктами господарювання в туризмі, відсутністю узгодженості дій відомств в основних сегментах туристичної індустрії, високим податковим тиском та відсутністю реальної підтримки з боку держави щодо підвищення іміджу та активізації просування національного туристичного продукту як на внутрішньому так і на міжнародному ринку тощо. Усі ці та багато інших проблем, створюють несприятливу ринкову ситуацію,

тому важливими, у функціонуванні туристичних підприємств у сучасних економічних умовах, залишаються також питання щодо забезпечення ефективного управління обсягами діяльності, фінансово-інвестиційного їх забезпечення, управління якістю та узгодження даних параметрів із цінними характеристиками туристичного продукту, формування ефективних мотиваційних механізмів реалізації адекватної системи стратегічних змін, реалізації відповідних стратегій тощо.

Водночас процес безперервних суспільних перетворень в Україні та реформування економічних відносин у різних сферах актуалізували проблему вибору оптимальних шляхів розвитку національного та регіонального туристичного господарства. Це зумовлює не лише потребу в теоретичному осмисленні суті та змісту сфери туристичних послуг, а й актуалізує питання розробки науково обґрунтованих теорій та рекомендацій щодо формування ефективного ринкового механізму економічного регулювання і розвитку даної сфери, зокрема на регіональному рівні. Але в останні роки із розвитком проблеми коронавірусної інфекції COVID-19 підприємства туристичної сфери все частіше опиняються у кризовому стані, а із постійним поглибленням кризових явищ в Україні та світі виникає потреба у розвитку антикризових програм та заходів.

У розвитку соціально-економічних систем значну роль відіграє спосіб господарювання, виробництва та методи створення матеріальних благ і розподілу ресурсів. Оскільки будь-яка економічна криза впливає майже на усі сфери життєдіяльності суспільства, то важливо розглядати кризу у контексті тенденцій змін у функціонуванні підприємства з макроекономічних позицій. Кризові явища нерідко мають приховані причини їх виникнення, і саме такі причини обумовили розвиток теорій циклів, що впливають на соціально-економічну систему.

Розглянувши причини виникнення кризи на підприємствах туристичної сфери, ми виявили низку проблем та недоліків, однією із яких є відмову ринку.

Відмова ринку – це такий стан, коли економічні закони не можуть регулювати процеси, що проходять на ринку [111].

Відмова ринку може виникнути у трьох випадках:

якщо, наприклад, на ринку присутнє лише одне підприємство туристичний оператор, тоді усі учасники не мають змоги співпрацювати з іншим, аналогічним, учасником ринку і вимушені платити таку ціну, яку встановив власник даного підприємства;

якщо на ринку виникають екстернальності, тобто такі ситуації, коли господарські рішення одного учасника ринку впливають або мають наслідки для інших;

якщо ринок потребує наявності суспільних послуг, це така ситуація коли неможливо виключити одного споживача (виробника) із процесу споживання товару і при цьому він за споживання товару не платить.

При опрацюванні політики управління формуванням економічної стійкості підприємства перспективним напрямком варто вважати підвищення ефективності господарської діяльності на основі створення інтегрованих туристичних маршрутів із використанням наявного туристичного потенціалу кожного окремого регіону. Складові стійкого економічного стану мають бути сформованими на основі центрів відповідальності, які створюються у межах єдиної організаційної структури підприємства. Важливу роль відіграє система контролінгу, яка реалізується через ефективне оперативне управління шляхом порівняння низки планових і фактичних показників, виявлення відхилень між ними, визначення їх причин і опрацювання певних корекційних управлінських дій з метою впливу на вузлові внутрішні чинники нормалізації діяльності.

Для стабілізації діяльності туристичним підприємствам сьогодні потрібна підтримка платоспроможним попитом населення. Господарська практика доводить, що підприємство буде ефективно працювати лише у тому випадку, якщо матиме гарантований збут своєї продукції. Проте не кожне підприємство має необхідний потенціал для створення таких можливостей, що пов'язане із

прийняттям ефективних управлінських рішень. Разом з тим, проблема забезпечення економічної безпеки потребує прийняття рішень в умовах невизначеності.

У 2018 р. порівняно із 2016 р. кількість суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб) зменшилася на 5 од. або на 0,27 %. Дане зменшення є невеликим, але свідчить про негативні зміни, оскільки в основному, відповідно до даних таблиці 2. 1. 1, таке зменшення відбулося у найбільших туристичних регіонах України. Так, нами визначено зменшення кількості суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб) у таких областях: Вінницька (5 од. або 16,67 %), Волинська (2 од. або 9,52 %), Закарпатська (7 од. або 20 %), Запорізька (4 од. або 6,06 %), Іванофранківська (2 од. або 5,56 %), Кіровоградська (1 од. або 7,14 %), Львівська (7 од. або 4,7 %), Миколаївська (11 од. або 37,93 %), Одеська (22 од. або 14,01 %), Полтавська (2 од. або 11,76 %), Сумська (2 од. або 10 %), Харківська (7 од. або 7,78 %), Хмельницька (2 од. або 7,41 %), Чернігівська (5 од. або 29,41 %). Отже нами визначено, що найвищі темпи зменшення кількості суб'єктів туристичної діяльності (юридичних осіб) у 2016 – 2018 рр. відбулися у Закарпатській області, Миколаївській області та Чернігівській області що склало 20 %, 37,93 % та 29,41 % відповідно.

У 2018 р. порівняно із 2016 р. спостерігається збільшення доходу від надання туристичних послуг суб'єктами туристичної діяльності у більшості областей України, але слід виокремити Івано-франківську, Львівську та одеську область де спостерігається найбільша питома вага доходів отриманих від здійснення туристичної діяльності у загальній їх кількості, а саме у 2018 р. питома вага доходів даних областей складала 2,08 %, 2,1 % та 0,82 % відповідно.

Лідером серед отриманих доходів від туристичної діяльності є м. Київ із показником 93,53 % у 2018 р., що на нашу думку спричинено реєстрацією туристичних операторів та туристичних агенств із найвищими доходами у м. Київ, а це у свою чергу призводить до неотримання потенційних податкових

надходжень іншими регіонами, оскільки податкові платежі сплачуються за місцен реєстрації підприємства.

У 2018 р. порівняно із 2016 р. кількість засобів розміщення збільшилася на 10,88 %, що складає 463 од., дане збільшення є позитивним та може свідчити про розвиток готельного господарства України. Але, разом із позитивними змінами є і негативні, так незважаючи на збільшення кількості засобів колективного розміщення кількість місць у них зменшилася у 2018 р. порівняно із 2016 р. на 75,6 тис од. або 24,4 %, що є негативним. Разом з тим, цікавим є те, що кількість осіб, які перебували у колективних засобах розміщення протягом досліджуваного періоду збільшилася на 461,4 тис. осіб, що складає 7,05 %. Також за даними таблиці 2. 2. 1, нами було виявлено збільшення у 2018 р. порівняно із 2016 р. кількості іноземців, що перебували у колективних засобах розміщення на 6,27 % або 54,2 тис. осіб. Виявлені зміни можуть свідчити про те, що колективні засоби розміщення протягом досліджуваного періоду були завантажені не повністю.

Отже визначивши основні проблеми та недоліки туристичної сфери України, виявивши основні, на нашу думку, можливості, загрози, слабкі та сильні сторони туристичного бізнесу регіону, ми сформували відповідні пропозиції, що як ми переконані, дозволять покращити розвиток туристичної сфери в умовах модернізації економіки. До основних пропозицій ми віднесли наступні:

запровадити ефективні механізми економічного регулювання розвитку сфери туризму в Україні;

визначити основні форми та методи стимулювання розвитку мікро- та малого підприємництва у туристичній сфері;

розробити, із залученням фахівців та науковців галузі туризму, з урахуванням соціально-економічних інтересів України, ефективну модель інвестиційної політики у туристичній сфері;

провести комплексні ландшафтно-екологічні та історико-культурні

дослідження території туристичних дестинацій в Україні, визначити та встановити диференційовані норми туристичного навантаження на довкілля;

забезпечити раціональне використання та відновлення природного та історико-культурного середовища тощо.

Для врахування ризиків у процесі формування та удосконалення механізму антикризового управління туристичною сферою ми пропонуємо виділити притаманні їм ознаки, що підтверджуватимуть їх наявність. На нашу думку, ризик має відповідати наступним ознакам:

природа ризику;

непередбачуваність результатів від прояву ризику;

альтернативність трактування можливих наслідків;

можливість завдання втрат підприємствам сфери туризму;

можливість нейтралізації або мінімізації негативних наслідків прояву ризику.

Розглядаючи механізми управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки як цілісну систему, слід виокремлювати способи зниження рівня ризику, що дозволить враховувати їх у процесі формування таких механізмів. Варто зазначити, що традиційні способи зниження рівня ризику не завжди призводять до бажаного результату, що спричинено низкою чинників, основними з яких ми вважаємо наступні:

мінливість кон'юнктури ринку;

нестача управлінського досвіду;

слабкість техніко-технологічної бази;

занедбаність окремих туристичних дестинацій

низька ефективність діагностики господарського стану підприємств туристичної сфери тощо.

Виходячи з цього, ми пропонуємо використовувати наступні способи зниження ризиків:

диверсифікація ризику (розподіл коштів між декількома видами

діяльності таким чином, що підвищення ризику одного виду діяльності завжди супроводжується зниженням іншого);

розподіл ризику (передбачає розподіл можливих втрат між підприємством та його партнерами по ринку);

страхування ризику;

хеджування ризиків (метод зниження цінових ризиків шляхом укладання ф'ючерських угод);

внутрішнє страхування ризику (відбувається шляхом створення резервного фонду саме для покриття втрат після настання ризикової події);

моніторинг ризиків (дозволяє вчасно отримувати релевантну інформацію стосовно ризику).

Отже урахування ризиків при формуванні механізмів управління туристичною сферою в умовах модернізації економіки України є необхідним етапом у процесі розробки та прийняття ефективних господарських рішень.

ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України. К.: Українська правнича фундація, 1996. 106 с.
2. Господарський кодекс України: *Офіційний документ*. К.: Кондор, 2003. – 208 с.
3. Податковий кодекс України: Офіційний документ від 24.04.2012 р. № 2755/94–17. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення: 03.04.2020).
4. Про приватизацію державного майна: Закон України від 04.03.1992 р. № 2163–XII. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
5. Про туризм: Закон України від 18.11.2003 р. № 1282–IV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2020).
6. Про транспорт: Закон України від 10.11.94 р. № 233/94-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2020).
7. Про залізничний транспорт: Закон України від 04.11.2108 р. № 273/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2020).
8. Про автомобільний транспорт: Закон України від 23.02.2006 р. № 3492-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2020).
9. Повітряний кодекс України від 13.02.2020 р. № 440-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2020).
10. Агеева И.С. Возможности использования анимационных программ в туризме / *Молодой ученый*. 2012. №6. С. 123-125.
11. Алмашій Я. І. Особливості туристичної діяльності в закарпатській області / *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія. Економіка*. Випуск 2 (34). 2011. С. 35-41.
12. Ариарский М.А. Культура досуга как предмет педагогики и прикладной культурологии / *Материалы международной научно-практической конференции «Педагогические и рекреационные технологии в современной*

индустрии досуга». (г. Киев, 4-6 июня 2004 г.). URL: http://tourlib.net/statti_tourism/ariarskij.htm (дата звернення: 03.04.2020).

13. Аріон О.В. Організація транспортного обслуговування туристів : Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2008. 192 с.

14. Бабаєва О. В., Вольфсон-Гаршина Н. В. Організація дозвілля: конспект лекцій для студентів спеціальностей 242 «Туризм», 241 «Готельно-ресторанна справа», 181 «Харчові технології». Харків : ХТЕІ КНТЕУ, 2018. 62 с.

15. Байлик С. И. Вступление в анимацию гостеприимства: учебн. пособие. Харьков : Прапор, 2014. 160 с.

16. Бакай Н., Калущка Л. Конкуреноспроможність туристично-рекреаційної галузі західного регіону, значення транспортних послуг. URL: <https://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2008/08bnmztp.pdf> (дата звернення: 03.04.2020).

17. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика: монографія / Р.І. Балашова; *Донецький інститут туристичного бізнесу*. – Донецьк: видавництво «Вебер», 2009. 343 с.

18. Бандурко А. О., Марценюк Л. В., Власова О. П., Альтернативні напрями розвитку пасажирських залізничних компаній в Україні. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3_2019/5.pdf (дата звернення: 03.04.2020).

19. Бочелюк В. Й., Бочелюк В. В. Дозвіллезнавство : навч. посіб. К. : Центр навч. л-ри, 2012. 208 с.

20. Брич В. Я. Організація туризму: підручник. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 448 с.

21. Буряк Г.М. Анімаційне обслуговування на підприємствах зеленого (сільського) туризму / *Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти» (м. Херсон, 17-18 жовтня 2019 р.)*. Херсон: Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2019. 458 с.

– С.422-423. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/burjak.htm (дата звернення: 03.04.2020).

22. Ведмідь Н. Г. Організація дозвілля туристів : навч. носіб. К.: КНТЕУ, 2015. 85 с.

23. Виндюк А.В. Подготовка аниматоров для гостинично-курортного дела / *Материалы международной научно-практической конференции «Современные проблемы и пути их решения в науке, транспорте, производстве и образовании»*. – 2011. – Выпуск 4. Том 25. – С.68-69. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/vindjuk.htm (дата звернення: 03.04.2020).

24. Воронина А.Б. Анимация, анимационная деятельность: сущность понятий / *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского Серия «География»*. Том 25(64). – 2012. – №3. – С.49-55. URL:http://tourlib.net/statti_tourism/voronina.htm (дата звернення: 03.04.2020).

25. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : Навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2013. 178 с.

26. Герасименко В. Г. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В. Г. Герасименка, О. Л. Михайлюк. К.: ФОП Гуляева В. М., 2019. 332 с.

27. Годя І. Розвиток річкового круїзного туризму в Україні: минуле і сьогодення / *Східноєвропейський історичний вісник*. 2016. Вип. 1. С. 86-91.

28. Головне управління статистики у Закарпатській області URL: <http://www.stat.uz.ua/> (дата звернення: 03.04.2020).

29. ДСТУ 4268:2003. Державний стандарт України. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги [Чинний від 2004-01-07]. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 14 с.

30. ДСТУ 4269:2003. Державний стандарт України. Послуги туристичні. Класифікація готелів [Чинний від 2004-01-09]. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 13 с.

31. ДСТУ 4527:2006. Державний стандарт України. Послуги

туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення [Чинний від 2006-01-10]. К.: Держспоживстандарт України, 2006. 28 с.

32. Животенко В.О. Розвиток сучасного суспільства: економіка щастя та туризм / *Матеріали методологічного міждисциплінарного Інтернет-семінару «Щастя у подорожах: реактуалізація духовно-творчої спадщини і дозвілєвих практик мандрівного філософа-богослова Г.С. Сковороди»*. Полтава: ПУЕТ, 2020. 96 с. С.77-82. URL:http://tourlib.net/statti_ukr/zhyvotenko2.htm (дата звернення: 03.04.2020).

33. Закарпатська обласна державна адміністрація URL: <http://www.carpathia.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2020).

34. Закарпатська область – інформаційна картка URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=90476&cat_id=3143 (дата звернення: 03.04.2020).

35. Закарпатська область. Золота еліта України. URL: <http://transcarpathia.ukrgold.net/ukr/> (дата звернення: 03.04.2020).

36. Заповідні території Карпатських гір. URL: <http://carpathians.org.ua/>

37. Інформаційний центр з питань культури та мистецтва URL: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853> (дата звернення: 03.04.2020).

38. Карпенко Н. М. Історико-культурна спадщина як чинник розвитку регіональної туристичної дестинації / М.М. Логвин, Н.М. Карпенко, П.В. Шуканов // *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Випуск № 4 (21) с.393-399.

39. Логвин М. М. Туристські ресурси, система атракцій та локації як чинник розвитку сфери туризму Полтавської області / М.М. Логвин, Н.М. Карпенко // *Матеріали круглого столу «Розвиток туризму в Україні: проблеми, виклики та перспективи*. Львів, 26 вересня 2019 р. – Львів: ЛНУВМ та БТ, 2019, с. 67-70.

40. Карпенко Ю.В. Ідентифікація статичних чинників забезпечення

інвестиційного розвитку сфери туризму / Ю.В. Карпенко, Н.М. Карпенко // Матеріали XI Міжнародної науковопрактичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання». Черкаси, ЧДТУ, 2020, С. 40-42

41. Шуканов П.В. Geoeconomic aspects of international tourism development / П.В. Шуканов, М.С.М. Логвин, Н.М. Карпенко // Актуальні проблеми та перспективи розвитку харчових виробництв, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу: Мат.-ли Міжнар. наук.-прак. конф., присвяченої 45-річчю факультету ХТГРТБ (м. Полтава, 20-21 листопада 2019 р.) – Полтава: ПУЕТ, 2019. – С. 81-83.

42. Особливості розвитку ринку туристичних послуг у Полтавській області. / Т.О. Гусаковська, Н.М. Карпенко, М.М. Логвин //Determinants of Innovation and Investment Development of MultiBranch Entrepreneurship, Tourism and Hospitality Industry : Collectivemonograph. / V. Yatsenko, S. Pasieka, O. Yatsenko and others: [Ed. by Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V.M.]. Nuremberg: Verlag SWG imex GmbH, Germany. 2019. 432 p. С.319-330.

43. Скляр Г.П., Карпенко Н.М. Формування механізмів державно-комунально-приватного партнерства як умова сталого розвитку туристичної дестинації. *Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика*: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції Львів: РВВ ЛТЕУ, 2018. С. 127-129.

44. Карпенко Н.М. Тенденції та перспективи розвитку туризму у полтавській області в період модернізації економіки / Н.М. Карпенко, М.М. Логвин, П.В. Шуканов. // Економічні студії (Economics studies). – 2020. Випуск №3 (29). С. 38-44.

45. Качій Ю. З історії музейної справи на Закарпатті / Науковий збірник *Закарпатського краєзнавчого музею*. Ужгород: Патент, 1995. Вип. 1. С. 5-8.

46. Килимистий С.М. Анімація в туризмі: навчальний посібник. К.: ФПУ, 2017. 188 с.

47. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2011. 344 с.
48. Коваль П.Ф. В'їзний туризм: Навчальний посібник / П.Ф.Коваль, Н.О.Алешугіна, Г.П.Андрєєва, О.О.Зеленська, Т.В.Григор'єва, О.Г.Пархоменко, В.Б.Дудко, М.О.Михайловський, С.І.Бондар. – Ніжин: Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.
49. Кочіш Ю.Ч., Патлякевич О.Г. Реалізація туристично-рекреаційного потенціалу Закарпаття як один з основних напрямків розвитку економіки області URL: http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2011_32/statti/2_14.htm (дата звернення: 03.04.2020).
50. Кравець О. М. Байлик С. І. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посібник; *Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова.* – 2-ге вид., перероб. і доп. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 335 с.
51. Кузьма Б. Традиції і сучасність закарпатської школи живопису / *Живописці Закарпаття.* 2009. Осінь. С. 32–35.
52. Литвин О. В., Кирилук І. М. Транспортні засоби в системі туристичної індустрії. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/198.pdf> (дата звернення: 03.04.2020).
53. Лужанська Т. Ю. Махлинець С. С., Тебляшкіна Л. І. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: навч. посіб. К.: Кондор, 2008. 385 с.
54. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг URL: http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp.htm (дата звернення: 03.04.2020).
55. Ляшук Р. М. Правові основи здійснення автомобільних перевезень / *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: Юридичні науки.* 2017. Вип. 2. С.18-30.
56. Максимець О. Спортивна анімація як складова позааудиторної роботи студентів вищих навчальних закладів туристичного профілю / *Вісник Львів. ун-ту. Серія педаг.* 2011. Вип.27. С.101-108.

57. Максимовська Н.О. Анімація дозвілля як засіб соціального розвитку особистості в соціумі, що глобалізується / *Вісник Харківської державної академії культури*. 2012. Вип.35. С.268-278. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/maksymovska4.htm
58. Мальська М. П. Худо В. В., Занько Ю. С. Організація туристичного обслуговування : Підручник. К : Знання, 2011. 275с.
59. Машіка О. Стоянка первісних людей в Королеві стане музеєм під відкритим небом? / *Новини Виноградівщини*. 2006. 27 верес. С. 3.
60. Михайліченко Г.І. Єременко А. Ю. Організація туристичних подорожей : навчальний посібник. К. : КНТЕУ, 2011. 392 с.
61. Мікловда В. П., Кубіній Н. Ю., Завадяк Р. І., Сокол І. І., Максимець І. І., Кубіній В. В. Стратегічне управління ефективністю підприємств у корпоративному секторі регіону: проблеми та шляхи вдосконалення: Монографія. Ужгород: Ліра, 2010. 196 с.
62. Міхо О. І. Анімація в рекреації та туризмі: Словник-довідник. К.: Видавництво Ліра-К, 2019. 224 с.
63. На Закарпатті вчили, як розвивати туризм в тергромадах. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2793439-na-zakarpatti-vcili-ak-rozvivati-turizm-v-tergromadah.html> (дата звернення: 03.04.2020).
64. Нездоймінов С. Г., Андрєєва Н. М. Дослідження туристичного руху на водному транспорті в Україні. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2017_1_205_212.pdf (дата звернення: 03.04.2020).
65. Носа Б. М. Історія розвитку туризму на закарпатті (кін. XIX – поч. XXI ст.): короткий історіографічний огляд. / *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*, 2017, вип. 47 С. 248-252.
66. Пангелов Б.П. Організація і проведення туристськокраєзнавчих подорожей: навчальний посібник для студ. ВНЗ. К : Академвидав, 2010. 248 с.

67. Парубець О. М. Організаційно-економічні особливості надання транспортних послуг туристам. URL: <https://economic-vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcls&id=376> (дата звернення: 03.04.2020).

68. Пеняк П. С. Археологічні старожитності у Зведенні пам'яток історії і культури Закарпатської області / *Матеріали і дослідження з археології Прикарпаття і Волині*. 2006. Вип. 10. – С. 272–276.

69. Філософія: підручник для студентів вищих навчальних закладів / кол. авторів; за ред. Л. В. Губерського; худож.-оформлювач О.Д. Кононученко. — Харків: Фоліо, 2013. - 510 с.

70. Сковорода Г. Розмова п'яти мандрівників про істинне щастя в житті / Г. Сковорода // Україна: філософський спадок століть - Хроніка 2000. - К.: Фонд сприяння розвитку мистецтв, 2000. - 803 с. - С.323-332.

71. Сакс Дж. Экономика счастья [Электронный ресурс] / Дж. Сакс. — Режим доступа : <http://www.project-syndicate.org/commentary/sachs181/Russian>

72. Смит А. Теория нравственных чувств / А. Смит. - М.: Республика, 1997. - 352 с.

73. Cohen R. The Happiness Economics of Life / R. Cohen // The New York Times. - 13.03.2011.

74. About the HPI [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://happyplanetindex.org/>.

75. Петрова І. О. Дозвілля в зарубіжних країнах : підручник. К. : Кондор, 2015. 408 с.

76. Петрук Т. М. Транспортні послуги у туризмі: комп'ютерні системи бронювання. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/petruk.htm (дата звернення: 03.04.2020).

77. Пилип Р. І. Локальні особливості традиційної народної вишивки сорочок українців Закарпаття кінця XIX – першої половини XX ст. / *Науковий і мистецький світ Федора Потоушняка: матер. міжнар. 129 наук. конф., присвяченої 100-річчю від дня народження видатного українського*

письменника і вченого. Ужгород: Ліра, 2010. С. 259-273.

78. Погасій С. О. Шабала І. А. Про роль транспорту у розвитку туризму в Україні / *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2018. № 2(2). С. 39-44.

79. Природно-рекреаційний потенціал Закарпатської області. URL: <http://zolota-pidkova.org.ua/prurodno-rekreaciynuj-potencial-zakarpatsjkoj-oblasti.html> (дата звернення: 03.04.2020).

80. Природно-ресурсний потенціал Закарпатської області та проблеми його раціонального використання. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/8792> (дата звернення: 03.04.2020).

81. Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016 - 2020 роки. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/za150220?an=16>

82. Розвиток історико-культурного туризму в закарпатті: здобутки і проблеми URL: <http://eehb.dspu.edu.ua/article/view/101043/96482> (дата звернення: 03.04.2020).

83. Рутинський М. Й. Замковий туризм в Україні. Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2007. 432 с.

84. Смирнов І.Г. Логістика туризму : Навчальний посібник. К.: Знання, 2009. 444с.

85. Статут залізниць України: затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 06.04.1998 р. № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 03.04.2020).

86. Сучасний туристичний ринок Закарпаття: який він? URL: <https://uz.suspilne.media/news/40228> (дата звернення: 03.04.2020).

87. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. – 2-ге вид., випр. та доповн. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.

88. Торік музеї Закарпаття відвідали 409 тисяч гостей. URL: <http://>

transcarpatia.net/transcarpathia/culture/5592-tork-muzeyi-zakarpattya-vdvdali-409-tisyach-gostey.html (дата звернення: 03.04.2020).

89. Туристичний путівник Закарпаття URL: <http://www.transcarpathiatour.com.ua/> (дата звернення: 03.04.2020).

90. Туристично-екскурсійні ресурси закарпатської області URL: <http://referat-ok.com.ua/regionalna-ekonomika-rps/turistichno-ekskursiini-resursi-zakarpatskoji-oblasti-1> (дата звернення: 03.04.2020).

91. Умови та чинники розвитку міжнародного туризму. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=499> (дата звернення: 03.04.2020).

92. Федака П. Збереження та використання історико-культурної та архітектурної спадщини на Закарпатті / *РІО*. 2006. 24 листопада. С. 5.

93. Фінансова стратегія в управлінні підприємствами: монографія / А.Г. Семенов, О.О. Єропутова, Т.В. Перекрест, А.В. Линенко. Запоріжжя: КПУ, 2008. 188 с.

94. Фрей Л. Основні напрямки удосконалення транспортних послуг для туризму / *Збірник наукових праць ЧДТУ*. 2014. Вип. 36. С. 135-139.

95. Холодова О. О., Дзюба Т. А. Організація молодіжного дозвілля в туризмі / *Географія та туризм*. 2014. Вип. 31. С. 44-55. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2014_31_7 (дата звернення: 03.04.2020).

96. Шандор Ф. Палінчак М. Архітектурні пам'ятники Закарпаття / *Туризм спадщини в Західній Україні*. Ужгород: Ліра, 2001. С. 42–63.

97. Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму: підручник. К.: Знання, 2013. 334 с.

98. Шелеметьєва Т. В. Підвищення рівня транспортних послуг як основа ефективного розвитку туризму України. URL: [http://www.venu-journal.org/download/2016/2\(31\)/pdf/39-Shelemetieva.pdf](http://www.venu-journal.org/download/2016/2(31)/pdf/39-Shelemetieva.pdf) (дата звернення: 03.04.2020).

99. Школа І. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону: монографія / за ред. доктора економічних наук, професора Школи І. М. Чернівці: Книги – XXI,

2007. 292 c.

100. Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S. *Tourism, Principles and Practice*. - Essex: Pearson Prentice Hall, 2008.