

**ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ГАВДЕЙ СВІТЛАНА ВОЛОДИМИРІВНА

УДК 332.1:338.48

ДИСЕРТАЦІЯ

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

Спеціальність: 051 – Економіка
Галузь знань: 05 – Соціальні та поведінкові науки

Подається на здобуття ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело
_____ С.В. Гавдей

Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор
ДМИТРИШИН ЛЕСЯ ІГОРІВНА

Івано-Франківськ – 2023

АНОТАЦІЯ

Гавдей С.В. Організаційно-економічне забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії в галузі знань 05 – “Соціальні та поведінкові науки” за спеціальністю 051 “Економіка”. – Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Івано-Франківськ, 2023.

У дисертації запропоновані теоретико-методологічні засади організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії та обґрунтовано практичні рекомендації щодо формування механізму їх реалізації.

Систематизовано дефініційне та законодавчо-нормативне трактування поняття туристичного сектору та забезпечення його розвитку на основі використання методів індукції та синтезу. Встановлено, що в дефініційному плані поняття туристичний сектор часто ототожнюється з галуззю туризму. Оскільки туризм, як явище, «проникає» практично у всі види економічної діяльності, то запропоновано використовувати ширше поняття «туристичний сектор». Дефініцію «туристичний сектор» визначено у вигляді тріади категорій: «діяльності», тобто надання сукупності туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів, «адміністративно-територіальної приналежності», тобто ефективного використання туристичних ресурсів певної дестинації, та «управління», а саме забезпечення економічної та соціальної суспільної корисності. Законодавчо-нормативне трактування поняття туристичного сектору проаналізовано на основі дослідження інституційних важелів, які представлено, в тому числі, низкою документів нормативно-правової бази та регуляторних актів в цій галузі.

Проаналізовано наявні методичні підходи до організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору засобами структурного та системного аналізу. Встановлено, що важливою рисою організаційно-

економічного забезпечення є поняття взаємодії, яке найкраще описується застосуванням терміну «механізм». Результатом аналізу стало формування відповідного механізму у вигляді сукупності елементів організаційного та економічного характеру (об'єктів, суб'єктів, цілей, завдань, способів взаємодії, методів, важелів, інструментів тощо), взаємопов'язаних та взаємодіючих між собою із динамічними внутрішніми та зовнішніми зв'язками у туристичному секторі, ефективність реалізації якого залежить від здатності створювати у конкретний момент часу нові зв'язки, елементи, стимули.

Проведено аналіз зарубіжного досвіду впливу пандемії та застосування передових практик підтримки туристичного сектору в країнах ЄС з використанням абстрактно-логічного, порівняльного та історичного підходів. Встановлено, що глобальна відповідь на пандемію багато в чому була недосконалою. Уряди прагнули короткострокової стабілізації системи, надаючи значну державну допомогу та одночасно працюючи над поверненням до старого нормального стану. Держави реагували на пандемію індивідуально, а не колективно, послаблюючи міжнародну співпрацю. Туристичний бізнес відповів на кризу диверсифікацією продукції, знижками, скороченням робочої сили та новими маркетинговими стратегіями.

Досліджено передові практики забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії в країнах ЄС. Як приклад, розглянуто досвід Франції, Італії та Польщі. Проаналізовано допандемічні та наявні економічні та організаційні інструменти підтримки малих та середніх підприємств туристичної галузі через пряме фінансування, податкові відтермінування, створення спеціальних інвестиційних фондів, співфінансування скасованих бронювань, банківські та страхові гарантії. Досліджено сукупність маркетингових інструментів - просування менш популярних регіонів країни серед туристів, створення місцевих брендів, просування внутрішнього туризму. Розглянуто заходи, що забезпечують захист як туристів, так і працівників туристичної сфери - від оптимізації карантинних заходів безпеки до компенсації заробітної плати працівникам.

Як результат, сформовано низку пропозицій щодо використання таких практик в українських реаліях з метою виконання короткострокових, пов'язаних із стабілізацією туристичного сектору, та довгострокових завдань, таких, як сталий розвиток, зміна клімату, наслідки політики фіскальної стабілізації для майбутніх поколінь тощо.

Здійснено дослідження чинників розвитку туристичного сектору в умовах пандемії за допомогою методів дедукції, аналізу та групування. Результатом стало вдосконалення методичного забезпечення щодо структуризації чинників розвитку туристичного сектору з врахуванням їх регіональної інтерпретації та впливу пандемічних умов. Структуризація полягала у виокремленні традиційних (привабливість, розташування, інфраструктура, послуги, доступність, ціна), регіональних (організація, фінанси, самоврядування, знання, вміння) та новітніх, пов'язаних з пандемією (медикалізація, стійкість системи охорони здоров'я, сек'юритизація, поінформованість), чинників.

На основі використання рядів динаміки та статистичного групування проведено аналіз показників розвитку туристичного сектору України. Результати проведеного статистичного аналізу традиційних чинників розвитку показали, що в Україні до 2019 року попит на туристичні послуги зріс більше, ніж у 3 рази. Однак, обмеження, пов'язані з пандемією COVID-19, у 2020 році призвели до падіння показника до рівня 2002 року. Найбільший вплив на регіональний чинник мали недостатній попит на послуги туристичного сектору, зростання цін на туристичні послуги, мізерна частка доходів від туризму у ВВП та суттєве зниження податкових надходжень від туристичної індустрії через воєнні дії. До аналізу новітніх чинників віднесено стійкість систем охорони здоров'я до швидкого зростання кількості людей з COVID-19. Встановлено, що національна програма вакцинації українців призвела до зниження кількості хворих або ж легкого перебігу хвороби протягом пандемії коронавірусу. З точки зору сек'юритизації відбулися зміни в політиці безпеки та охорони здоров'я з боку влади. З цією метою МОЗ було розроблено різні документи

надання медичної допомоги при COVID-19. З фінансової точки зору, за 2020 р. витрати центрального уряду на охорону здоров'я зросли більше, ніж вдвічі.

На основі використання порівняльного аналізу передових практик підтримки туризму в країнах ЄС сформовано наступні інструменти економічного та організаційного забезпечення розвитку туристичного сектору: врахування балансу інтересів туриста та туристичного сектору; підтримки малих та середніх підприємств у туристичному секторі; формування механізмів відновлення туристичного сектору. Застосування такого комплексу інструментів дало можливість, з одного боку, забезпечити заходи підтримки туристичного сектору від впливу пандемії, а з іншого, сформувавши передумови для забезпечення сталого розвитку, актуалізації переходу до місцевих та регіональних цінностей, оцифрування туристичних послуг та ін.

Розроблено та реалізовано модельний конструкт забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії на основі використання методів кластерного та дискримінантного аналізу. Результатом реалізації кластерного аналізу стало утворення кластерів подібних між собою об'єктів - країн ЄС за схожими групами інструментів економічного та організаційного розвитку туристичного сектору. Для кожного сформованого кластера побудовано функціональну залежність, яка виражена дискримінантною функцією, розрахованою за допомогою дискримінантного аналізу. На основі застосування дискримінантної функції для туристичного сектору України підібрано найбільш прийнятну класифікаційну групу - країни, досвід боротьби з пандемією яких є найбільш близьким для впровадження в Україні в сфері туризму.

За допомогою системного та структурного аналізу запропоновано механізм організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії. Даний механізм являє собою цілісний комплекс елементів: об'єктів, суб'єктів, цілей, завдань, способів взаємодії, методів, важелів та інструментів. Сформовані цілі розвитку туристичного сектору відповідають запропонованому в дослідженні визначенню поняття

«туристичний сектор». Об'єктну структуру механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору формують туристичні дестинації, які логічно переплітаються із його суб'єктною структурою. Об'єктна та суб'єктна структура механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору покликані у своїй взаємодії реалізувати цілі розвитку туристичного сектору України і забезпечує низку переваг для всіх зацікавлених сторін. Завдання туристичного сектору є інструментами реалізації його цілей і включають відповідно до сформованих у дослідженні традиційних, регіональних та новітніх чинників забезпечення його розвитку. Наступною складовою механізму є складова взаємодії, яка відображає саму дію механізму і перехід завдяки його реалізації від одного стану розвитку туристичного сектору до іншого. Така взаємодія базується на використанні системного або процесного підходів і охоплює різні рівні відповідальності. Використано сукупність методів та важелів. Основними є організаційні (планування, збалансування інтересів, учасників, координація, контроль, моніторинг) та економічні (ресурсне забезпечення, інструменти підтримки та впливу, сучасні маркетингово-інформаційні технології). Допоміжними слугують інституційні (закони, нормативно-правові акти усіх рівнів влади) та фінансові (розподіл коштів бюджетів усіх рівнів, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів банківських та небанківських установ, коштів недержавних фондів) методи та важелі реалізації механізму розвитку туристичного сектору. Проаналізовано досвід їх застосування на різних рівнях від глобального до локального. Насамкінець механізм розвитку туристичного сектору для України після завершення воєнного стану представлений інструментами його реалізації. Застосування механізму сприятиме відновленню та трансформації туризму в Україні як короткостроковій перспективі боротьби з наслідками пандемії, так і в довгостроковому періоді – забезпечення сталого розвитку, використання інновацій і цифровізації, врахування місцевих та регіональних цінностей і створення гідних робочих місць для всіх груп суспільства.

Ключові слова: туристичний сектор, туризм, індустрія туризму, туристична дестинація, туристичні потоки, туристичні послуги, організаційно-економічне забезпечення, механізм, пандемія, COVID-19, інструменти підтримки і розвитку, податки, розвиток, кластерний аналіз, дискримінантний аналіз.

SUMMARY

Havdei S.V. Organizational and economic support for the development of the tourism sector in the conditions of a pandemic. – Qualification scientific work on the rights of a manuscript.

Thesis for the degree of Doctor of Philosophy in the field of knowledge 05 – “Social and Behavioral Sciences” in the specialty 051 – “Economics”. – Vasyly Stefanyk Precarpathian National University, Ivano-Frankivsk, 2023.

The dissertation proposes the theoretical and methodological principles of organizational and economic support for the tourism sector’s development in the pandemic conditions and substantiates practical recommendations for the formation of a mechanism for their implementation.

The definitional and legal-normative interpretation of the tourism sector’s concept and ensuring its development based on the use of induction and synthesis methods are systematized. It has been established that, in terms of definition, the concept of the tourism sector is often identified with the tourism industry. Since tourism, as a phenomenon, "penetrates" practically all types of economic activity, it is proposed to use a broader term "tourist sector". The definition of "tourist sector" is defined in the form of a triad of categories: "activity", that is, the provision of a set of tourist services in order to meet the needs of consumers, "administrative-territorial affiliation", that is, the effective use of tourist resources of a certain destination, and "management", namely the provision of economic and social utility. The legislative-normative interpretation of the concept of the tourism sector is analyzed on the basis of the study of institutional levers, which are represented, among others, by a number of documents of the normative-legal framework and regulatory acts in this field.

The available methodical approaches to the organizational and economic support of the development of the tourism sector are analyzed by means of structural and systemic analysis. It was established that an important feature of organizational and economic support is the concept of interaction, which is best described using the term "mechanism". The result of the analysis was the formation of an appropriate mechanism in the form of a set of elements of an organizational and economic nature (objects, subjects, goals, tasks, methods of interaction, methods, levers, tools, etc.), interconnected and interacting with each other with dynamic internal and external connections in the tourism sector, the effectiveness of which depends on the ability to create new connections, elements, incentives at a specific moment in time.

The analysis of the foreign experience of the impact of the pandemic and the application of advanced practices of supporting the tourism sector in the EU countries was carried out using abstract-logical, comparative and historical approaches. It found that the global response to the pandemic was largely flawed. Governments sought short-term stabilization of the system by providing significant public assistance while working to return to the old normal. States responded to the pandemic individually rather than collectively, weakening international cooperation. The tourism business responded to the crisis with product diversification, discounts, workforce reductions, and new marketing strategies.

The advanced practices of ensuring the development of the tourism sector in the conditions of the pandemic in the EU countries were studied. As an example, the experience of France, Italy and Poland was considered. The pre-pandemic and existing economic and organizational tools for supporting small and medium-sized enterprises in the tourism industry through direct financing, tax deferrals, creation of special investment funds, co-financing of canceled reservations, bank and insurance guarantees were analyzed. A set of marketing tools - promotion of less popular regions of the country among tourists, creation of local brands, promotion of domestic tourism - was studied. The measures that ensure the protection of both tourists and workers in the tourism sector are considered - from the optimization of quarantine security measures to the compensation of workers' wages.

As a result, a number of proposals for the use of such practices in Ukrainian realities have been formed in order to fulfill short-term, related to the stabilization of the tourism sector, and long-term tasks, such as sustainable development, climate change, the consequences of the fiscal stabilization policy for future generations, etc.

The study of the factors of the tourism sector's development in the conditions of the pandemic was carried out using the methods of deduction, analysis and grouping. The result was the improvement of methodological support for the structuring of factors of the tourism sector's development, taking into account their regional interpretation and the impact of pandemic conditions. The structuring consisted in distinguishing the traditional (attractiveness, location, infrastructure, services, accessibility, price), regional (organization, finance, self-governance, knowledge, skills) and the latest ones related to the pandemic (medicalization, sustainability of the health care system, security), factors.

Based on the use of dynamic series and statistical grouping, an analysis of indicators of the tourism sector's development of Ukraine was carried out. The results of the conducted statistical analysis of traditional development factors showed that in Ukraine by 2019 the demand for tourist services increased more than 3 times. However, restrictions related to the COVID-19 pandemic in 2020 caused the figure to drop to 2002 levels. The greatest influence on the regional factor was insufficient demand for services in the tourism sector, rising prices for tourist services, a small share of tourism revenues in GDP, and a significant decrease in tax revenues from the tourism industry due to hostilities. The analysis of the latest factors includes the resilience of health care systems to the rapid increase in the number of people with COVID-19. It was established that the national program of vaccination of Ukrainians led to a decrease in the number of patients or a mild course of the disease during the coronavirus pandemic. From the point of view of securitization, there have been changes in the security and health care policy of the authorities. For this purpose, the Ministry of Health has developed various documents for the provision of medical assistance in case of COVID-19. From a financial perspective, central government health spending more than doubled in 2020.

Based on the use of a comparative analysis of advanced tourism support practices in EU countries, the following tools of economic and organizational support for the development of the tourism sector were formed: taking into account the balance of the interests of the tourist and the tourism sector; supporting small and medium-sized enterprises in the tourism sector; formation of mechanisms for the recovery of the tourism sector. The use of such a set of tools made it possible, on the one hand, to provide measures to support the tourism sector from the impact of the pandemic, and on the other hand, to create prerequisites for ensuring sustainable development, actualizing the transition to local and regional values, digitizing tourist services, etc.

A model structure for ensuring the development of the tourism sector of Ukraine in the conditions of the pandemic was developed and implemented, based on the use of cluster and discriminant analysis methods. The result of the cluster analysis was the formation of clusters of similar objects - EU countries according to similar groups of instruments of economic and organizational development of the tourism sector. For each formed cluster, a functional dependency is constructed, which is expressed by a discriminant function calculated using discriminant analysis. Based on the application of the discriminant function, the most appropriate classification group was selected for the tourism sector of Ukraine - countries whose experience in combating the pandemic is closest to implementation in Ukraine in the field of tourism.

With the help of systemic and structural analysis, a mechanism of organizational and economic support for the development of the tourism sector of Ukraine in the conditions of the pandemic is proposed. This mechanism is a complete set of elements: objects, subjects, goals, tasks, methods of interaction, methods, levers and tools. The formed goals of the development of the tourism sector correspond to the definition of the concept of "tourism sector" proposed in the study. The object structure of the mechanism of organizational and economic support for the development of the tourism sector is formed by tourist destinations, which are logically intertwined with its subject structure. The object and subject structure of the

mechanism of organizational and economic support for the development of the tourism sector are designed in their interaction to realize the goals of the development of the tourism sector of Ukraine and provide a number of advantages for all interested parties. Tasks of the tourism sector are tools for the realization of its goals and include, according to the research, traditional, regional and modern factors of ensuring its development. The next component of the mechanism is the component of interaction, which reflects the very action of the mechanism and the transition due to its implementation from one state of development of the tourism sector to another. Such interaction is based on the use of system or process approaches and covers different levels of responsibility. A set of methods and levers were used. The main ones are organizational (planning, balancing interests, participants, coordination, control, monitoring) and economic (resource provision, tools of support and influence, modern marketing and information technologies). Institutional (laws, regulatory acts of all levels of government) and financial (distribution of funds from budgets of all levels, investments, grants of international organizations, attraction of loans from banking and non-banking institutions, funds from non-state funds) and levers of implementation of the tourism sector development mechanism serve as aids.

The experience of their application at different levels, from global to local, is analyzed. Finally, the mechanism for the development of the tourism sector for Ukraine after the end of martial law is represented by the tools for its implementation. The application of the mechanism will contribute to the restoration and transformation of tourism in Ukraine both in the short-term perspective of combating the consequences of the pandemic, and in the long-term - ensuring sustainable development, using innovations and digitalization, taking into account local and regional values and creating decent jobs for all groups of society.

Keywords: tourist sector, tourism, tourism industry, tourist destination, tourist flows, tourist services, organizational and economic support, mechanism, pandemic, COVID-19, support and development tools, taxes, development, cluster analysis, discriminant analysis.

Список публікацій Гавдей С.В. за темою дисертації

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Гавдей С.В. Формування новітніх чинників розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. (0,6 д.а.). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-66>

URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/133>

2. Дмитришин Л.І., Гавдей С.В. Зарубіжний досвід забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії. *Причорноморські економічні студії*. 2021. № 70. С.19-24. *Особистий внесок (0,5 д.а.): проаналізовано допандемічні та наявні економічні та організаційні інструменти підтримки малих та середніх підприємств туристичної галузі (0,8 д.а.)*. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.70-3>

URL: http://bses.in.ua/journals/2021/70_2021/5.pdf

3. Дмитришин Л.І., Гавдей С.В. Економічне та організаційне забезпечення розвитку туристичного сектору України. *Бізнес Інформ*. 2022. № 2. С.75-80. *Особистий внесок (0,4 д.а.): запропоновано інструменти економічного та організаційного розвитку туристичного сектору України (0,5 д.а.)*. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-2-75-80>

URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-2_0-pages-75_80.pdf

4. Гавдей С.В. Модельний конструкт економічного розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії. *Наукові перспективи*. 2022. № 8. С.132-145. (0,8 д.а.). DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-8\(26\)-132-145](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-8(26)-132-145)

URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/2369>

5. Гавдей С.В. Аналіз традиційних та новітніх чинників розвитку туристичного сектору України. *Бізнес Інформ*. 2022. № 8. С.151-158. (0,6 д.а.). DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-8-151-158>

URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-8_0-pages-151_158.pdf

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав:

6. Гавдей С.В. Інституційні важелі забезпечення розвитку туристичного сектору в кризовий період. *Věda a perspektivy*. 2023. № 2(21). С.38-50. (0,8 д.а.).

DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-2\(21\)-38-50](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-2(21)-38-50)

URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vp/article/view/3767>

Матеріали наукових конференцій

7. Гавдей С.В. Особливості розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Матеріали V Міжнародної наукової конференції «Science and Global Studies» (Прага, Чехія). 30 грудня 2020 р. International Scientific Journal «Internauka».* (0,2 д.а.). URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16108281191418.pdf>

8. Дмитришин Л.І., Гавдей С.В. Інноваційні інструменти підтримки туристичного сектору в умовах пандемії. *Матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Управління інноваційним розвитком на макро-, мезо- та мікрорівнях» (Одеса). 27-28 травня 2021 р. Особистий внесок (0,1 д.а.): сформовано набір інноваційних інструментів підтримки туристичного сектору в умовах пандемії (0,14 д.а.).* URL: https://economics.net.ua/files/science/innov_roz/2021/tezy.pdf

9. Гавдей С.В. Функціонування туристичного сектору в умовах кризи. *Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих економістів-кібернетиків «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід» (Львів). 25 листопада 2022 р. (0,14 д.а.).*

10. Гавдей С.В. Особливості управління коронавірусною кризою в туризмі. *Матеріали VIII Міжнародної науково-методичної конференції «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» (Чернівці). 20-21 квітня 2023 р. С.81-83. (0,11 д.а.).*

ЗМІСТ

ВСТУП	15
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	22
1.1. Теоретичні підходи до розкриття сутності, інституційних важелів та чинників забезпечення розвитку туристичного сектору	22
1.2. Методичні підходи до організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору	34
1.3. Уроки пандемії COVID-19 для туристичного сектору	42
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	64
2.1. Аналіз заходів щодо підтримки туристичного сектору в країнах ЄС	64
2.2. Дослідження традиційних та формування новітніх чинників розвитку туристичного сектору в умовах пандемії	78
2.3. Аналіз традиційних та новітніх чинників розвитку туристичного сектору України	92
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЙНО- ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	112
3.1. Інструменти економічного та організаційного забезпечення розвитку туристичного сектору	112
3.2. Модельний конструкт забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії	121
3.3. Механізм організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії	141
ВИСНОВКИ	162
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	166
ДОДАТКИ	184

ВСТУП

Актуальність теми. Світ зазнав і продовжує зазнавати значних втрат і невдач через COVID-19. Не останнє місце серед цих невдач займає шок у туристичному секторі, який у 2020 році призвів до зниження внеску туризму у ВВП в країнах ОЕСР практично вдвічі. В Україні обмеження, пов'язані з пандемією, у 2020 році призвели до падіння показника попиту на послуги туристичного сектору до рівня 2002 року. Ці тенденції ще більше погіршились у зв'язку з військовою агресією Росії проти України.

Туристичний сектор створює робочі місця, стимулює регіональний розвиток і підтримує місцеві громади. Тому, щоб підтримати відновлення та трансформацію туристичного сектору в Україні після пандемії та завершення воєнного стану, необхідним буде зміцнення співпраці між владою, туристичним сектором, місцевими громадами та усіма зацікавленими сторонами. Постійні та трансформаційні дії повинні бути представлені у формі цілісного механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору, що підтверджує актуальність даної теми.

Дослідження розвитку туристичного сектору в умовах пандемії наведено у працях таких вчених, як: Беляєва С., Благун І., Дишкантюк О., Діас А., Дмитришин Л., Зопіатіс А., Кулиняк І., Лещук Г., Палаціос-Флоренціо Б., Пандеу К., Писарева І., Сторонянська І., Тсаї М.-С., Чен С. Формуванню механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туризму присвячено праці Діденко Д., Кучер С., Семенова В. та ін. Втім комплексного дослідження, яке враховує сучасні постпандемічні умови та вплив воєнних дій на розвиток туристичного сектору і формування відповідного механізму організаційно-економічного забезпечення наразі в повній мірі не висвітлено. Це й спричинило вибір теми дисертаційної роботи та її науково-прикладне значення.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Результати дисертаційної роботи відповідають плану наукових досліджень

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, а саме: «Моделювання процесів управління в соціально-економічних системах» (номер державної реєстрації 0113U005083, 2013–2027 рр.), де автором розроблено та реалізовано модельний конструкт економічного розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії за допомогою кластерного та дискримінантного аналізу, а також сформовано механізм організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору.

Мета та завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розроблення теоретико-методичного забезпечення та практичного інструментарію формування механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії.

Для досягнення поставленої мети дослідження в роботі поставлено такі завдання:

- дослідити теоретичні підходи до розкриття сутності поняття розвитку туристичного сектору;
- проаналізувати наявні методичні підходи до організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору;
- провести аналіз зарубіжного досвіду впливу пандемії та підтримки туристичного сектору;
- здійснити дослідження чинників розвитку туристичного сектору в умовах пандемії;
- провести аналіз традиційних та новітніх чинників розвитку туристичного сектору України;
- сформулювати інструменти економічного та організаційного забезпечення розвитку туристичного сектору;
- розробити та реалізувати модельний конструкт забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії;
- сформулювати механізм організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку туристичного сектору в умовах пандемії.

Предметом дослідження є формування механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії.

Методи дослідження. Методологічними аспектами дослідження є положення вітчизняних та зарубіжних вчених стосовно організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії. У дисертації застосовано наступні методи дослідження: індукції та синтезу – для дослідження категоріального апарату; дедукції та аналізу – для дослідження чинників розвитку туристичного сектору в умовах пандемії; системний – для формування механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору; абстрактно-логічний – для розроблення висновків, узагальнень та рекомендацій; історичний – для вивчення зарубіжного досвіду впливу пандемії на туризм; ряди динаміки – для статистичного аналізу традиційних та новітніх чинників розвитку туристичного сектору України; структурний – для відображення взаємозв'язків складових механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектор; групування – для систематизації чинників розвитку туристичного сектору; порівняльний – для зіставлення зарубіжних та вітчизняних інструментів економічного та організаційного забезпечення розвитку туристичного сектору; економіко-статистичний – для збору інформації, її обробки та представлення одержаних результатів; кластерного аналізу – для групування у кластери інструментів економічного та організаційного розвитку туристичного сектору; дискримінантного аналізу – для підбору інструментів забезпечення розвитку туристичного сектору в Україні; графічний – для наочного відображення результатів дисертаційної роботи.

Інформаційною базою дисертаційної роботи є законодавчі акти державних органів влади, статистична інформація Державної служби статистики України та Євростату, офіційні дані Всесвітньої організації туризму, Державного агентства розвитку туризму, наукові праці вітчизняних та

зарубіжних вчених, матеріали аналітичних видань та засобів масової інформації, ресурси мережі Інтернет, результати досліджень автора.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у формуванні теоретико-методологічного підґрунтя та практичного інструментарію реалізації механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії, зокрема:

удосконалено:

– теоретичні підходи до розкриття сутності поняття «туристичний сектор», що дозволило сформувати його компонентну структуру у вигляді тріади категорій «діяльності», тобто надання сукупності туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів, «адміністративно-територіальної приналежності», тобто ефективного використання туристичних ресурсів певної дестинації, та «управління», а саме забезпечення економічної та соціальної суспільної корисності;

– методичне забезпечення щодо структуризації чинників розвитку туристичного сектору з врахуванням їх регіональної інтерпретації та впливу пандемічних умов, що дозволило виокремити традиційні (привабливість, розташування, інфраструктура, послуги, доступність, ціна), регіональні (організація, фінанси, самоврядування, знання, вміння) та новітні, пов'язані з пандемією (медикалізація, стійкість системи охорони здоров'я, сек'юритизація, поінформованість), чинники;

– модельний конструкт забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії за допомогою кластерного та дискримінантного аналізу та на основі зарубіжного досвіду, реалізація якого дозволила підібрати групу країн, досвід боротьби з пандемією яких є найбільш близьким для впровадження в Україні в сфері туризму;

– механізм організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії у вигляді цілісного комплексу об'єктів, суб'єктів, цілей, завдань, способів взаємодії, методів, важелів та

інструментів, застосування якого сприятиме відновленню та трансформації туризму в Україні у боротьбі з наслідками пандемії;

набули подальшого розвитку:

– методичний підхід до організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору, результатом чого стало розроблення відповідного механізму у вигляді сукупності елементів організаційного та економічного характеру, взаємопов'язаних та взаємодіючих між собою із динамічними внутрішніми та зовнішніми зв'язками у туристичному секторі, ефективність реалізації якого залежить від здатності створювати нові у конкретний момент часу зв'язки, елементи, стимули;

– пропозиції щодо врахування зарубіжного досвіду впливу пандемії на туристичний сектор в українських реаліях, які полягають у реалізації не тільки короткострокових завдань, пов'язаних із стабілізацією системи через диверсифікацію туристичного продукту, знижки, скорочення робочої сили, нові маркетингові та інформаційні стратегії та ін., але й вирішенні довгострокових проблем, таких, як сталий розвиток, зміна клімату, наслідки політики фіскальної стабілізації для майбутніх поколінь тощо;

– економіко-статистичний підхід до аналізу традиційних, регіональних та новітніх чинників розвитку туристичного сектору України, який слугував підґрунтям для формування інструментів організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору;

– інструментарій організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору у вигляді складових: врахування балансу інтересів туриста та туристичного сектору; підтримки малих та середніх підприємств у туристичному секторі; формування механізмів відновлення туристичного сектору, застосування якого дозволило не тільки врахувати заходи підтримки туристичного сектору від впливу пандемії, але й аспекти, пов'язані із забезпеченням сталого розвитку, актуалізації переходу до місцевих та регіональних цінностей, оцифруванням туристичних послуг.

Практичне значення одержаних результатів полягає у застосуванні теоретико-методологічних та практичних пропозицій при формуванні державних та регіональних програм розвитку туристичного сектору, а також у господарській діяльності туристичних підприємств. Узагальнено результати дисертаційної роботи та пропозиції автора стосовно формування механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії.

Результати дисертаційної роботи в частині аналізу та оцінки новітніх чинників, які характеризують пандемічні умови функціонування туристичної галузі, впроваджено в діяльності ТОВ «Фірма «Надія» (довідка № 01-6/107 від 08.08.2023 р.).

Теоретичні положення та практичні рекомендації дисертаційної роботи використані в навчальному процесі при викладанні курсів «Моделювання економіки», «Логістичні системи», «Прогнозування економічних процесів», «Менеджмент», «Маркетинг» для студентів спеціальності 051 Економіка на економічному факультеті Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (довідка № 03.04-29/09 від 03.08.2023 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійною науковою роботою автора. Подані на захист наукові висновки, результати, узагальнення та пропозиції є особистою власністю автора та відображають його внесок у теорію, методіку та практику організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії. У наукових роботах, опублікованих у співавторстві, використовуються лише ідеї та інструменти, які впливають із власних досліджень автора.

За результатами дослідження автором опубліковано 10 наукових праць, серед них: 6 наукових статей (з них 5 – у фахових виданнях України, 1 – у наукових виданнях інших держав); 4 – публікації в наукових конференціях. Загальний обсяг публікацій – 4,69 друк. арк., у тому числі автору належить – 4,25 друк. арк.

Апробація результатів дисертації. Результати дисертаційної роботи оприлюднені на міжнародних та всеукраїнських конференціях, зокрема: V Міжнародній науковій конференції «Science and Global Studies» (Прага, 2020 р.), VI Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Управління інноваційним розвитком на макро-, мезо- та мікрорівнях» (Одеса, 2021 р.), X Всеукраїнській науково-практичній конференції «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід» (Львів, 2022 р.), VIII Міжнародній науково-методичній конференції «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» (Чернівці, 2023 р.).

Обсяг і структура дисертації. Дисертаційна робота складається з анотації, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел до кожного розділу та додатків. Робота містить 20 таблиць, 26 рисунків, 3 додатки. Список використаних джерел складається з 160 найменувань на 17 сторінках. Додатки розміщені на 11 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

1.1. Теоретичні підходи до розкриття сутності, інституційних важелів та чинників забезпечення розвитку туристичного сектору

Пандемія COVID-19, російська воєнна агресія призвели до сповільнення, а в більшості галузей, призупинення економічному розвитку в Україні. Особливо сильний негативний вплив ці процеси мали на розвиток туристичного сектору. На даний час постає питання інституціональної підтримки багатьох секторів економіки, щоб після перемоги цим галузям можна було повернутися до звичної діяльності та забезпечити розвиток країни.

Проблематикою дослідження впливу різних інституцій на розвиток галузі туризму присвячено багато праць науковців [56,88-89,99,104,114-115,119-120,128,137,148]. Втім, постійно змінювані зовнішні обставини функціонування туристичного сектору призводять до появи нових викликів і тому, пошуку нових шляхів забезпечення його розвитку.

Інституційні важелі в туристичному секторі забезпечують особливості управління, механізми дії правових норм, закріплення і відтворення яких здійснюється за допомогою таких соціальних організацій, як інститути. Для розкриття їх сутності звернемось до дефініційного та законодавчо-нормативного трактування туристичного сектору та забезпечення його розвитку.

В *дефініційному* плані поняття туристичний сектор часто ототожнюється з галуззю туризму.

Ще з середини ХХ ст. багато урядовців зауважили, що розвиток туризму має все дедалі істотніший вплив на економіки їх країн. Тому, в 1947 році окремі міжнародні туристичні організації були інтегровані в єдиний Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (МСОТО). На той час його членами

стали 116 країн світу, представлені як державними, так і недержавними організаціями. В 1969 році цей союз було трансформовано у нині діючу Всесвітню туристичну організацію (ВТО).

Однак, незважаючи свою тривалу історію, туризм як явище так і не отримав однозначного трактування. Це було пов'язано з тим, що поняття «туризм» еволюціонувало одночасно з розвитком його як галузі економіки у світі. Спочатку туризм розглядався як переміщення та тимчасове перебування особи поза її постійним місцем проживання. Пізніше, коли було встановлено істотний вплив туризму на економіку держав, його поняття почали розглядати як наукову категорію, яка вимагає дослідження та чіткого визначення.

Втім науковці знову зосередилися на визначенні туризму як явища, що зводиться до поняття туристичного туру, тобто до діяльності туроператорів та турагентів [83]. Їх основним аргументом на таке бачення було те, що зазвичай невелика кількість підприємств, установ та організацій спеціалізується на виробництві товарів та послуг тільки для туристів. Тому, на їх думку, не було потреби виокремлювати туризм в окремий сектор економіки.

Ідея такої теорії туризму полягала у визначенні поняття «туризму як сукупності стосунків і явищ, що виникають під час переміщення, і перебування людей в місцях, відмінних від їх постійного місця проживання і роботи» [83]. Такого трактування дотримується багато вітчизняних вчених, як от автори книги «Основи туристичного бізнесу» М. Мальська, В. Худо та В. Цибух [128], автори статті «Поняття та юридичні ознаки туризму в Україні» Ю. Антонова та А. Краснова [120] та ін.

Звичайно, їх бачення щодо сутності туризму виходить із його *законодавчо-нормативного трактування*. У Законі України «Про туризм» від 15.09.1995 року № 325/95-ВР туризм – це «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [111]. *Таке визначення відображає тільки одну сторону туризму як явища, а саме – його поведінку споживача туризму*. Втім, зрозуміло, що споживча функція

туризму (попит) не може бути реалізована без формування для неї туристичної пропозиції. А туристичну пропозицію, як зазначено в [159] утворюють всі ті, хто «інформує туристів та мотивує, пропонує різні варіанти можливих цілей поїздок, транспортує або супроводжує, забезпечує проживання, лікування, зв'язок, безпеку тощо. На відміну від туристів, ці люди діють в місцях свого постійного проживання, і зацікавлені в отриманні доходу».

Звичайно, в ЗУ «Про туризм» всі ці учасники згадуються як суб'єкти туристичної діяльності (стаття 5), але, *на нашу думку*, їх функцію як учасників туристичної діяльності варто було би додати і у саме визначення поняття туризму, наведене в Статті 1. «Визначення термінів» [111].

Власне такого підходу дотримуються деякі зарубіжні вчені. Зокрема, швейцарський економіст К. Каспар розглядає туризм «як дві внутрішні системи: суб'єкт туризму (власне турист – споживач туристичних послуг, з усім різноманіттям його туристичних потреб і мотивів поведінки) та об'єкт туризму (туристичний регіон, туристичні підприємства і туристичні організації)» [32]. Таким чином, дефініція туризму набуває виробничого характеру, оскільки в неї включено діяльність туристичних підприємств, установ та організацій.

В роботі А. Гайдук, таке визначення доповнене ще й об'єктом туризму, який формує сукупність його елементів, а саме туристичних ресурсів [98]. Відтак, поняття «туризму» розширюється до надання сукупності туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів при ефективному використанні туристичних ресурсів дестинацій та паралельній економічній та соціальній суспільній корисності. Таким чином, *на нашу думку*, споживчий підхід до трактування туризму як явища повинен бути розширений до економічного підходу, наведеного вище.

Звичайно, можна апелювати до соціокультурного, галузевого, безпекового та інших дефініційних трактувань туризму, але всі ці його аспекти можна відобразити вже у видах туризму, які в ЗУ «Про туризм» класифікують як: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для осіб з інвалідністю; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний;

релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо [111].

З усього різноманіття видів туризму бачимо, що для їх забезпечення необхідно у сферу туризму включити практично всі види (або їх частини) економічної діяльності. Згідно Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД) [115] такими видами діяльності могли би стати:

А. СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО, ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО ТА РИБНЕ ГОСПОДАРСТВО – для забезпечення розвитку зеленого, сільського та мисливського туризму;

В. ДОБУВНА ПРОМИСЛОВІСТЬ І РОЗРОБЛЕННЯ КАР'ЄРИВ - для забезпечення розвитку лікувально-оздоровчого (соляні шахти, наприклад) та пригодницького туризму;

С. ПЕРЕРОБНА ПРОМИСЛОВІСТЬ - для забезпечення розвитку гастрономічного та, зрештою, всіх видів (виробництво продуктів харчування) туризму;

Г. ОПТОВА ТА РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ – для доведення готової продукції до споживача (туриста);

Н. ТРАНСПОРТ, СКЛАДСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО, ПОШТОВА ТА КУР'ЄРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ – для надання послуг транспортування;

І. ТИМЧАСОВЕ РОЗМІЩУВАННЯ Й ОРГАНІЗАЦІЯ ХАРЧУВАННЯ – власне той вид КВЕД, який забезпечує безпосередньо розвиток туризму як галузі економіки;

Ж. ІНФОРМАЦІЯ ТА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЇ - для забезпечення інформаційної складової всіх видів туризму;

К. ФІНАНСОВА ТА СТРАХОВА ДІЯЛЬНІСТЬ – виконує безпекову та фінансову функції у розвитку галузі туризму;

Л. ОПЕРАЦІЇ З НЕРУХОМИМ МАЙНОМ – через надання додаткових (окрім І. МІСЦЬ ТИМЧАСОВОГО РОЗМІЩУВАННЯ) послуг тимчасового проживання - надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна;

М. ПРОФЕСІЙНА, НАУКОВА ТА ТЕХНІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ – через супровідний (юридичний, фінансовий, інший) консалтинг, рекламну діяльність та дослідження кон'юнктури ринку всіх видів туризму;

Н. ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ АДМІНІСТРАТИВНОГО ТА ДОПОМІЖНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ через забезпечення розвитку спортивного, підводного, гірського, автомобільного туризму (оренда, прокат і лізинг туристичного спорядження, транспортних засобів). Власне сюди входить діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність;

О. ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ Й ОБОРОНА; ОBOB'ЯЗКОВЕ СОЦІАЛЬНЕ СТРАХУВАННЯ – знову ж таки забезпечення безпекових заходів всіх видів туризму;

Р. ОСВІТА – для забезпечення розвитку культурно-пізнавального, освітнього туризму, а також забезпечення формальної, неформальної та інформальної складових розвитку всіх видів туризму;

Q. ОХОРОНА ЗДОРОВ'Я ТА НАДАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДОПОМОГИ – для забезпечення безпекових заходів усіх видів туризму, а також розвитку туризму лікувально-оздоровчого, для осіб похилого віку, для осіб з інвалідністю тощо;

R. МИСТЕЦТВО, СПОРТ, РОЗВАГИ ТА ВІДПОЧИНОК - для забезпечення розвитку дитячого; молодіжного; сімейного; культурно-пізнавального; спортивного; релігійного; пригодницького; самодіяльного та інших видів туризму;

T. ДІЯЛЬНІСТЬ ДОМАШНІХ ГОСПОДАРСТВ - для забезпечення розвитку дитячого; сімейного; зеленого; сільського та інших видів туризму.

Як бачимо, туризм, як явище, «проникає» практично у всі види економічної діяльності. Тому, на нашу думку, доречним було б, окрім дефініції «туризм», в наукових дослідженнях послуговуватися більш широким трактуванням, як-от «туристичний сектор».

Чому сектор, а не галузь, сфера чи ін.? Як пояснює Словник іншомовних слів [146], сектор – «це ... 3. Частина господарства, яка має певні соціальні й економічні ознаки; галузь. 4. Відділ в установі або організації; секція. 5. спец. Відділ системи управління ...». Тобто сектор за своєю сутністю може охоплювати і діяльність, і адміністративно-територіальну приналежність, і управління.

В той же час як галузь – це «...2. Певна ділянка виробництва, науки і т. ін...» [147]. Тобто галузь характеризує тільки діяльність.

Часто дотично до туризму використовують поняття «сфера». Як повідомляється в Українському тлумачному словнику [147], сфера – це серед іншого «...3. Район дії, межа поширення чого-небудь... 4. Сукупність умов, середовище, в яких що-небудь відбувається; обстановка...». Тобто поняття сфери охоплює територіальну приналежність, і частково адміністративну.

Як видно з тлумачення перелічених вище понять, поняття «сектор» є найширшим, а тому найкраще, на, нашу думку, відображає усе розмаїття туризму як явища. Тому в подальшому дослідженні будемо використовувати дефініцію **туристичний сектор**, яка відображає *діяльність*, зокрема, надання сукупності туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів, *адміністративно-територіальну приналежність*, тобто ефективне використання туристичних ресурсів *дестинацій та управління*, а саме забезпечення економічної та соціальної суспільної корисності.

Управління туристичним сектором - це модель, завданням якої є об'єднання зусиль кожного з суб'єктів туристичної діяльності задля досягнення спільних цілей. Оскільки спільною визначальною ціллю (місією) для всіх суб'єктів туристичного сектору є забезпечення економічної та соціальної суспільної корисності від туристичного сектору, то постає питання як її формалізувати. Така ціль має на меті покращення існуючого стану туристичного сектору, тобто його *розвиток*.

Тому далі спробуємо охарактеризувати сутність розвитку туристичного сектору. Поняття «розвиток» трактується Словником української мови – як

«...процес, в результаті якого відбувається зміна якості чого-небудь, перехід від одного якісного стану до іншого, вищого...» [147]. Відповідно до цього, розвиток туристичного сектору розумітимемо як процес, в результаті якого відбуватиметься зміна якості діяльності, адміністративно-територіальної приналежності та управління в туризмі, перехід від одного його якісного стану до іншого.

Забезпечення розвитку туристичного сектору в нашому розумінні відштовхується від *адміністративно-територіальної приналежності*, іншими словами від місця діяльності – села, міста, ОТГ, регіону, країни і т.д., та організації цієї діяльності – *інституційних важелів*.

Якщо розглядати будь-яке адміністративно-територіальне утворення, то, очевидно, що його економічний розвиток «розглядається з позиції зміцнення її фінансово-економічної спроможності, нарощення соціального капіталу, покращення середовища життєдіяльності мешканців (інституційного, соціального, економічного, екологічного). Перенесення ваги відповідальності за власний економічний розвиток на базову одиницю адміністративно-територіального устрою – територіальну громаду – спонукає її до ефективного використання внутрішнього потенціалу та пошуку сфер економічної діяльності, які можуть забезпечити її фінансово-економічну спроможність» [99].

Такою сферою можна вважати розвиток туристичного сектору та його складових. На рис. 1.1 наведено взаємозв'язок функцій розвитку адміністративно-територіального утворення (на прикладі об'єднаної територіальної громади) та розвитку туристичного сектору.

Реалізація функцій розвитку туристичного сектору у їх взаємозв'язку з економічним розвитком адміністративно-територіального утворення неможлива без інноваційно-інвестиційної діяльності. Саме інноваційно-інвестиційна діяльність є основою для реалізації регіональних та національних цільових програм, в тому числі, програм розвитку туристичного сектору.

Успішна реалізація таких програм розвитку туристичного сектору забезпечить його стабільну динаміку функціонування й

конкурентоспроможність на як на внутрішньому, так і на зовнішньому туристичних ринках.

<i>Мета концепції місцевого економічного розвитку – зростання добробуту всіх суб'єктів територіальної громади на основі ефективного використання її ендегенного потенціалу</i>		
<i>Завдання</i>	<i>Функції економічного розвитку територіальної громади</i>	<i>Функції розвитку туристично-рекреаційної сфери в територіальній громаді*</i>
<i>Стимулювання підприємництва в громаді та підтримка місцевих підприємств</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Створення та активізація діяльності просторових форм організації бізнесу (кластерів, бізнес-інкубаторів, індустріальних парків тощо). - Моніторинг і консультування місцевих підприємств з питань оподаткування, зменшування ризиків і прогнозування попиту на продукцію, ліцензування продукції, розширення ризиків збуту, доступу до кредитних ресурсів тощо. 	<ul style="list-style-type: none"> - Створення або активізація функціонування туристично-рекреаційного кластера. - Стимулювання створення зелених садів. - Стимулювання легітимізації туристично-рекреаційного бізнесу. - Активізація розвитку суміжних сфер діяльності.
<i>Залучення інвестиційних і кредитних ресурсів в економіку територіальної громади</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Визначення пріоритетів розвитку місцевої економіки для спрямування інвестиційних ресурсів. - Співпраця з інвесторами та презентація інвестиційних проектів. - Супровід інвестора під час реалізації інвестиційних проектів. - Підготовка інвестиційних проектів. 	<ul style="list-style-type: none"> - Вибір пріоритетів туристично-рекреаційної діяльності. - Аналіз потенціалу розвитку туристично-рекреаційної діяльності. - Співпраця з інвесторами та розроблення інвестиційних проектів у туристично-рекреаційній сфері.
<i>Розвиток людського капіталу територіальної громади</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Аналіз структури та динаміки населення громади, дослідження якості трудових ресурсів. - Стимулювання проектів у сфері освіти, навчання професійного розвитку мешканців громади. - Підтримка креативних ініціатив. - Стимулювання створення висококласних робочих місць. 	<ul style="list-style-type: none"> - Моніторинг зайнятості у туристично-рекреаційній сфері, визначення потенційної потреби цієї сфери у кваліфікованих фахівцях. - Стимулювання проектів у сфері освіти, навчання професійного розвитку підприємств у туристично-рекреаційній сфері.
<i>Розвиток соціального капіталу територіальної громади</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Забезпечення інклюзивності розвитку територіальної громади, залучення всіх суб'єктів до прийняття колегіальних управлінських рішень. - Реалізація проектів, спрямованих на підвищення довіри мешканців, посилення їх взаємодії (підтримка функціонування хорів, спортивних команд тощо). - Створення та розбудова громадських просторів. - Створення, просування та підтримка іміджу громади, популяризація місцевої історико-культурної спадщини, традицій. 	<ul style="list-style-type: none"> - Підтримка та ефективне використання історичної культурної спадщини, якою володіє територіальна громада. - Реалізація проектів, спрямованих на підвищення довіри мешканців, посилення їх взаємодії (підтримка функціонування хорів, спортивних команд тощо). - Створення та розбудова територій та просторів, які стимулюватимуть залучення туристів у громаду. - Створення, просування туристичного бренду громади.

Рис. 1.1. Взаємозв'язок функцій розвитку адміністративно-територіального утворення та розвитку туристичного сектора [99]

Загалом інноваційно-інвестиційну діяльність можна розглядати як нову модель забезпечення розвитку туристичного сектора (рис. 1.2).

Її ядром є інноваційні заходи в частині вдосконалення умов розміщення, побутових зручностей, матеріально-технічної бази, маркетингові механізми просування туристичного продукту, його ефективною реклами, технологічні

інновації в частині впровадження нової техніки і технологій, належної інфраструктури, вкладення коштів в навчання висококваліфікованих працівників, здатних запропонувати якісне обслуговування туристів [137].



Рис. 1.2. Інноваційно-інвестиційна діяльність як основа забезпечення розвитку туристичного сектору [137]

Друга, не менш важлива складова забезпечення розвитку туристичного сектору - інституційні важелі [92]. Якщо відштовхуватись від теоретичних основ інституціоналізму [44], то до основних інституційних важелів розвитку туристичного сектору доцільно віднести:

- формальні (внесення змін до чинного законодавства, інших нормативно-правових актів, удосконалення регуляторного середовища тощо);
- неформальні (еволюція «неписаних правил», поширення або усунення інституційних дисфункцій, зміна поведінкових стереотипів, традицій, звичаїв, ділової культури);
- організаційні (діяльність інститутів громадянського суспільства, органів місцевого самоврядування, засобів масової інформації, навчальних закладів і наукових установ, судових інстанцій тощо) [114].

Формальні інституційні важелі забезпечення розвитку туристичного сектору представлені низкою документів нормативно-правової бази та регуляторних актів. Основними з них є [102]:

- Закон України «Про туризм»
- Закон України «Про курорти»
- Положення Кабінету Міністрів України від 24 грудня 2019 р. № 1162 про Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ)
- Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року»
- Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 № 991 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності»
- Постанова Кабінету Міністрів України від 02.12.2015 № 997 «Про внесення змін до Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) та Порядку доведення до споживачів інформації про вид об'єкта
- Перелік національних стандартів сфери туризму
- Міжнародні акти щодо співробітництва у сфері туризму

Як видно з інтернет-сторінки ДАРТ [102], воєнна агресія Росії не дала змоги завершити започатковані ще у 2019 році ініціативи щодо внесення змін до Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності, реформу категоризації готелів за європейською класифікацією згідно з критеріями цієї організації. Однак попри війну ДАРТ не припинив своєї діяльності і дуже швидко перелаштувався на рейки війни.

Усі разом інституційні важелі (формальні, неформальні, організаційні) логічно вписуються в організаційну структуру туристичного сектору, де вже присутні усі види економічної діяльності, які долучені до виробництва туристичного продукту (рис. 1.3).

Отже, як видно з рис.1.3, автор даної організаційної структури пропонує три основні блоки: бізнес, владу та науку [104].



Рис. 1.3. Організаційна структура туристичного сектору [104]

Блок бізнесу представлений сектором виробництва туристичного продукту. До нього входять туристичні агенства і туроператори, індустрія розваг (казино, аквапарки тощо), екскурсійні бюро, заклади розміщення (готелі, мотелі, кемпінги, санаторно-курортні заклади, туристичні бази) та харчування (їдальні, кафе, ресторани), підприємства з надання транспортних послуг, заклади з організації дозвілля (екскурсії, походи, музеї, театри), заклади сфери розваг, національні природні парки, заповідники, заказники, ботанічні сади, зоопарки. Сектор бізнесу є одночасно виробником і продавцем туристичного продукту.

Блок влади формує умови життєздатності туристичного сектору. До його складу входять органи державної влади, агенції регіонального розвитку, міжнародні та державні фонди і програми, маркетинговий, рекламно-інформаційний, логістичний і юридично-аудиторський відділи [104].

Блок науки включає організації, які надають різні види послуг: фінансові, освітні, посередницькі - це банківсько-кредитні установи та страхові компанії, освітні заклади туристичного спрямування, наукові установи, бізнесові центри, лізингові компанії.

Також є допоміжний сектор, який включає в себе підприємства, які самі виробляють сувеніри, туристичне спорядження, особливі традиційні для кожного конкретного регіону товари; поліграфічні видавничі підприємства, картографічні фабрики, поліграфічні структури, телерадіокомпанії.

Таким чином, організаційна структура туристичного сектору представлена взаємозв'язками і взаємозалежністю між бізнесом, владою та наукою, що дає можливість для ефективного використання усіх чинників розвитку туристичного сектору.

Щодо чинників, які покликані забезпечувати розвиток туристичного сектору, то, на нашу думку, одним з вдалих їх представлень є методика PEST-аналізу. Згідно останньої, усі чинники розбито на чотири групи: політика, економіка, соціум і технології. Так можна виокремити ту сукупність чинників, що мають значний вплив на забезпечення розвитку туристичного сектору.

В роботі [104] уже проведено PEST-аналіз тенденцій розвитку туристичних кластерів (рис. 1.4), який, на нашу думку, логічно вписується і при дослідженні чинників розвитку туристичного сектору.

Політика	P	Економіка	Е
1. Відкритість/закритість країни 2. Нестабільна політична ситуація 3. Військові дії 4. Візовий режим 5. Туристична політика держави 6. Брендінг територій 7. Зміни в законодавстві		1. Кризи в світовій економіці 2. Рівень національної економіки 2. Рівень інфляції 3. Динаміка курсу гривні 4. Експортно-імпортна політика держави, галузі	
Соціум	S	Технологія	T
1. Зміни в базових цінностях 2. Зміни в рівні і стилі життя 3. Ставлення до роботи і відпочинку 4. Демографічні зміни 5. Зміна структури доходів 6. Рівень безпеки 7. Відношення до туристів		1. Державна технологічна політика 2. Значні тенденції в галузі НДДКР 3. Нові патенти 4. Нові турпродукти 5. Технологічні зміни в країні	

Рис. 1.4. PEST-аналіз тенденцій розвитку туристичного сектору [104]

В подальшому нашому дослідженні чинникам розвитку, як традиційним, так і новітнім, спричиненим умовами пандемії, буде присвячено другий розділ. Тому потреби в їх детальній характеристиці в цьому розділі не вбачаємо.

Отже, в даному розділі досліджено теоретичні підходи до розкриття сутності, інституційних важелів та чинників забезпечення розвитку туристичного сектору. Для цього:

- проведено дефініційне та законодавчо-нормативне трактування туристичного сектору та забезпечення його розвитку,
- встановлено взаємозв'язок функцій розвитку адміністративно-територіального утворення та розвитку туристичного сектору,
- виокремлено інноваційно-інвестиційну діяльність як основу забезпечення розвитку туристичного сектору,
- проаналізовано інституційні важелі (формальні, неформальні, організаційні), які логічно вписуються в організаційну структуру туристичного сектору, де вже присутні усі види економічної діяльності, долучені до виробництва туристичного продукту,
- розглянуто доцільність застосування PEST-аналізу при дослідженні чинників розвитку туристичного сектору.

1.2. Методичні підходи до організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору

Наступним етапом нашого дослідження є розкриття методичних підходів до організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору. Для цього проведемо аналіз уже існуючих підходів до дослідження даного питання.

Спершу, на наш погляд, варто визначити поняття «організаційно-економічного забезпечення». Аналіз даної дефініції в наукових джерелах

показав, що здебільшого даний термін застосовується на мікрорівні, тобто рівні підприємства чи суб'єкта підприємництва. Так, найбільш часто дослідники звертаються до визначення організаційно-економічного забезпечення, сформульованого в [109] як «системи формування цілей і стимулів, які дозволяють перетворити у процесі трудової діяльності рух (динаміку) матеріальних і духовних потреб членів суспільства на рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів».

В [140] дана дефініція трактується дещо ширше, ніж просто система формування цілей і стимулів: «організаційно-економічне забезпечення ґрунтується на тенденціях розвитку ... та враховує досягнутий науково-технічний рівень розвитку, соціальні, правові та психологічні відносини», тобто автор наголошує на врахуванні не тільки організаційних та економічних, але й інших не менш вагомих складових організаційно-економічного забезпечення, зокрема, НТР, соціальних, правових та психологічних.

В [122] організаційно-економічне забезпечення розглядається як «сукупність заходів і засобів, створення умов, які сприяють протіканню економічних процесів, реалізації намічених планів, програм, проектів тощо», тобто будується місток між організаційно-економічним забезпеченням та поставленою метою.

Багато авторів розглядають дану дефініцію у вузькому її трактуванні:

- як власне процес управління [158];
- як сукупність взаємозалежних елементів організації та управління інноваційними процесами [100];
- як комплекс організаційних та економічних показників [132];
- як підсистеми державного, само- та громадського регулювання за функціональною ознакою [123].

Таким чином, можна говорити про дискусійність самого визначення «організаційно-економічне забезпечення». Втім, будь-яке дослідження

опирається на власне або запозичене трактування поняття. Тому погоджуємось з думкою авторів [144], що «важливою рисою організаційно-економічного забезпечення є взаємодії економічних суб'єктів..., які необхідні суспільству не самі по собі, а для формування соціально-економічної бази при переході на вищий рівень технологічного укладу, що, у свою чергу, не є самоціллю, а засобом досягнення нової якості життя. Кінцевим критерієм цієї якості виступають блага в матеріальній і нематеріальній формах. А виробництво блага (у будь-якій формі) є результатом економічної дії. Економічна дія знаходить для себе опору не на властиві при виготовленні блага, технології, реалізації або переміщенні блага в процесі обміну, а в організації умов з виробництва й обміну благами. Тому організація й економічна дія в процесі господарювання є неподільними поняттями, що власне і є квінтесенцією організаційно-економічного забезпечення».

Пошук в Google-Академії визначення поняття «організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору» показав 218 результатів [135], втім жоден з них не містив стовідсоткової подібності з пошуковим запитом. Більшість результатів містили терміни: «організаційно-економічне», «забезпечення розвитку», «туристичного». З іншого боку на даний час існує достатньо велика кількість дотичних до цього напрямку напрацювань науковців. Деякі з них вважаємо за доцільне розглянути більш детально, оскільки вони є доволі близькі (або, навпаки, суперечливі) до поглядів автора.

В [104] запропоновано модель реалізації туристичної політики держави (рис. 1.5), яка включає законодавче забезпечення туристичного процесу, набір управлінських рішень, які виходять із цілей в туристичній індустрії та базуються на факторах впливу на туристичну діяльність. Останні, в свою чергу, формують туристичну привабливість об'єктів туристичної діяльності. Позитивним, на нашу думку, є виокремлення автором джерел фінансування туристичних проектів. З недопрацьованого вважаємо відсутність відображення інструментів реалізації туристичної політики держави.



Рис. 1.5. Модель реалізації туристичної політики держави [104]

В роботі [99] відображено модель організаційно-економічного механізму підвищення ефективності використання потенціалу туристично-рекреаційної сфери регіонів України. В цьому підході чітко окреслені мета, суб'єкти та об'єкти регулювання, елементи управління (організаційні, економічні, фінансові та інституційні). Автор виокремлює тактичні цілі та пріоритетні напрямки регулювання. Однак, як і в попередньому випадку, інструменти реалізації запропонованого організаційно-економічного механізму не вказані (рис. 1.6).

В [137] запропоновано, як результат дослідження, шляхи удосконалення механізмів державного регулювання та підтримки підприємництва у сфері сільського зеленого туризму (рис. 1.7). В даному випадку автор пропонує перелік інструментів регулювання сфери туризму, але не вказує, які цілі вони реалізують, які джерела фінансування цих заходів, на якому рівні (загальнодержавному, регіональному, недержавних інституцій) ці інструменти будуть реалізовані тощо.

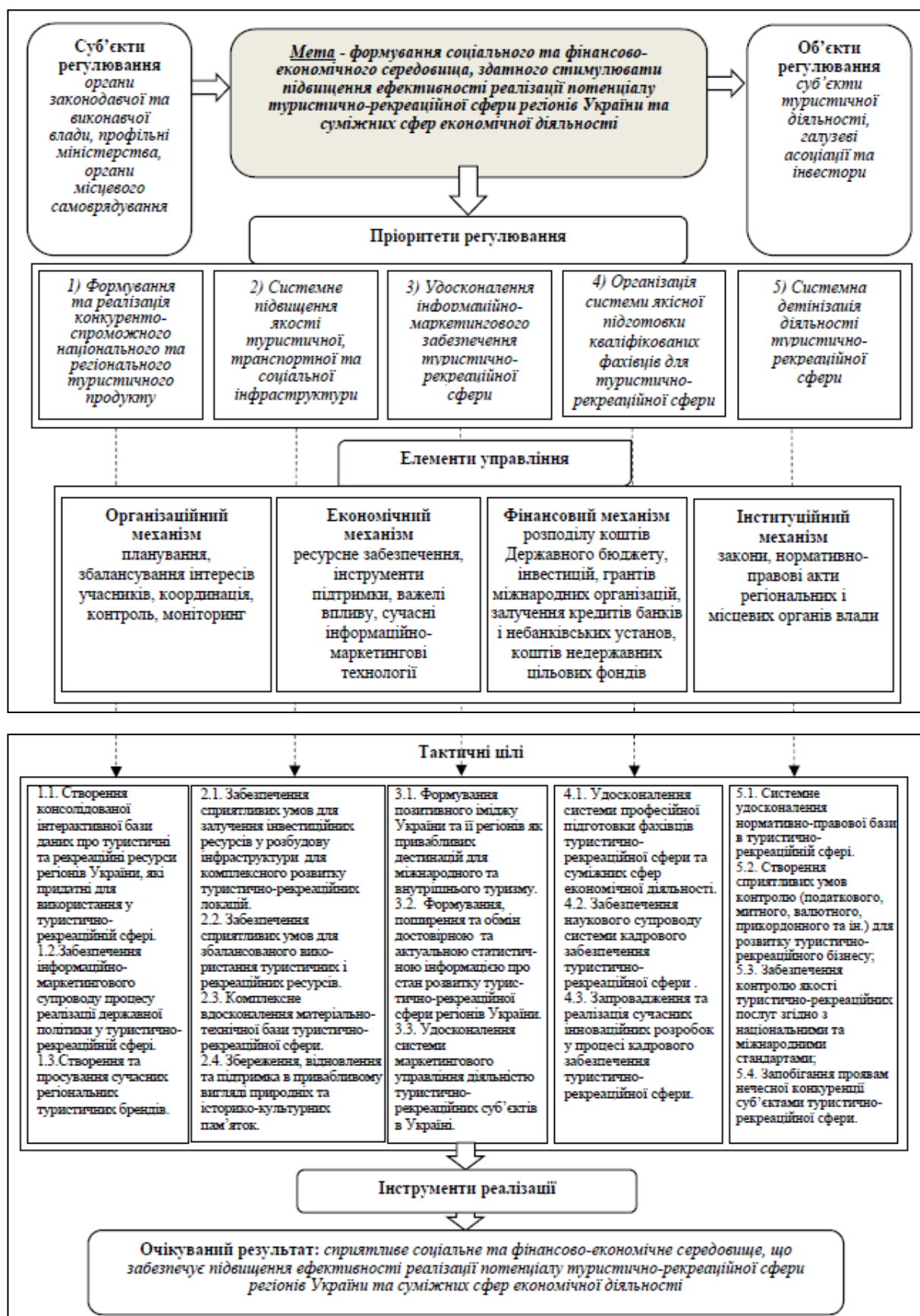


Рис. 1.6. Модель організаційно-економічного механізму підвищення ефективності використання потенціалу туристично-рекреаційної сфери регіонів України [99]



Рис. 1.7. Шляхи удосконалення механізмів державного регулювання та підтримки підприємництва у сфері сільського зеленого туризму [137]

В [144] автори вказують тільки компоненти організаційно-економічного забезпечення суб'єктів туристичного сектору (готельних підприємств), по суті здійснюючи декомпозицію організаційної та економічної складових. Однак не приділяють уваги цілям, які за допомогою цих інструментів реалізуються, та фінансовій та інституційній складовим (рис. 1.8).

Таким чином, на підставі проведеного вище аналізу можна зробити висновок, що автори методичних підходів до організаційно-економічного забезпечення розвитку в сфері туризму підходять до його дослідження несистемно. Окрім того, як зазначалось вище при визначенні самого поняття організаційно-економічного забезпечення, його важливою складовою є *взаємодія*.

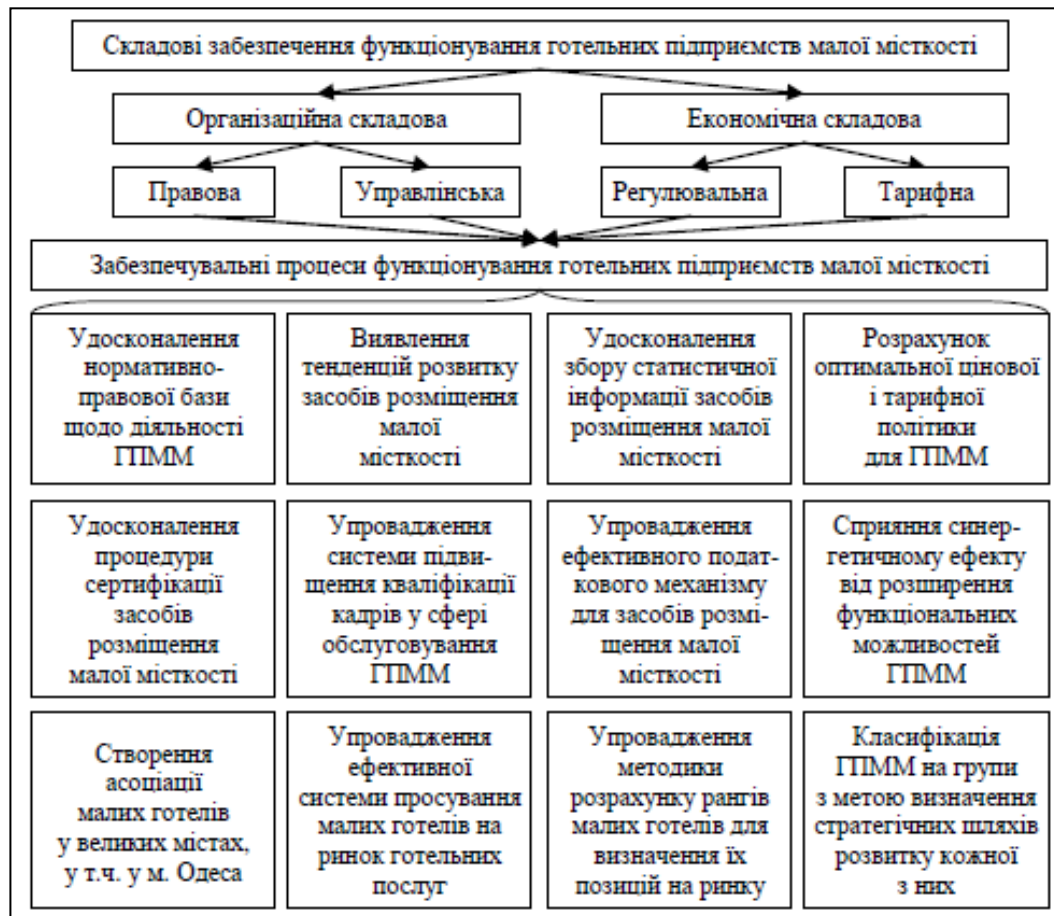


Рис. 1.8. Організаційно-економічне забезпечення функціонування готельних підприємств [144]

Для окреслення цієї взаємодії пропонуємо базовим поняттям організаційно-економічного забезпечення вважати поняття «механізм».

Механізм у загальному розумінні – це «система, простір, спосіб, що визначає порядок будь-якої діяльності, системи *взаємодії* певних ланок та елементів або внутрішню будову, систему, сукупність станів та процесів, з яких складається певне явище» [127].

В залежності від складових розрізняють економічні, політичні, правові, соціальні, культурні, інноваційні, інвестиційні механізми тощо [144].

Варто зауважити, що на відміну від технічних наук, в яких для визначення поняття «механізм» використовують ресурсний підхід, у економічних науках застосовують системний або процесний підходи або їх симбіоз [155].

Одним з базових понять в економіці та управлінні вважається поняття господарського механізму, складовими якого багато авторів вважають економічний та організаційний механізм. Також в економічній думці широко використовують похідні поняття «господарський механізм», «економічний механізм», «соціально-економічний механізм», «організаційно-економічний механізм», «фінансовий механізм», «ринковий механізм».

Більшість науковців схиляються до думки, що механізм повинен враховувати певні цілі, завдання та засоби їх досягнення [109]. Як справедливо зазначається в [155], механізм «являє собою певну систему організаційних та економічних форм, методів, важелів, інструментів, процедур тощо, що діють на різних рівнях економіки, а також він формується за певними принципами та діє в межах об'єктивних економічних законів по відношенню до певних об'єктів та суб'єктів».

В нашому подальшому дослідженні використовуватимемо поняття *«механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору»*, в яке вкладемо, на підставі проведеного вище аналізу, наступний зміст: це сукупність елементів організаційного та економічного характеру (об'єктів, суб'єктів, цілей, завдань, способів взаємодії, методів, важелів, інструментів тощо), взаємопов'язаних та взаємодіючих між собою із динамічними внутрішніми та зовнішніми зв'язками у туристичному секторі, ефективність реалізації якого залежить від здатності створювати нові у конкретний момент часу зв'язки, елементи, стимули тощо (рис. 1.9).

Таким чином, на підставі аналізу методичних підходів до організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору встановлено, що на даний час не існує єдиної точки зору в наукових колах щодо визначення даного поняття. Проведене дослідження дало змогу зробити висновок, що важливою рисою організаційно-економічного забезпечення є поняття взаємодії, яке найкраще описується застосуванням терміну механізм.

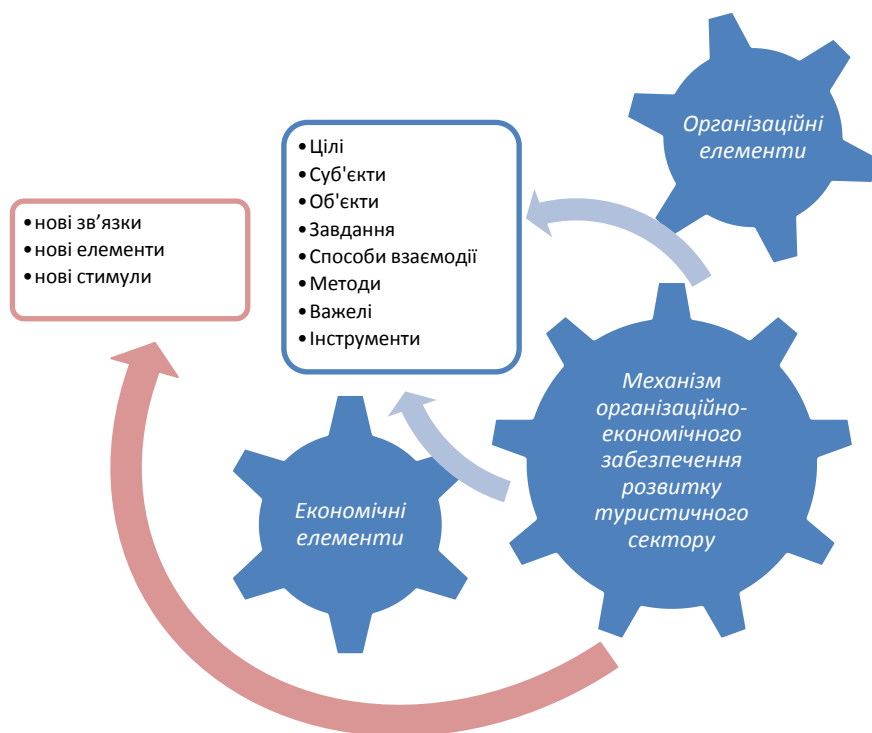


Рис. 1.9. Методичний базис формування поняття «механізм організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору»

Під механізмом організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору запропоновано вважати сукупність елементів організаційного та економічного характеру, взаємопов'язаних та взаємодіючих між собою із динамічними внутрішніми та зовнішніми зв'язками у туристичному секторі, ефективність реалізації якого залежить від здатності створювати нові у конкретний момент часу зв'язки, елементи, стимули тощо.

1.3. Уроки пандемії COVID-19 для туристичного сектору

Через три роки після спалаху коронавірусу COVID-19 в Ухані (Китай), і після поширення вірусу в більшості країн світу доступність вакцин зробила глобальну пандемію більш керованою в деяких країнах, але криза ще далека від завершення [68]. Борючись із п'ятою та шостою хвилями, новими дуже інфекційними варіантами вірусу, такими як Омікрон, відсутністю вакцин у

бідних економіках та протестами «антивакцинаторів» значної частини населення промислово розвинених країн, COVID-19 продовжує впливати на національні економіки, бізнес, охорону здоров'я та соціальне життя. Незважаючи на те, що різноманітні глобальні та локальні інституції та організації з туризму [14,25,145], і вчені [15,17-18,27,38,85,121,149-154] швидко обговорили шляхи глобального відновлення, наразі незрозуміло, коли очікувати тривалого відновлення.

Щоб пандемія стала керованою, тобто пацієнти з COVID-19 більше не забивали ліжка невідкладної допомоги, знадобиться, щоб велика частка населення була вакцинована або одужала від інфекції. Як видно з рис. 1.10, пандемія розвивалася за дуже різними траєкторіями, включаючи подвійні (Індія) і численні (Іспанія) хвилі, з помітними (Об'єднані Арабські Емірати) і непереконливими ефектами вакцинації (Франція).

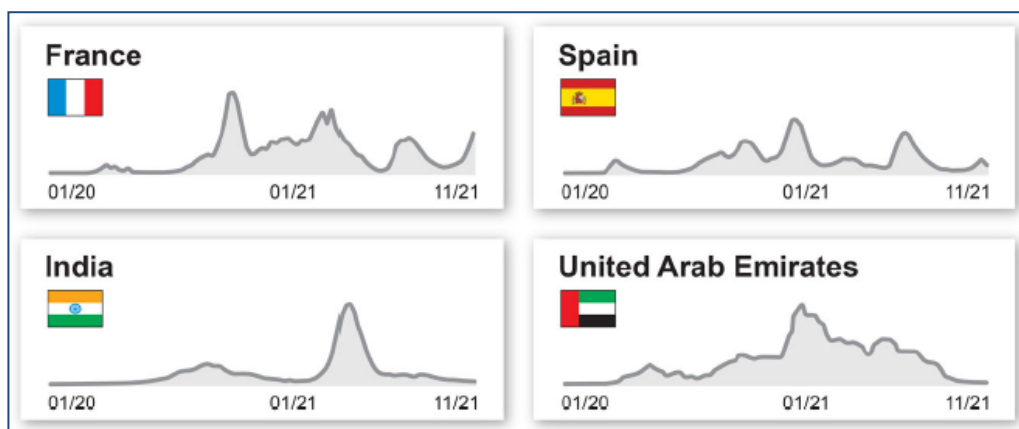


Рис.1.10. Траєкторії зараження в чотирьох різних країнах [68]

Залежно від ситуації на національні туристичні системи впливають обмеження на подорожі, карантини та обов'язкове тестування, створюючи мінливе та непередбачуване середовище для бізнесу та подорожей. Помітні зміни призвели, з боку попиту, перехід бізнес-туризму до використання відеоконференцій, а значної частини населення промислово розвинутих країн - до відпочинку всередині країни. Весь цей час обмеження на подорожі, вимоги до тестування та карантин робили міжнародні подорожі складними та

вимогливими. Це включало, наприклад, літні сезони 2020 та 2021 років у Європі та Північній Америці, що мало значні наслідки для зміни витрат, від чого експортні ринки отримували прибуток, оскільки гроші залишалися в національних економіках, тоді як туристичні напрямки страждали.

Ці зміни відображені в змінах ВВП, які коливалися від $-56,3\%$ (Макао, Китай) до $+43,5\%$ (Гаяна), а також у загальному глобальному падінні ВВП на $3,4\%$ між 2019 та 2020 роками [69]. Найбільше від кризи постраждали малі острови та держави, що розвиваються, залежні від туризму, зокрема такі країни, як Мальдіви, Теркс і Кайкос, Сент-Люсія, Фіджі, Барбадос, Домініка, Багами, Антигуа та Барбуда, Маврикій, Кабо-Верде, Беліз, Гренада, Сент-Кітс і Невіс або Сейшельські острови, які повідомляють про значне зниження ВВП, від 11% (Сейшельські острови) до 32% (Мальдіви) [69]. Рис 1.11 ілюструє це співвідношення для найменш/найбільш постраждалих країн, показуючи, що, як загальний принцип, більша економічна залежність від міжнародного туризму призвела до більш значних втрат ВВП. Особливо залежні від туризму (далекомагістральні) напрямки вразливі до перебоїв у глобальних потоках туристів.

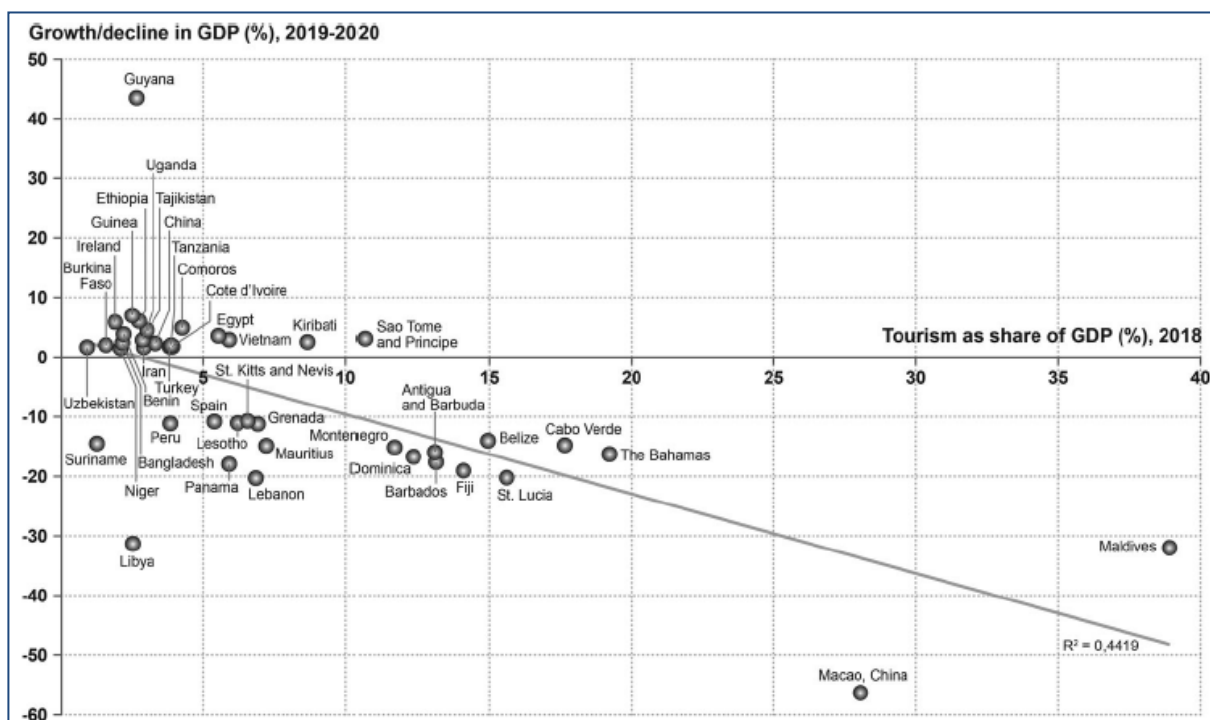


Рис.1.11. Залежність від туризму зростання/падіння ВВП у 2020 році [70]

З боку пропозиції вплив на туризм включав банкрутства та нові борги, особливо серед авіакомпаній та круїзних операторів. В [31] підраховано, що в жовтні 2020 року галузь морського судноплавства вже отримала 8,3 мільярда євро пакетів підтримки. В той час як з березня 2020 року по березень 2021 року кредити та гарантії, фіскальні трансферти, власний капітал і гібридний борг, спрямовані в авіаційний сектор, становили 119,8 мільярда євро [45]. Ці суми значні, враховуючи труднощі пошуку фінансування для пом'якшення збитків.

Туристичний бізнес відповів на кризу диверсифікацією продукції, знижками, скороченням робочої сили та новими маркетинговими стратегіями [51,54], хоча здається очевидним, що наслідки втрати доходів і нових боргів будуть відчуватися ще тривалий час. На зайнятість у туризмі також вплинули ковідні обмеження, закриття та повторне відкриття туристичних дестинацій, що спричинило нові випадки працевлаштування. Переважала *самовіктимізація*, наприклад, авіакомпанії неодноразово представляли себе жертвами пандемії, замовчуючи, що вони були носіями вірусу [24], що прискорює поширення нових штамів, таких як Дельта чи Оміврон.

Самовіктимізація очевидна в комунікації сектора. У 2020 році Всесвітня рада з туризму припустила, що понад 100 мільйонів робочих місць у сфері туризму опинилися під загрозою [77]. Для порівняння, Міжнародна рада аеропортів побачила 46 мільйонів літако-робочих місць в туризмі під загрозою, або 43% із 87,7 мільйонів робочих місць, які підтримуються «авіацією та туризмом, якому вона сприяє» [1]. WTTC пізніше дійшли висновку, що у 2020 році було втрачено 62 мільйони робочих місць у сфері туризму [76]. Однак не всі робочі місця були «втрачені». Багато країн спостерігали коливання кількості робочої сили, яка прибула та звільнилася. Значна частка працівників сфери туризму та гостинності після звільнення з роботи в туризмі шукали і знайшли нову роботу, наприклад, одна п'ята працівників гастрономії в Німеччині і 15% в Австрії [26]. Відновлення туристичної економіки поставило сектор перед проблемами пошуку персоналу.

У відповідь на пандемію COVID-19 було опубліковано значну кількість наукових робіт у всіх галузях. У дослідженнях туризму статті були опубліковані протягом кількох місяців після спалаху. Науковці туризму раніше займалися «дослідженнями реагування», наприклад, у контексті тероризму [34], збоїв процесів, наприклад, таких як Airbnb [28], або явища надмірного туризму [40]. Проте швидкість академічної відповіді, виміряна у вихідних документах, є безпрецедентною, оскільки такі платформи, як Google-Академія, уже містять тисячі статей на цю тему.

Щоб розглянути накопичену інформацію, розглянемо літературу про туризм і COVID-19 в інтернет-джерелах. Щоб досягти цього, було розглянуто вибірку статей, опублікованих в період з квітня 2020 року по вересень 2021 року ($n = 1953$), доступ до яких здійснюється через функцію відстеження Google Scholar, яка пов'язує кожне цитування з джерелом. Цей процес виявив велику кількість посилань у звітах та інших неакадемічних результатах, які були виключені, зменшивши кількість статей, опублікованих у журналах або розділах книг, до $n = 589$. Статті потім було оцінено на індивідуальній основі, щоб визначити їх релевантність. «Релевантними» вважалися або нові теми, або інтерпретація вмісту, які доповнюють ідею.

На жаль, багато публікацій, присвячених туризму та COVID-19, зрештою як і в інших наукових тематиках, характеризуються погано продуманою методологією, спекуляціями, «пропагандою» індивідуальних дослідницьких планів, особистою упередженістю та проблемами етичної та академічної доброчесності, а також відсутністю теоретичного обґрунтування. Їх релевантність для досліджень туризму обмежена, оскільки багато з них є коментарями, короткими повідомленнями або використовують широко доступні набори даних.

Деякі оглядові статті намагалися структурувати велику кількість документів про COVID-19, пов'язаних із туризмом, які з'явилися за останній час. Так, в [81] проаналізовано 362 статті та визначено три окремі теми:

- вплив пандемії на індустрію туризму;
- перспективи відновлення після COVID;
- сприйняття та поведінка туристів.

Загалом можна окреслити шість прогалин у дослідженнях, що стосуються взаємозв'язку туристичного сектору та пандемії.

1. Перша стосується робочої сили, тобто «управління людськими ресурсами». Низка публікацій торкалися цього аспекту, наприклад, з точки зору психологічного тиску на працівників [11].

2. «Фінанси та економіка», відноситься до змін у туристичних витратах, довірі інвесторів, корпоративних фінансових інструментах, включаючи моделі банкрутства, і впливу державних стимулів і пакетів допомоги [16,134]. Ця прогалина має велике значення, оскільки новий борг визначатиме економічну вразливість, конкурентоспроможність і рівень цін – усе це має велике значення для майбутнього туризму. Державна допомога в її різних формах означає, що уряди, банки та інвестори тепер фінансово залучені до підсистем туризму, зокрема до круїзів та авіакомпаній. Дослідження цих взаємозв'язків має велике значення, оскільки це може означати, що транспортні компанії повинні продемонструвати більшу прихильність щодо пом'якшення наслідків, оскільки уряди прагнуть повернутися до моделей зростання обсягів валового продукту до пандемії.

3. Дослідницькі праці, пов'язані з «освітою та дослідженнями», охоплюють постпандемічні дослідницькі плани та зміни парадигм, освітні технології, експериментальне навчання та розширення концептуальних меж дисципліни шляхом розробки навчальної програми після COVID-19 [81].

4. «Маркетинг» охоплює очікування, сприйняття та ставлення туристів до пандемії, наприклад, ті, що пов'язані з інтересом до подорожі, сприйняттям ризику або психологічним впливом на туриста. Деякі з цих аспектів були розглянуті в [7,16,84].

5. У контексті «операцій» цифровізація, використання роботів, практика охорони здоров'я та безпеки, а також управління врожайністю та доходами

перераховані як прогалини разом із більш загальними питаннями інновацій. Знову ж таки, деякі з цих тем привернули увагу, такі як практика охорони здоров'я та безпеки [13].

6. Нарешті, недоліки «пункту призначення» включають відновлення іміджу, управління кризою після пандемії, а також політику та втручання уряду, сталість і трансформацію, а також операційні стратегії для постачальників туристичних послуг (посередників) [81]. Причому лише «стійкість» у контексті цієї статті включає такі різноманітні проблеми, як траєкторії чистих нульових викидів після COVID-19, зниження певних сегментів подорожей, таких як ділові поїздки, зростання інтересу до віртуальних подорожей, зростаючий тиск на екосистеми в результаті зміни інтересу до активного відпочинку тощо.

В [79] проаналізовано 249 робіт про туризм і COVID-19 і визначено п'ять основних тем дослідження. До них належать:

- психологічні ефекти та поведінка;
- відповіді, стратегії та стійкість: організація та уряд;
- стійке майбутнє;
- моніторинг впливу, оцінка та прогнозування;
- впровадження технології.

В статті підтверджується, що багато статей і коментарів є описовими. Автори також припускають, що галузь досліджень туризму є подвійною системою «відновлення» та «реформи», з протилежними точками зору, які або підтримують повернення до минулої моделі туризму із зростанням обсягів, або виступають за її трансформацію. Недоліком на думку авторів також є те, що «небагато [авторів] пропонують чіткий шлях розвитку галузі, рекомендуючи, щоб наука більше відображала роль пандемії в трансформаційному туризмі, а не прагнула трансформації як наслідку пандемії» [16]. Ця точка зору відображає важливість розмежування теоретичних та прикладних досліджень.

Однак всі докази свідчать про те, що туризм потребує трансформації, якщо він хоче залишатися життєздатним варіантом для майбутніх поколінь.

Втім, подальший аналіз літератури (після вересня 2021 року) і публікації аналізованих оглядів [79,81] показав, що різні прогалини, розглянуті в працях [79,81], почали заповнюватися. Значна частина робіт стосується відповідей на окреслені авторами статей [79,81] проблеми у дослідженнях впливу пандемії на туризм [18,35,54]. Втім, багато висновків, пов'язаних із відновленням, є передчасними, у тому сенсі, що ще не зрозуміло, як довго триватиме криза, чи зміна поведінки є постійною та чи нові економічні реалії подорожей і туризму взагалі будуть.

Управління кризами та стихійними лихами є постійною тематикою досліджень в галузі туризму. Ця тема зосереджена на аналізі та реагуванні на події, починаючи від ранніх пандемій до тероризму, військових переворотів або екологічних катастроф. Можна виокремити такі основні напрямки досліджень кризи: вразливість і стійкість, результати, сприйняття туристів, моделі, маркетинг, комунікацію, релевантність ЗМІ та «темний туризм» [4]. Поширення патогенів обговорювалося в різних контекстах, підкреслюючи роль сучасних транспортних систем, зокрема авіації, як переносників [29]. Незважаючи на те, що в останні роки відбулося кілька дуже проблематичних випадків розповсюдження вірусу, COVID-19 виявилось важче стримати через те, що він дуже заразний, але його важко виявити на ранніх стадіях; поява нових штамів вірусу; порівняно дороге та тривале лікування частини пацієнтів, а також відносно високий рівень смертності. Це призвело до неоднорідної реакції національних урядів.

Далі на прикладі уряду Німеччини розглянуто механізми боротьби з поширенням пандемії. За перші 20 місяців пандемії Німеччина пройшла через п'ять хвиль зараження, на які відреагувала двома локдаунами, закриттям підприємств і шкіл, а також заборонаю різноманітних масових заходів (рис. 1.12). На туризм, включаючи в'їзні, виїзні та внутрішні подорожі, вплинули обмеження на подорожі, карантини та обов'язкові тести. Практично всі заходи

впроваджувалися на тимчасовій основі, відстежуючи темпи зараження. У березні 2020 року порівняно низькі рівні зараження призвели до першого карантину з помітною нервозністю серед населення, що було видно з розпродажів туалетного паперу. Про це явище також повідомлялося в інших країнах і воно повторилося перед другим локдауном у жовтні 2020 року. Воно мало таке велике значення, що стало темою дослідження типів особистості в роботі [21], і засвідчило те, що криза вважалася екзистенціальною багатьма людьми.

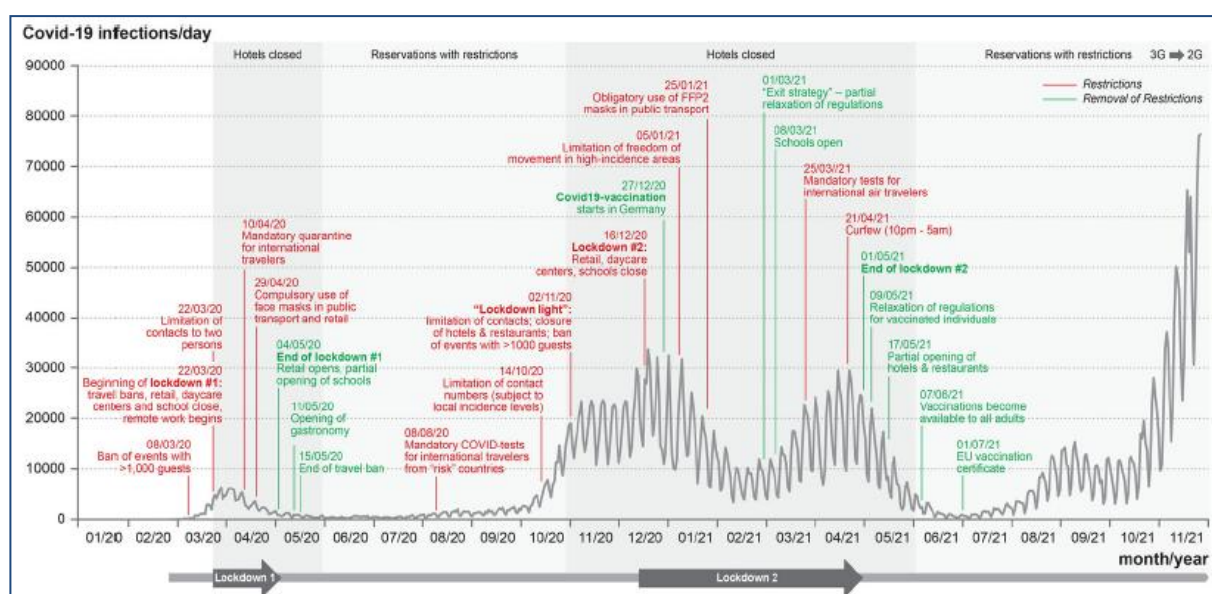


Рис. 1.12. Обмеження, пов'язані з COVID-19, і їхній вплив на туризм у Німеччині [23]

Основні події, пов'язані з туризмом, включали репатріацію німців, які відпочивали в інших країнах, вартістю 94 мільйони євро в березні 2020 року. Пізніше більшість із 240 000 мандрівників відмовилися сплачувати частину цих витрат, не вважаючи себе відповідальними [23]. Туристи терпіли й інші незручності. Мандрівники, які прибули з країн Червоного списку або з позитивним результатом тесту на COVID-19, утримувалися в «карантинних готелях» і мали оплачувати рахунки за проживання. Інші мандрівники опинилися в пастці на борту круїзних лайнерів. Зміна обмежень і правил і,

відповідно, економічні збитки та скасування, які вони спричинили, призвели до шквалу судових позовів, зокрема рішення верховного суду щодо законності дій уряду щодо COVID-19 [23]). Проте Верховний суд дійшов висновку, що карантин та інші дії уряду були підкріплені конституцією.

У перший рік пандемії компаніям і приватним особам було надано значну фінансову підтримку, вартість якої склала близько 397 мільярда євро для Фонду економічної стабілізації Німеччини. Загальна вартість пандемії, включаючи втрачений прибуток, оцінюється в 1,3 трильйона євро. Ця сума не включає вартість госпіталізацій і вакцинацій, проблеми з психічним здоров'ям або втрату освіти. Вартість пандемії можна порівняти з ВВП Німеччини до пандемії в 3,473 трильйона євро [23], що свідчить про дуже значний новий борг, який криза створила для країн. Примітно, що в той час як інфляція впливала на домогосподарства з низькими доходами, статки дуже багатих швидко зросли під час кризи як у Німеччині, так і за її межами.

Перший карантин у Німеччині закінчився у травні 2020 року (рис. 1.12), коли роздрібні магазини знову відкрилися, а школи – частково, для старших учнів. Протягом літа і до жовтня 2020 року подорожі були можливими в межах Європи, залежно від правил у приймаючих країнах; відвідування країн «ризикую» передбачало двотижневий карантин. В результаті цієї політики частка німців, які відпочивають вдома, значно зросла, можливо, також через офіційні рекомендації залишитися в країні. Оскільки Німеччина є одним із найбільших туристичних експортних ринків і порівняно невеликим пунктом призначення для міжнародних туристів, попит перевищував пропозицію протягом літа 2020 року, що мало позитивний ефект для туристичного бізнесу. Однак правила COVID-19, що постійно змінюються, а також загроза нових обмежень на подорожі становили серйозні перешкоди для планування як для мандрівників, так і для промисловості, що спонукало національну готельну та гастрономічну асоціацію «вимагати покласти край хаосу регулювання».

У зимовий період 2020/2021 років було введено другий локдаун, який був запроваджений, коли рівень зараження знову почав зростати в жовтні 2020

року. Роздрібні торговці, школи та готелі були закриті (у середині грудня, що вплинуло на період різдвяних розпродажів), а рух у районах з високим рівнем захворюваності були обмежені через введення комендантської години. Щеплення, які почалися наприкінці грудня 2020 року, віддавали пріоритет старшому населенню, і було невідомо, коли і за яких умов відновиться туризм. У січні 2021 року почалися дебати щодо того, що ЄС не замовив достатню кількість вакцини проти COVID-19 [29]. Лише в червні 2021 року щеплення стали доступними для всіх дорослих, а це означає, що другий укол можна було зробити лише через чотири тижні, у липні 2021 року, що унеможливило зміни планування літньої відпустки. Незважаючи на це, попит на щеплення був миттєвим, і, зокрема, молоді люди вишикувалися в черги до центрів вакцинації, щоб відновити свободу подорожей. Влітку поїздки за кордон характеризувалися частими змінами правил перетину кордону, умов перебування та повернення (негативні тести, карантин). У Німеччині в готелях і ресторанах часто вимагали негативний тест: така ситуація тривала після другого карантину, що мало негативні наслідки для багатьох компаній. Заходи заборонили повністю. Оскільки вакциновані люди похилого віку могли вільно подорожувати, а сім'ї стикалися з труднощами подорожей також через спеціальні правила щодо невакцинованих дітей, виникли дебати щодо справедливості щодо COVID-19. Після відносно спокійного літа з низькими показниками зараження, у серпні 2021 року вони знову почали зростати, досягнувши майже 500 заражень на 100 000 громадян на день до кінця року. У проміжку між урядом, який залишив свій відхід, і новим урядом, посилення правил з «3 G» до «2 G» було єдиним заходом для вирішення проблеми зростання рівня зараження наприкінці листопада 2021 року, тобто дозволити лише вакцинованим та тим, які одужали, громадянам в'їжджати до непродуктових магазинів (3 G приймаються негативні тести; три німецькі «G» стосуються «geimpft» (вакцинований), «genesen» (одужав) або «getested» (тест негативний)).

Чому важливо пам'ятати про ці події? По-перше, очевидно, що управління кризою урядом Німеччини протягом майже двох років нагадувало панічну поведінку, визначену як відповідь на явище, викликане страхом. Можливо, цього слід було очікувати, оскільки не було ніяких рекомендацій, на які можна покладатися. Останній національний план боротьби з пандемією COVID-19 був змодельований на основі грипу; документ із 72 сторінок, який пропонує обмежені відомості про масштаби кризи COVID-19. Отже, уряду доводилося виробляти політику боротьби «на ходу», в політичних процесах, що супроводжували фактичний розвиток пандемії, і без бачення того, як покласти край кризі. По-друге, влада, очевидно, відчула, що має виправдати свої дії. Консервативне видання *Die Welt* [23] повідомляло, що на вчених тиснули, щоб вони розробили найгірший сценарій, згідно з яким загине один мільйон людей, щоб придушити очікуваний суспільний резонанс у відповідь на обмеження. Це обґрунтування «сильної держави» також функціонувало як механізм встановлення державної влади за допомогою технологій стеження, таких як програма *Corona-warn-app* для відстеження ланцюгів зараження (за даними розробника станом на 6 грудня 2021 року завантажено 37,9 мільйона разів) [4]. У ресторанах і кафе для відстеження відвідувачів використовувався додаток «*luca*» [23]. Як наслідок, пандемія призвела до створення нових структур спостереження, виправданих на основі стимульованих страхів. По-третє, карантини та комендантська година також могли розглядатися з точки зору їхньої політичної привабливості для старшого населення з огляду на значний вплив цієї великої групи на результати виборів. Навпаки, дуже мало уваги приділялося потенційному впливу карантину на психічне здоров'я дітей, підлітків і молодих людей, яким забороняли відвідувати дитячі садки, школи та університети, проводити дозвілля та навіть зустрічатися з друзями. Негативні освітні наслідки є очевидні. По-четверте, коли уряди намагалися виправдати обмеження, багато країн спочатку поклалися на думку окремих радників, державних епідеміологів. Країни з альтернативними стратегіями, такі як Нідерланди (спочатку прагнули колективного імунітету) або Швеція

(покладаючись на рекомендації громадян), були зображені як безвідповідальні. У цьому процесі ЗМІ відіграли важливу роль.

Як видно, обмежена підготовленість до кризи, ймовірно, матиме негативні наслідки, оскільки відповіді на випадкові (не прогнозовані, непередбачувані) страхи є неодмінно менш досконаліми. Тут можна провести своєрідну паралель зі зміною клімату, коли людство почало розуміти наслідки глобального потепління в результаті ураганів (Карибський басейн, США), лісових пожеж (США, Австралія, Нова Зеландія, Швеція, Парагвай) або сильних дощів (Канада, Німеччина). Коли сталася катастрофа, відповідні заходи були розроблені на ходу, навіть якщо ризики були відомі.

Це стосується і туризму. Як підкреслено в [3], небагато країн мають плани пом'якшення або адаптації, які ігнорують наукові докази вразливості. У цьому контексті рішення Верховного суду Німеччини набуває важливості, оскільки воно дає уряду право суворо обмежувати права громадян у разі екзистенційної кризи. Оскільки пандемія є такою кризою, рішення повинно мати значення для пом'якшення наслідків, оскільки воно підкреслює, що уряди можуть діяти свідомо та на випередження, якщо вони захочуть.

Таким чином, під час кризи існує ймовірність реакції: «кожен сам за себе» - в різних масштабах, від урядів до політичних партій і окремих осіб. Це висвітлює інший набір взаємозалежних справ, тобто взаємозв'язок закриття кордонів, обмежень прав громадян і супутніх наслідків для довіри до уряду. Як зауважено в [12], держави реагували на пандемію індивідуально, а не колективно, послаблюючи міжнародну співпрацю. Національні кордони швидко стали непроникними, оскільки свобода пересування була обмежена. Пов'язаний із цим ризик ксенофобії став очевидним, оскільки певні національності мандрівників досягли статусу парій. Наприклад, шведським туристам було відмовлено у в'їзді до інших країн через поширення інформації в ЗМІ, що країна має високий рівень зараження. З тієї ж причини у Швеції також спостерігалось значне зниження кількості міжнародних туристів. З іншого

боку, клас заможних людей потрапив у заголовки газет, коли шукав притулку на своїх приватних островах, щоб пізніше надолужити «втрачений» час відпустки, покладаючись на приватні авіаперельоти.

Закриття кордонів, обмеження мобільності, блокування, карантин, комендантська година та закриття навчальних закладів є суттєвими порушеннями прав громадян і громадянських свобод, які посилюють економічну незахищеність і зменшують соціальний капітал [20]. Хоча заходи є конституційними, громадянське суспільство могло вважати їх репресивними з потенційно негативними наслідками для довіри до уряду. Наприклад, велика частка «антивакцинаторів» серед населення Європи була непередбаченою. Оскільки опір вакцинації часто набував дуже організованих форм, «антиваксерські» позиції можна принаймні частково пояснити формою повстання проти держави. Однак, на відміну від цих очікувань, дослідження постійно виявляли, що довіра до уряду та демократії зросла під час пандемії [5]. Втім в [52] наголошується, що це слід інтерпретувати, як наслідок колективної тривоги, як відповідь на екзистенціальну загрозу зростання кількості COVID-19, а не як підтримку карантину. Проте, під час екзистенціальної кризи від держави очікують дій, і часто такі дії підвищують довіру до уряду.

Хоча заходи підвищили довіру до уряду, карантини та закриття шкіл також мали дуже значну психологічну ціну. Наприклад, соціальна ізоляція та відчуття самотності пов'язані з суїцидальними думками. У США CDC [9] повідомило, що зросли спроби самогубств серед підлітків, особливо серед дівчат. Хоча CDC попередило, що зв'язок із COVID-19 нечіткий, було підкреслено, що молоді люди страждають від таких різноманітних проблем, як відсутність зв'язку, перешкоди для лікування психічного здоров'я, збільшення вживання психоактивних речовин і тривоги щодо сімейного здоров'я та проблем економіки. CDC також зазначало, що у 2020 році зросла кількість відвідувань відділення невідкладної допомоги у зв'язку з проблемами психічного здоров'я, а також щодо підозри на жорстоке поводження з дитиною та недбалість. Дослідження, проведені в США та Великобританії, показали, що

кількість випадків розладів харчової поведінки серед дітей і підлітків майже подвоїлася [47]. Про це наголошувалось і в інших наукових дослідженнях, де COVID-19 пов'язується з психіатричними розладами, розладами сну, депресією, тривогою та дистресом, насильством у сім'ї [8]. Було також виявлено, що карантин впливає на дітей і батьків, із симптомами, включаючи труднощі з концентрацією, нудьгу, дратівливість, неспокій, нервозність, самотність, неспокій і занепокоєння. Показове дослідження впливу COVID-19 на молодь (14-29 років) у Німеччині підтверджує негативний вплив пандемії на здоров'я [23]. Зроблено висновок про те, що в цій віковій групі спостерігається втрата контролю з очікуванням, що уряд забезпечить «придатне для життя», стабільне економічне майбутнє. Ці висновки підкреслюють величезні наслідки пандемії для психічного здоров'я, які не враховуються в реакціях керівництва, які повсякденно справляються з кризою. Вони також наголошують на очікуваннях від урядів.

Отже, глобальна відповідь на пандемію багато в чому була недосконалою. Уряди прагнули короткострокової стабілізації системи, надаючи значну державну допомогу, одночасно працюючи над поверненням до старого нормального стану. Критичні питання щодо вразливості системи не порушувалися, а інтерес до розгляду кризи як можливості для змін, був обмежений, також через потужні наративи галузі про зайнятість і втрату доходів. На національному рівні тенденція захищати «своїх» відображається в закритті кордонів або нових правилах в'їзду для іноземців. Довгострокові проблеми, наприклад, такі як сталий розвиток, зміна клімату, втрачають актуальність, а наслідки політики фіскальної стабілізації для майбутніх поколінь залишаються ігнорованими. Проблеми психічного здоров'я залишаються поза увагою. Зростання нерівномірності розподілу доходів в економіці стає прийнятним, оскільки дуже багаті непропорційно збільшують свої статки. Хоча існує підтримка сильної держави, є також ознаки поляризації та радикалізації, як це видно в «антиваксерах». Наука, здається, може лише

допомогти розумінню кризи, підкреслюючи важливість випереджувального планування та управління, але яж ніяк не усунути її.

Ці ідеї відображені і в туризмі. Численні дослідження вказують на значну вразливість, зокрема в країнах, що залежать від туризму, а також на розвиток авіакомпаній і круїзів. Готелі та гастрономія також належать до вразливих підгалузей, оскільки карантинні заходи та вимоги до тестування вплинули на кількість відвідувачів та фінанси. Найстійкішим компонентом у системі туризму є самі туристи, які виявили велике бажання переключитися на відпочинок у країні та зайнятися новими видами дозвілля. Віртуальні подорожі стали більш привабливими, сприяючи зростанню ігор, яке отримало значний стрибок під час карантину через пандемію [22]. Криза також спричинила зростання послуг доставки їжі та посилок. Ця остання тенденція свідчить про зростання економічної вразливості.

Ці події можна порівняти з очікуваними наслідками невинної зміни клімату. Можна виділити біофізичні, економічні, соціальні та політичні зміни, пов'язані як з туризмом, так і зі змінами клімату. Недолік цього порівняння полягає в тому, що немає конкретного моменту часу, коли наслідки зміни клімату стануть відчутними в більших масштабах, оскільки це залежить від траєкторій викидів, адаптації та досі недостатньо зрозумілих системних реакцій.

Біофізичні зміни. Наприклад, приблизно 14% світових коралових рифів уже було втрачено протягом десятиліття 2009–2018 [22], і існує очікування, що навіть за більш амбітним сценарієм максимального потепління на 1,5 °C, 70-90 % усіх коралових рифів зникне до кінця століття. Це вплине на засоби до існування мільйонів, що матиме наслідки для прибережного туризму. Крім того, існує перспектива втрати інфраструктури через підвищення рівня моря та екстремальні явища [53]. У Європі за різними сценаріями припускають, що сніг може повністю зникнути нижче висоти 1200 м до кінця століття. Це приклади довгострокових поступових змін, які матимуть значні негативні наслідки для

туризму. Для порівняння, руйнівні події, включаючи шторми, лісові пожежі, сильні опади та повені, посухи та хвилі спеки, будуть відчуватися швидше та локально. Є перспектива, що цілі країни стануть менш бажаними як місця призначення через взаємопов'язані причини втрати активів і екосистем, непередбачуваних погодних умов або соціально-економічної нестабільності.

Економічні зміни. Якщо під час краху економіки виникнуть серйозніші загрози соціально-економічній стабільності, можливо, туристичні коридори продовжуватимуть існувати між стабільними туристичними регіонами, як це спостерігалось під час пандемії для напрямків із «низьким рівнем ризику» (наприклад, Великобританії). У антиутопічному сценарії змін клімату кордони можуть стати напівпроникними, сприяючи тим, хто має економічні ресурси або владу. У таких нестабільних світах круїзи можуть стати більш актуальними, оскільки кораблі забезпечують «плаваючу безпеку» в контрольованому середовищі відпочинку (на відміну від поточної ситуації з постійними спалахами вірусу на борту круїзних суден). Чи залишатиметься такий відпочинок економічно життєздатним, залежатиме від вуглецевої політики, оскільки круїзи потребують величезної кількості енергії та можуть стати занадто дорогими для масових ринків. Дуже багаті вже володіють супер-яхтами розміром з круїзне судно, і є нова модель спільних кораблів, у яких «каюти» площею до 800 м² використовуються загальною кількістю до 100 гостей на суднах, розмір яких перевищує розмір круїзних суден, що перевозять 2600 пасажирів. Ці «рухомі острови» можуть стати важливими напрямками майбутнього, хоча й для дуже невеликої частини людства.

Соціальні зміни. Вартість подорожей, нестабільність і занепокоєння, пов'язані з подорожами, також можуть сприяти віртуальним подорожам, як це спостерігалось під час пандемії. Це свідчить про зростаючий інтерес до Метавсесвіту та його можливостей для втечі. Ідея паралельного віртуального світу (Метавсесвіту) була вперше представлена в науково-фантастичному романі Ніла Стівенсона «Снігова аварія» 1992 року та згодом знову з'явилася в інших романах, таких як «Перший гравець напоготові» Ернеста Клайна у 2011.

Можна уявити, що віртуальний світ ставатиме все більш бажаним місцем, особливо якщо реальний світ характеризується біофізичною та соціально-економічною дестабілізацією. Тому важливо розуміти Метавсесвіт як пропозицію виходу до «стабільного» світу з правилами, встановленими корпоративною владою. Метавсесвіт є антитезою громадянського суспільства, його можливостей та потреб в залученні. Він запроваджується в той час, коли значна частка молодих людей більше не планує мати дітей, що є остаточним виявом недовіри до майбутнього [30]. У багатьох відношеннях Метавсесвіт є передбаченням, прийняттям і прискоренням занепаду реального світу в його біофізичних, соціальних і політичних формах.

Політичні зміни. Зі зростанням нестабільності країни можуть бути все більше зайняті внутрішньою боротьбою. Це може призвести до розходження планів щодо пом'якшення наслідків зміни клімату: такі країни, як Австралія чи Саудівська Аравія, вже відмовляються підтримувати глобальні зусилля з пом'якшення наслідків. Знову ж таки, загальна перспектива полягає в зростанні вразливості.

Чи зрозуміють зацікавлені сторони у сфері туризму виклик? Генеральний секретар ЮНВТО зазначив: «Криза — це можливість переосмислити туристичний сектор та його внесок у життя людей і планети; можливість для кращого розвитку до більш сталого, інклюзивного та стійкого сектору туризму, що забезпечує широке та справедливе користування перевагами туризму» [65]. Але що означає «переосмислити туризм» на практиці? У всіх своїх публічних заявах ЮНВТО підтримує програму зростання. Однак, насправді туристичний сектор може повернутися до статус-кво або повернутися до нової рівноваги у відповідь на збурення. Можна стверджувати, що в туризмі існує шанс відскоку вперед і реальність відскоку назад. Тому, щоб досягти пом'якшення наслідків пандемії та створити більш надійні системи туризму, знадобляться системні зміни, а не вдосконалення існуючих моделей [94,106]. Це і є урок, який варто винести з пандемії: у світі, який докладає серйозних зусиль для пом'якшення

наслідків, глобальна туристична економіка зміниться. Вона також буде більш стабільною і принесе користь більшій кількості людей. Отже, це ціна, яку варто заплатити.

1. Пандемія COVID-19, російська воєнна агресія призвели до сповільнення, а в більшості галузей, призупинення економічному розвитку в Україні. Особливо сильний негативний вплив ці процеси мали на розвиток туристичного сектору. На даний час постає питання інституціональної підтримки багатьох секторів економіки, щоб після перемоги цим галузям можна було повернутися до звичної діяльності та забезпечити розвиток країни. Інституційні важелі в туристичному секторі забезпечують особливості управління, механізми дії правових норм, закріплення і відтворення яких здійснюється за допомогою таких соціальних організацій, як інститути. Для розкриття їх сутності використано дефініційне та законодавчо-нормативне трактування туристичного сектору та забезпечення його розвитку.

2. Запропоновано дефініцію туристичний сектор, яка відображає діяльність, зокрема, надання сукупності туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів, адміністративно-територіальну приналежність, тобто ефективного використання туристичних ресурсів дестинацій, та управління, а саме забезпечення економічної та соціальної суспільної корисності. Встановлено взаємозв'язок функцій розвитку адміністративно-територіального утворення та розвитку туристичного сектору. Виокремлено інноваційно-інвестиційну діяльність як основу забезпечення розвитку туристичного сектору.

3. Не менш важлива складова забезпечення розвитку туристичного сектору - інституційна. До основних інституційних важелів розвитку туристичного сектору доцільно віднести формальні, неформальні та організаційні. Зокрема, формальні інституційні важелі забезпечення розвитку туристичного сектору представлені низкою документів нормативно-правової бази та регуляторних актів. Усі разом інституційні важелі (формальні, неформальні, організаційні) логічно вписуються в організаційну структуру

туристичного сектору, де вже присутні усі види економічної діяльності, які долучені до виробництва туристичного продукту. При цьому організаційна структура туристичного сектору представлена взаємозв'язками і взаємозалежністю бізнесом, владою та наукою, що дає можливість для ефективного використання усіх чинників розвитку туристичного сектору.

4. Проведено аналіз методичних підходів до організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору. Аналіз поняття «організаційно-економічне забезпечення» показав, що здебільшого даний термін застосовується на мікрорівні, тобто рівні підприємства чи суб'єкта підприємництва, а саме його визначення має дискусійний характер. Важливою рисою організаційно-економічного забезпечення, на нашу думку, є врахування взаємодії усіх елементів. Тому організація й економічна дія в процесі господарювання є неподільними поняттями, що власне і є квінтесенцією організаційно-економічного забезпечення. Для окреслення цієї взаємодії запропоновано базовим поняттям організаційно-економічного забезпечення вважати поняття «механізм».

5. Під механізмом організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору запропоновано вважати сукупність елементів організаційного та економічного характеру, взаємопов'язаних та взаємодіючих між собою із динамічними внутрішніми та зовнішніми зв'язками у туристичному секторі, ефективність реалізації якого залежить від здатності створювати нові у конкретний момент часу зв'язки, елементи, стимули тощо.

6. Через три роки після спалаху коронавірусу COVID-19 в Ухані (Китай), і після поширення вірусу в більшості країн світу доступність вакцин зробила глобальну пандемію більш керованою в деяких країнах, але криза ще далека від завершення. Борючись із п'ятою та шостою хвилями, новими дуже інфекційними варіантами вірусу, такими як Омікрон, відсутністю вакцин у бідних економіках та протестами «антивакцинаторів» значної частини населення промислово розвинених країн, COVID-19 продовжує впливати на національні економіки, бізнес, охорону здоров'я та соціальне життя.

Незважаючи на те, що різноманітні глобальні та локальні інституції та організації з туризму і вчені швидко обговорили шляхи глобального відновлення, наразі незрозуміло, коли очікувати тривалого відновлення.

7. Залежно від ситуації на національні туристичні системи впливають обмеження на подорожі, карантини та обов'язкове тестування, створюючи мінливе та непередбачуване середовище для бізнесу та подорожей. Помітні зміни призвели, з боку попиту, перехід бізнес-туризму до використання відеоконференцій, а значної частини населення промислово розвинутих країн - до відпочинку всередині країни. Туристичний бізнес відповів на кризу диверсифікацією продукції, знижками, скороченням робочої сили та новими маркетинговими стратегіями, хоча здається очевидним, що наслідки втрати доходів і нових боргів будуть відчуватися ще тривалий час.

8. На жаль, багато публікацій, присвячених туризму та COVID-19, зрештою як і в інших наукових тематиках, характеризуються погано продуманою методологією, спекуляціями, «пропагандою» індивідуальних дослідницьких планів, особистою упередженістю та проблемами етичної та академічної доброчесності, а також відсутністю теоретичного обґрунтування. Їх релевантність для досліджень туризму обмежена, оскільки багато з них є коментарями, короткими повідомленнями або використовують широко доступні набори даних.

9. Управління кризами та стихійними лихами є постійною тематикою досліджень в галузі туризму. Ця тема зосереджена на аналізі та реагуванні на події, починаючи від ранніх пандемій до тероризму, військових переворотів або екологічних катастроф. В дослідженні на прикладі уряду Німеччини розглянуто механізми боротьби з поширенням пандемії, які показали, що обмежена підготовленість до кризи, мала негативні наслідки, оскільки відповіді на випадкові (не прогнозовані, непередбачувані) страхи є неодмінно менш досконалими. Проведено своєрідну паралель зі зміною клімату, коли людство почало розуміти наслідки глобального потепління в результаті ураганів (Карибський басейн, США), лісових пожеж (США, Австралія, Нова Зеландія,

Швеція, Парагвай) або сильних дощів (Канада, Німеччина). Коли сталася катастрофа, відповідні заходи були розроблені на ходу, навіть якщо ризики були відомі. Це стосувалося і туризму, де рішення Верховного суду Німеччини дало уряду право суворо обмежувати права громадян у разі екзистенційної кризи. Держави реагували на пандемію індивідуально, а не колективно, послаблюючи міжнародну співпрацю.

10. Отже, глобальна відповідь на пандемію багато в чому була недосконалою. Уряди прагнули короткострокової стабілізації системи, надаючи значну державну допомогу, одночасно працюючи над поверненням до старого нормального стану. На національному рівні тенденція захищати «своїх» відобразилася в закритті кордонів або нових правилах в'їзду для іноземців. Довгострокові проблеми, наприклад, такі як сталий розвиток, зміна клімату, втратили актуальність, а наслідки політики фіскальної стабілізації для майбутніх поколінь залишилися проігнорованими.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

2.1. Аналіз заходів щодо підтримки туристичного сектору в країнах ЄС

Туризм забезпечує мільйони людей і дозволяє мільярдам більше дізнатись про власні та інші культури, а також природний світ. Для деяких країн це може представляти більше 20 відсотків їх ВВП і, загалом, це третій за величиною експортний сектор у світовій економіці. Туризм - одна із галузей, найбільш уражених пандемією COVID-19, що, в свою чергу, вплинуло на світову та регіональну економіку. Тому поступовий вихід сектору туризму із фази потенційного банкрутства в хоча би фазу стагнації стає пріоритетом. Відновлення туризму також дає можливість трансформувати саму економічну систему з фокусом на використання його впливу на відвідані пункти призначення та побудову і розвиток більш стійких громад та бізнесу через інновації, поінформованість, цифровізацію, стійкість та партнерство.

Аналіз розвитку туристичної галузі в умовах пандемії досліджено в працях таких вчених, як Арістейду О. [2], Беляєва С.С. [84], Бишовець Л.Г., Куракін О.Б., Ніколюк О.В. [134], Петрів І.М., Хаустова В.Є. Втім, повної відповіді на всі питання розвитку туристичної галузі в зазначених умовах, як і вакцини від коронавірусу, поки що немає. Тому питання - які явища вже спостерігаються в туризмі в результаті епідемії та реакція на них країн, установ, туристів; чи існує достатня обізнаність щодо епідеміологічних загроз для представників туристичної галузі, які пропонують як організовані поїздки на великі відстані, так і в межах певної туристичної локації; як вони готуються чи повинні підготуватися до вимог клієнтів щодо подорожей; які інноваційні заходи безпеки варто запровадити як постійну практику в туризмі; чого можна очікувати після закінчення поточної пандемії; які ще небезпеки можуть бути

загрозою для розвитку туристичної галузі – є і ще довго будуть предметом дослідження.

Для дослідження і подальшого розв'язання даних питань треба, в першу чергу, звернутись до причин, що зумовили дану ситуацію. Отже, статистика засвідчує, що за 2019 р. вражаюче збільшилась кількість закордонних подорожей у світі – до 1,4 млрд. осіб, що значною мірою зумовлено розвитком бюджетних авіаперевезень туристів, збільшенням економічної міграції та економічним зростанням Китаю. Так, у 2019 р. китайці витратили на міжнародний туризм понад 200 млрд. доларів. Мільйони подорожуючих китайців стали серйозною загрозою в контексті поширення інфекційних хвороб на інші континенти. Враховуючи десятки інфекційних хвороб, тривога з приводу зростання чисельності людей, швидкості і легкості їх пересування по всьому світу ставала дедалі більшою.

Тим не менше, у грудні 2019 р. найбільшими загрозами здоров'ю та життю в міжнародному русі було встановлено: тероризм (Близький Схід, Північна Африка), нестабільна економічна ситуація та пов'язані з нею соціальні заворушення (Венесуела), природні катастрофи (землетруси, повені). І тільки нарівні з другорядними злочинністю та дорожньо-транспортними пригодами було визначено інфекційні захворювання.

У 2018 р. Всесвітня організація охорони здоров'я оголосила список інфекційних хвороб, що становлять загрозу для міжнародного здоров'я, серед яких: вірусні лихоманки (Ебола, Марбург, Ласса), коронавірусні інфекції (MERS, SARS) та хворобу X (хворобу, яка поки невідома). У січні 2020 р. хвороба X з'явилася у світі як COVID-19, спричинена вірусом SARS-CoV-2, епідемія якого спалахнула в центральному Китаї, в провінції Хубей і його столиці Ухань. Два роки тому ВООЗ давала сигнал, що варто вдосконалювати місцеві системи охорони здоров'я у всьому світі для раннього виявлення епідемії та стримування її поширення. Сьогодні ми можемо спостерігати розвиток епідемії та її наслідки, якщо ігнорувати ранні профілактичні дії.

Отже, перша проблема, яка виникає під час епідемії COVID-19 - це стійкість систем охорони здоров'я до швидкого зростання кількості людей, які потребують інтенсивної терапії. І, якщо навіть розвинені країни (наприклад, Італія, Франція чи США) та Схід (наприклад, Японія) не змогли повністю взяти під контроль розповсюдження коронавірусу, то менш розвинені системи захисту здоров'я в бідніших країнах, які часто відвідують туристи (наприклад, Таїланд, Мексика, Туніс і Марокко), не впорались із ним так само. Відповідно, неможливо очікувати від таких систем охорони здоров'я, тим більше обтяжених епідемією, щоб вони забезпечували належний захист туристів. А це може мати негативний вплив на рішення, прийняті туристами щодо обраного пункту призначення, що, в свою чергу, знижує доходи країн від туризму.

Все це вказує на те, що «післяепідемічний турист» буде обов'язково розглядати своє здоров'я та безпеку в більш широкому контексті здоров'я та добробуту громади, яку він відвідує. Інші ризики для здоров'я полягають в колективному характері, притаманному роботі туристичної галузі. Факти непереможно свідчать, що «ланцюг інфекції» можна розірвати тільки розмежуванням людей та їх ізоляцією, тобто моделлю, повністю протилежною тій, на якій базується весь туризм. Це, мабуть, найсерйозніше застереження проти самої ідеї подорожі за власним бажанням. Чи «післяепідемічний» турист буде однаково охоче зустрічатися з іншими людьми в ситуації, коли вони несуть потенційну загрозу для його здоров'я та безпеки? Чи можна назвати туризмом подорож, в якій повністю обмежений контакт з новим місцем або людиною? Як узгодити бажання подорожувати і потребу в безпеці? Ці питання стають стратегічними викликами не лише для туристичних агентств чи компаній, але й для туризму як явища загалом.

Розвиток туристичної галузі, спираючись на міждисциплінарне вирішення даних питань, можливий завдяки визначенню таких двох соціальних явищ, як медикалізація та сек'юритизація. Медикалізація означає всі практики, як мовні, так і інституційні, спрямовані на визначення соціальних проблем за категоріями хвороби [13]. Сек'юритизація має на меті інтегрувати нові явища

навколо категорії безпеки [6]. І перший, і другий процес зі зрозумілих причин стосуються і розвитку туристичної галузі в тому числі.

Спираючись на дослідження [13], можна очікувати, що в лінгвістичному аспекті процес медикалізації проявиться в очікуваннях з боку туристів поінформованості про традиційні практики з охорони здоров'я в пунктах подорожей, а також про рівень безпеки таких подорожей.

В інституційному плані медикалізація та сек'юритизація туризму може проявлятися у формуванні менших груп туристів або навіть індивідуальних турів з метою турботи про здоров'я та безпеку груп. В інтерактивному аспекті обидва процеси можуть призвести до зростання ролі сучасних технологій у формі віртуальних турів.

Таким чином, теперішні пандемічні умови, звичайно, тільки посилять вплив рівня медицини на розвиток туризму та ставлять аспекти здоров'я та безпеки подорожей в центр уваги як для туристів, так і для громад, які їх приймають.

Останнім часом особливої актуальності набуває ідентифікація та дослідження інструментів, які можуть сприяти подальшому розвитку вітчизняного туристичного сектору. Впродовж багатьох років до пандемії COVID-19 туризм вважався одним з найбільш динамічно розвинених секторів країн ЄС та посідав найвищі сходинки у першій десятці світових лідерів.

Туристичний сектор формував 10 % ВВП ЄС, зокрема, 25 % - у Хорватії, 22 % - на Кіпрі, 21 % - у Греції, 19 % - у Португалії, по 15 % - у Австрії, Естонії, Іспанії, 12 % - в Італії тощо [14]. Статистичні дані показали рівень втрат туристичного сектору ЄС, пов'язаних з пандемією коронавірусу: у Італії (-96%), Хорватії (-86%), Кіпрі (-78%) та Франції (-70%) відбулося найбільше падіння. Іспанія (-51%), Румунія та Словенія (-56% кожна) також зазнали значного впливу пандемії [19]. В Україні падіння сектору туризму становило 82 % [14].

Тому, у пошуках ефективних управлінських рішень в туристичному секторі України очевидним є перейняття та запровадження передових практик,

аналізу ситуацій та прийнятих рішень в країнах з найбільшим туристичним трафіком у світі та найвищим доходом від туризму.

Окресленим питанням приділено увагу в різноманітних звітах [14,19], доповідях на підтримку туристичного сектору [25,145], які демонструють практики кожної країни чи регіону щодо підтримки туристичного сектору в період пандемії коронавірусу, а також забезпечення захисту туристів, працівників туристичної сфери та населення приймаючої країни.

Проведемо аналіз досвіду підтримки та забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії таких розвинених країн з великою часткою доходів від туризму у ВВП, як Франція та Італія, а також, географічно, кліматично та ментально близької до нас Польщі.

Досліджуючи політику в сфері забезпечення розвитку туристичного сектору в країнах ЄС, варто відмітити, що надзвичайно складні умови, що склалися внаслідок пандемії коронавірусу, сколихнули цю галузь не менше, ніж в Україні. А в країнах, де частка доходів від туризму має значний вплив на ВВП, ще й вплинули на загальний фінансовий стан країни.

Щодо заходів підтримки туристичного сектору у *Франції*, то в країні:

- уряд змінив умови скасування бронювання подорожей, тим самим дозволивши заміну відшкодування кредитом або ваучером на еквівалентну суму на майбутню послугу [14]. Відповідно до даної процедури клієнти мають право вимагати повернення коштів через 18 місяців, якщо ваучер не буде використано. Це сприяло зниженню миттєвого відтоку грошових коштів та підтримало туристичні компанії;

- ще у 2014 р. розроблено Національну стратегію сприяння туризму, амбітною метою якої було прийняти 100 млн. іноземних туристів до 2020 р., а також створити 300 тис. додаткових робочих місць [139];

- в рамках цієї стратегії передбачено вдосконалення прикордонної інфраструктури. Встановлено, що це підвищує комфорт подорожей. Тому необхідно полегшити отримання віз та забезпечити плавний перетин кордону з одночасною турботою про безпеку, що є пріоритетом прибуття в країну;

- прийняття послідовної стратегії просування, концентрація зусиль, ресурсів, фінансових засобів для просування декількох впізнаваних - широко відомих - брендів, наприклад, регіональні бренди, такі як Бордо чи Монблан, що об'єднують малі та середні підприємства (МСП). В рамках рекламних заходів була створено платформу «DATAtourisme», збір та розповсюдження стандартизованої інформації від місцевих підприємств [139];

- розвиток цифрових технологій : вдосконалення порталів просування в Інтернеті та туристична інформація, яку забезпечує переважно високошвидкісний широкосмуговий доступ, прийняття електронного «Citypass» в регіоні Іль-де-Франс;

- застосування нормативно-правових заходів для вирішення конфліктів між традиційними гравцями у секторі (наприклад, готелі) та новими учасниками, пов'язаними із цифровими технологіями (наприклад, booking.com). Прикладом такого рішення було укладення угоди щодо доручення між готельєрами та основними центрами бронювання та скасування застереження за ціновим паритетом;

- надання високоякісних послуг через навчання та освіту, акцент зроблено на іноземні мови, цифрові знання та загальна культура серед працівників туристичного сектору. В тому числі, через запровадження навчальних програм у вигляді онлайн-тренінгів з питань туризму;

- створення спеціального інвестиційного фонду (France développement tourisme) з метою підвищення привабливості місцевих туристичних напрямків, підвищення конкурентоспроможності бізнесу в туристичній галузі. З 2016 року існує спеціальна інвестиційна програма для підприємств, туристичного сектору, для якої уряд Франції виділив приблизно 700 млн. євро [42]. Одне з впроваджених рішень для фінансування туристичного сектору - це перерахування частини доходу від віз для розвитку агентства Atout France;

- підтримка ініціатив, що представляють регіональне різноманіття і продукцію, наприклад, за допомогою «Європейської доби спадщини» або різних рейтингів послуги громадського харчування;

- у 2018 році було створено Міжвідомчу комісію з туризму (СІТ), відповідальну за просування французького туристичного сектору у всьому світі, а також для інвестицій з метою покращення пропозиції в індустрії туризму. Завдяки діяльності СІТ були вжиті такі кроки, як надання країнам можливості швидкої видачі візи (за 48 годин) або зменшення черг в аеропортах Парижа [142].

У Франції регулярно зростає туристичний потік, а отже, і доходи від туризму, які у 2018 р. були найвищими в історії – 56,2 млрд. євро при встановленому світовому рекорді відвідуваності іноземними туристами в 89,4 млн. осіб [130]. Для того, щоб забезпечити французьким громадянам якомога більшу участь у прибутках туристичного сектору, французький уряд прийняв наступні рішення:

1) розробити з цією метою комплексний план зайнятості в туризмі та підвищення кваліфікації персоналу, створення якісних робочих місць і зменшення товарообігу в секторі;

2) реформа системи відшкодування ПДВ для збільшення економічних вигод від міжнародного туризму - продовження дозволеного періоду між покупками та видачею документа про повернення податку, збільшення верхньої межі повернення готівки, зниження порогу повернення податку;

3) висвітлення історичної спадщини Франції шляхом відновлення історичних будівель та їх виділення для туристичних послуг, просування середніх французьких міст (до 200 тис. мешканців) за допомогою програми «Культурні столиці Франції» за зразком програми «Європейські культурні столиці».

У Франції також діє Національне агентство з питань подорожей (ANCV), відповідальне за забезпечення громадян Франції широкою туристичною пропозицією та просуванням внутрішнього туризму. В рамках діяльності ANCV здійснюється підтримка менш заможних громадян у формі надання субсидій на святкові поїздки та путівок на відпочинок.

Всесвітньою радою з подорожей і туризму (WTTC) в серпні 2020 було опубліковано звіт «WTTC Covid-19: Сильна політика» [145], в якому дана організація закликає уряди проводити політику, що буде безпосередньо підтримувати туристичний сектор в наступних трьох областях, а саме:

- захист працівників туристичної індустрії;
- фіскальна підтримка;
- підтримка ліквідності туристичних об'єктів.

На основі цих пріоритетних областей політики WTTC низка країн оголосили про такі наміри і на даний час реалізують вражаючу політику в цій галузі. Зокрема, у Франції туристичний бізнес може скористатися підтримкою для МСП, а їх працівники – доплатами до заробітної плати. Крім того, французький уряд створив Комітет сектору туризму - об'єднання зацікавлених сторін сектору (державні та приватні) та Atout France - метою яких є постійний моніторинг ситуації у секторі. Комітет підготував рекомендації, зокрема, про пряму підтримку підприємств сектору у формі співфінансування скасованих бронювань.

В серпні 2021 року організацією WTTC опубліковано документ, в якому висвітлено приклади урядів, які впровадили практичну політику, щоб допомогти туристичному сектору: від фінансування репатріації громадян та швидкого впровадження вакцинації до заохочення туристів через спрощення візового режиму, додаткове страхування від COVID-19 та менш жорсткі умови в'їзду на кордоні [25]. Зокрема, Франція дозволила компаніям використовувати пандемію для посилення на форс-мажорні обставини та використовувати *Activité Partielle*. Усі працівники мають право на отримання і отримали від роботодавця 70% своєї заробітної плати.

Під час кризи COVID-19 більшість роботодавців не несуть жодних витрат за відпрацьовані години, оскільки держава відшкодовує працівникам до 4,5-кратної погодинної мінімальної заробітної плати. Фірми змогли подати заявку на цю схему заднім числом протягом 30 днів з моменту першого скорочення

годин. Максимальний термін дії схеми був продовжений від шести до 12 місяців.

З 2016 року в *Італії* впроваджуються програми, що просувають менш популярні регіони країни серед туристів (переважно південні) та спрямовують туди туристичний рух. Для цього виділено більшу частину коштів в рамках програми «Культура та інновації» з Фондів Європейського Союзу (бюджет для цієї мети склав 490 млн. євро [46]). Крім того, з 2014 року Фондом туристичних інвестицій, який контролюється збоку уряду Італії, збільшив обсяги інвестицій до 250 млн. євро. Фонд є свого роду мостом між державними активами, які потребують розвитку, та ринком приватної нерухомості.

Як і Франція, Італія має національну стратегію туризму, яка передбачає:

- наголос на сталому розвитку, охороні природних ландшафтів та природних ресурсів;
- просування менш відвідуваних туристичних локацій;
- збільшення кількості якісних робочих місць;
- турбота про досвід туриста;
- створення інтегрованої системи управління туристичним рухом, оцифрування туристичних послуг;
- забезпечення доступності місць (наприклад, для людей з обмеженими можливостями).

Важливим органом, який реалізує дану Стратегію, є Національна туристична агенція (ENIT), відповідальна за просування туризму та реалізацію плану розвитку Інтернет-маркетингу Італії.

Більше того, з 2014 року в туристичному секторі було досягнуто наступних удосконалень:

- забезпечення універсального доступу до широкопозвоного Інтернету та Wi-Fi в місцях, які відвідують туристи;
- в рамках міжвідомчої співпраці Міністерства інфраструктури та транспорту, Міністерства розвитку та AGID на 2016-2024 рр. виділено 372 млн.

євро на розвиток туристичної інфраструктури, таких як велосипедні доріжки, туристичні залізнично-дорожні послуги [46]. Акція планується шляхом побудови пішохідних та велосипедних маршрутів, метою якої стало підвищення цінності місцевої культурної спадщини;

- нова класифікація готелів за критеріями доступності та стійкості (ця класифікація не застосовувалася до I кварталу 2020 року);

- податкові канікули для людей та підприємців, які здійснювали інвестиції, пов'язані з оновленням туристичних об'єктів.

В рамках програми «Сильна політика WTCC COVID-19» в Італії підприємці та працівники туристичного сектору можуть скористатися підтримкою за програмами для всіх секторів: серед іншого, було мобілізовано фонд (25 млрд. євро) для сімейних підприємств, мікро, малих та середніх підприємств, що можуть розраховувати на гарантовані позики. Крім того, було створено фонд підтримки на 500 млн. євро для авіаційної промисловості та італійського перевізника Alitalia [145].

У травні 2020 р. країни ЄС домовились про рівень обмежень при в'їзді до ЄС громадян певних країн. Пакет Європейської Комісії з питань туризму та транспорту розробив систему кольорових кодів для класифікації країн та регіонів, виходячи з епідеміологічної ситуації. Хоча держави-члени зберігали свободу встановлювати власну політику обмежень, більшість з них дотримувалися Рекомендацій Європейської Ради, які надали більшої ясності туристичному сектору та споживачам.

У 2021 році ЄС взяв на себе провідну роль у перезавантаженні туристичного сектора, запровадивши свій цифровий сертифікат COVID (DCC). Це перший глобальний приклад того, як багато країн співпрацювали над створенням системи перевірки статусу COVID-19, що є загальним і повністю сумісним у всіх цих країнах [25]. Безкоштовний DCC - це цифровий доказ того, що особа має або була повністю вакцинована проти COVID-19, отримала негативний результат тесту на COVID-19 або одужала після захворювання. Швидкому впровадженню DCC сприяло тісне партнерство з ключовими

зацікавленими сторонами, такими як авіакомпанії та аеропорти, туроператори. З 1 липня 2021 р. громадяни та резиденти ЄС змогли отримати свій DCC і перевірити його у всіх державах-членах ЄС. Відтак їх було звільнено від тестування та усунуено обмеження у вільному пересуванні.

Не менш цікавим для України є досвід *Польщі*, схожої за кліматичними умовами та місцевими традиціями, для якої, як і України, притаманний більше внутрішній туризм.

Заходи, що підтримують туристичний сектор Польщі в умовах пандемії, включають:

- в період коронакризи фінансування польським урядом в розмірі 5,65 млрд. євро мікропідприємств туристичної галузі у формі безвідсоткових позик і таку ж суму виділено на дотації для великих підприємств у формі позик або облігацій, придбання акцій або цінних паперів [14]. Крім того, в Польщі діє Програма «Go to brand», що пропонує фінансову підтримку МСП для просування бренду продукції на зовнішніх ринках;

- через складну ситуацію, спричинену пандемією коронавірусу, польські компанії туристичного сектору були охоплені підтримкою в рамках Програми «Антикризовий щит», що набрала чинності 31 березня 2020 р. Підтримка туристичної галузі передбачала можливість відтермінування договору про участь у туристичному заході у формі ваучера. Ваучер буде дійсним один рік з дати, коли повинен відбутися турпакет або відповідна турпослуга, за яку замовник заплатив збір. Ваучер гарантується системою забезпечення в разі неплатоспроможності;

- під час епідемічної загрози також було відтерміновано збір низки податків. Було створено можливість повернення внеску до Фонду гарантування туризму на туристичний захід, який не відбувся через спалах епідемії. Змінено правила визначення мінімальної суми банківських та страхових гарантій та страхування подорожей;

- Міністерство розвитку оголосило про запровадження програми туристичних ваучерів (1000+), яка дозволяє їх використати на поїздку чи інший

захід, пов'язаний з туризмом [80]. В той же час варто згадати про рекламовану Польською туристичною організацією туристичну акцію «Zmień Termin NieOdwołuj» [43], в рамках якої потенційних туристів закликають відкласти заплановані поїздки до закінчення епідемії;

- залишається актуальною реформа системи професійно-технічної освіти - найкращою практикою в цій галузі є меценатські класи, експертні класи в школах, дуальна освіта або можливість проходження стажування людьми без досвіду [36]. Звичайно, важливо, що всі можливості для професійного розвитку також є інструментом підтримки та подальшого навчання, доступного працівникам сектору;

- інвестиції, спрямовані на розширення доступу до широкопугового Інтернету, в рамках державної програми Polska Cyfrowa. З одного боку, це підвищує привабливість туристичної інфраструктури для звичайних туристів через можливість постійного доступу до мережі, з іншого - це дозволяє місцевим підприємцям більш ефективно просувати власний туристичний продукт. Завдяки цьому можна розвивати туризм в мало відвідуваних регіонах, особливо в сільській місцевості;

- іншим інструментом, що сприяє цифровізації туристичного сектору, є створення польської туристичної інформаційної системи. Зокрема, створено портал цифрового спілкування, просування та бронювання розміщення - *polska.travel.pl*. Цей портал доступний багатьма мовами. Потенційно це може бути можливість для підприємців або менш популярних регіонів конкурувати з великими організаціями, які рекламують себе, в тому числі через *booking.com*. Однак для того, щоб вищезазначений портал міг би виконувати таку функцію, необхідне просування, щоб зробити його впізнаваним користувачами;

- просування регіонів та місцевих визначних пам'яток та створення місцевих брендів. У 2014-2020 роках багато проєктів цього типу можна було реалізувати в рамках Регіональних програм, а також в рамках Програми Східна Польща (підтримка надавалась не лише для просування, а й для оновлення та будівництва туристичної інфраструктури);

- «Біла книга регулювання системи сприяння туризму в Польщі» – документ, розроблений Міністерством розвитку, праці та технологій у 2019 році, представляв думки та потреби представників секторів, зібраних з метою внесення змін до закону [50];

- діяльність, спрямована на просування внутрішнього туризму - наприклад, «Польща дивись більше - вихідні за півціни» - рекламна кампанія, організована Польською туристичною організацією; соціальна кампанія «Відпочинок на селі», організована Міністерство сільського господарства та розвитку сільських територій у 2016 р., спрямована на просування туризму у сільських регіонах - агротуризм, екотуризм, сільська культурна спадщина.

Отже, заходи щодо підтримки туристичного сектору, запроваджені в ЄС, можна умовно поділити на три групи:

- 1) створення розумного співвідношення між захистом туристів та інтересами працівників туристичного сектору;
- 2) формування умов підтримки приватного бізнесу з метою запобігання його банкрутства, особливо малих та середніх підприємств;
- 3) розробка та впровадження механізмів підтримки та відновлення туристичного сектору.

На основі аналізу рішень та заходів організаційного та економічного характеру, що використовуються в країнах з набагато вищим рівнем розвитку туристичного сектору, ніж в Україні, можна стверджувати, що варто розглянути було б наступне:

– підвищення ефективності діяльності установи, яка централізовано управляє туристичним сектором (наприклад, Державне агентство розвитку туризму). Приклади таких країн, як Франція та Італія, підтверджують, що існування такої установи дозволяє ефективніше впроваджувати рішення;

– формування та реалізація довгострокової стратегії розвитку та просування туристичного сектору - це рішення використовується у всіх країнах, описаних у даній статті;

- розробка національної стратегії розвитку туризму - у країнах високого рівня розвитку туристичного сектору такі стратегії мають як короткострокові, так і довгострокові цілі;
- подальша оптимізація карантинних заходів безпеки;
- підтримка інвестицій у туристичний сектор;
- сталий розвиток, враховуючи можливості та бюджет місцевих громад та кліматичні та екологічні умови;
- введення нової класифікації (рейтингів) туристичних об'єктів, враховуючи такі критерії, як відповідність умовам сталого розвитку, охорона навколишнього середовища або доступність для людей з обмеженими можливостями. Такі рішення вже застосовано у Франції;
- інвестиції в підвищення кваліфікації та навчання персоналу як у формі прямих субсидій (наприклад, на навчання), так і податкових пільг для підприємців, які наймають працівників на вигідних умовах або в довгостроковій перспективі;
- створення окремого фонду для фінансування проектів та інвестицій в туристичний сектор на зразок французького чи італійського інвестиційних фондів туризму;
- впорядкування візових процедур та правил подання заявок на перебування туристів для людей, які виїжджають за межі Шенгенської зони, на прикладі французького рішення заохочувати іноземних туристів відвідувати країну;
- формування іміджу країни та пропагування її природних цінностей, охорона навколишнього середовища та ландшафтних цінностей країни;
- створення впізнаваної онлайн-платформи (на зразок polska.travel.pl), через яку буде можливим просування місцевих брендів та місцевих МСП, а також розвиток національного туризму у відповідності до принципів сталого розвитку.

Таким чином, проаналізовано передові практики підтримки туристичного сектору в умовах пандемії в країнах з найбільшим туристичним трафіком. Зважаючи на динамічний вплив пандемії на ситуацію в туристичному секторі, який є особливо чутливим до епідеміологічних загроз, враховуючи, що заходи, спрямовані на пом'якшення наслідків пандемії коронавірусу мають тимчасовий характер, у довгостроковій перспективі в даному дослідженні запропоновано нові напрямки та способи діяльності, які не лише допоможуть туристичному сектору України вийти з прогнозованої кризи, але й також завоювати позицію на європейському ринку.

2.2. Дослідження традиційних та формування новітніх чинників розвитку туристичного сектору в умовах пандемії

В сучасному світі туристична галузь є тим сектором, який формує доходів мільйонів людей і дозволяє мільярдам більше дізнатись про власну та інші культури, а також навколишній світ. Деякі країни визнають туристичну галузь провідною і визначальною для своєї економіки, оскільки вона дає близько п'ятої а то й більше частини ВВП. З іншого боку, туризм є третім за величиною експортним сектором у світовій економіці.

В той же час туристична галузь наразі є найбільш ураженою пандемією COVID-19, що, в свою чергу, вплинуло як на світову, так і на багато регіональних економік. Тому пошук шляхів виходу туристичної галузі із фази потенційного банкрутства стає пріоритетним завданням не тільки для самого туризму, але й для урядів багатьох країн.

Аналіз факторів розвитку туристичної галузі в умовах пандемії проведено в працях [2,84,134]. Втім, повної відповіді на дослідження всіх чинників розвитку туристичної галузі в зазначених умовах, а також визначення післяепідемічних наслідків поки що немає.

Отже, визначення традиційних та новітніх чинників розвитку туристичної галузі з позицій її регіональної інтерпретації та впливу пандемічних умов є основою подальшого дослідження. Складність в однозначному трактуванні чинників розвитку туристичних регіонів виникає з необхідності врахування міждисциплінарних підходів. Це не означає абстрагування від традиційних складових туристичного продукту регіону, що формують його конкурентний туристичний потенціал. Традиційними серед них є:

- *привабливість та розташування* туристичного регіону,
- *інфраструктура та спектр послуг* туристичного регіону,
- *доступність* туристичних послуг,
- *ціновий чинник*.

Прийняття новітніх чинників, пов'язаних з поширенням COVID-19, змушує по-іншому поглянути на ці складові – з точки зору відповіді на питання: як формувати конкурентну перевагу туристичного регіону довготривалої перспективи шляхом врахування пандемічної ситуації, побудови нової інформаційної інфраструктури, інституційних умов та системи інновацій?

Перш ніж розглядати новітні чинники та наслідки їх впливу на розвиток туристичної галузі, варто з'ясувати причини їх появи. Як зазначено в [94], до основних причин, що зумовили дану ситуацію, можна віднести: збільшення кількості закордонних подорожей у світі, збільшення економічної міграції та економічне зростання окремих країн та регіонів. Такі процеси стали основною рушійною силою, в тому числі, для інтенсивного поширення інфекційних хвороб, що становлять загрозу для міжнародного здоров'я. На даний час у світі спостерігаються наслідки розвитку пандемії, особливо, якщо ігнорувати ранні профілактичні дії.

Тому в [94] наголошено на формуванні сукупності новітніх детермінант впливу на туристичну галузь в умовах пандемії. До них віднесено:

- *стійкість систем охорони здоров'я* до швидкого зростання кількості людей, які потребують інтенсивної терапії;

- *медикалізацію*, яка спрямована на визначення соціальних проблем за категоріями хвороби [13];
- *сек'юритизацію*, що має на меті інтегрувати нові явища навколо категорії безпеки [6];
- *поінформованість* про традиційні практики з охорони здоров'я в пунктах подорожей, а також про рівень безпеки таких подорожей.

Поява нового етапу дослідження традиційних та новітніх чинників розвитку туристичної галузі нашої країни спричинена ще й через переконання про те, що останнім часом відбулось багато змін як у сфері організаційно-фінансової підтримки, так і в можливості активізації регіональних одиниць самоврядування, зокрема, у створенні *регіонального потенціалу знань та вмінь* [108]. Таким чином, пропонується модель формування новітніх чинників розвитку туристичного сектору регіону, логічна схема якої наведена на рис. 2.1.



Рис. 2.1. Модель формування новітніх чинників розвитку туристичного сектору

Суб'єктну структуру запропонованої моделі формують усі суб'єкти, які виробляють туристичні продукти певного регіону [108]:

- туристичні підприємства,

- адміністративні одиниці самоврядування та уряду,
- суб'єкти бізнес-середовища,
- місцева громада.

Часто суб'єкти туристичної галузі виступають як єдиний туристичний кластер. Такий підхід сприяє зміцненню конкурентної позиції не тільки туристичної галузі, але, як результат, і регіону. В умовах впливу новітніх чинників, розширених за рахунок врахування пандемічних умов функціонування туризму, формування туристичних кластерних одиниць забезпечить :

- зміцнення та вдосконалення співпраці між галузевими суб'єктами (особливо це стосується співпраці галузей медицини, страхування та туризму),
- вдосконалення технологічних компетенцій, пов'язаних з присутністю дослідницьких та таких, які стосуються розвитку, організацій у рамках утворення кластерів (в тому числі розширення поінформованості як місцевої спільноти, так, і туристів про пандемічні умови задля запобігання випадків типу Нові Санжари),
- мережеву інтеграцію з клієнтами, надавачами туристичних послуг, субпідрядниками і постачальниками з використанням елементів сек'юритизації,
- включення галузевих суб'єктів до транснаціональних мереж, що дасть можливість доступу до нових ринків, нових можливостей, підтримку мобільності працівників в межах кластерів.

В контексті дослідження новітніх чинників розвитку туристичної галузі важливим є не тільки їх визначення, але і встановлення наслідків впливу пандемії на усі групи детермінант, так званих постепідемічних впливів. Розглянемо їх за групами чинників, окресленими в запропонованій моделі. Отже,

1. Традиційні чинники :

Банкрутство ресторанів, кафе, барів та інших закусточних або зміна їх власників. Подекуди це спричинено різкими обмеженнями під час пандемії при

практично відсутній підтримці підприємців у цьому секторі з боку держави, в інших випадках - неможливістю утримувати приміщення та платити заробітну плату працівникам через тривалу відсутність споживачів-туристів, які досі становили домінуючий відсоток споживачів. Таку долю поділять багато закладів харчування у містах та регіонах, де туризм породжує більшість послуг у цьому секторі, особливо там, де доходи місцевих жителів занадто низькі, щоб користуватися цими послугами.

Закриття готелів та інших закладів розміщення (або відмова власників від надання послуг розміщення) може набути масового характеру, причому більше, ніж у секторі громадського харчування, оскільки заклади такого типу та розміру не можуть бути використані для інших цілей без серйозних інвестицій та реструктуризації. Найстійкішими будуть, мабуть, приватні, маленькі пансіонати, зелений туризм та гостьові кімнати, власники яких зосередяться на інших заходах, і як тільки пандемія зупиниться, вони зможуть відтворити туристичне джерело доходу.

Зміни попиту. Наслідком пандемії очевидно є різке зниження чисельності зовнішніх туристів, тому в після пандемічний період очікується зростання попиту на внутрішній туризм у багатьох країнах. Це тому, що багато туристів розглядатимуть можливість подорожі авіа, автомобільним, морським, залізничним або автобусним транспортом (а вони, як відомо, складають більшість видів подорожей до зарубіжних регіонів) як потенційний ризик зараження інфекцією в скупченнях людей протягом тривалого періоду часу. Додатково формується ціла сукупність факторів, які знижують потенційний попит для зовнішнього туризму. Це і проблеми з відсутністю інформації про фактичну епідеміологічну ситуацію в іншій країні, і незнання умов доступу до медичних послуг та їх рівня, і невизначеність їх отримання для іноземців. Відтак, якщо вони й вирішать поїхати на відпочинок / у відпустку, то зроблять це у власній країні. Це дозволить певною мірою «відбитись від дна» (нульової вигоди чи доходів при закритті) туристичним агентам, які сформуєть монетизовану пропозицію із вітчизняного сектору розміщення, гастрономії,

визначних пам'яток культурного туризму. Попит на послуги місцевих гідів та керівників турів, а також послуги колективного транспортування очевидно знизиться, оскільки більшість туристів вочевидь обере індивідуальні заходи або заходи в невеликих групах друзів та поїздки за можливості власним транспортом.

Ставлення населення, включаючи зацікавлені сторони в активному туризмі. В умовах пандемії місцеве населення докорінно змінює своє ставлення до туристів, вважаючи їх винними в імпорті вірусу. Це явище носить тривалий характер і може впливати всупереч бажанням туристичних агентів перезапустити послуги обслуговування туристів навіть у регіонах, де надходження від них становлять значну кількість частину доходів. Це притаманно і малим туристичним агентам, які навіть діючи на користь туристів, побоюються за власну та сімейну безпеку, і ці побоювання сильніші, допоки відсутність доходу становитиме меншу загрозу, ніж голод. Для більш тривалого періоду результатом розуміння ролі туризму в економічному та культурному житті населення стане поступове «сприйняття» та «прийняття» пандемічних умов та ризиків, які вони несуть для місцевого населення. Таке «прийняття» вже можна спостерігати у містах з історичною спадщиною, де, з одного боку, сподіваються на джентрифікацію історичного центру, знелюдненого внаслідок відсутності туристів, з іншого боку (на основі спостереження за різкими змінами, спричиненими зменшенням туристів) зростає розуміння важливості туристичного сектору для існування робочих місць, доходів місцевої громади та збагачення культурної спадщини міста.

2. Регіональні чинники :

Економічні ефекти для індустрії туризму. Одним з них буде хвиля банкрутств або припинення діяльності туристичних агентств. Можна припустити, що у секторі спеціалізованих туроператорів ця небезпека дещо менша, ніж у великих туроператорів. Це пов'язано з малим масштабом цих суб'єктів підприємництва (рідші поїздки, менше груп, рідші масштабні і навіть сезонні замовлення з передплатою) та відносно високим рівнем лояльності

своїх численних клієнтів, які в цій групі суб'єктів складають відносно великий відсоток учасників туризму. Такі туристи частіше приймають рішення про відтермінування поїздки.

Різка падіння доходів місцевих бюджетів, особливо там, де туризм був основним їх джерелом, наприклад близько 10 % ВРП, і особливо в тих регіонах, де туристична галузь утворює 20% ВРП і більше. Окрім регіонів, відомих своєю пропозицією рекреаційного (приморський, гірський) або оздоровчого (санаторно-курортні комплекси) туризму, особливо вразливими регіонами є дестинації культурного туризму - невеликі містечка, такі як Ронда в Іспанії, Ротенбург-на-Таубері у Німеччині, Каркассон у Франції або Масса Мариттіма в Італії та не зовсім маленькі, як італійські Венеція та Піза чи іспанська Кордова та менш урбанізовані регіони, як-от, наприклад, шведський екомузей Бергслеген, Грецький Пелопоннес, Сардинія, які мають особливо високі ризики банкрутства в умовах пандемії. У той час як у розвинених країнах вони, ймовірно, можуть розраховувати на потужну та швидку підтримку центральних урядів, то в бідніших та погано керованих країнах довготривала криза може спричинити міграцію значної частини місцевих жителів та підприємців. Великі міста з іншими галузями економіки можуть впоратись з пандемічними умовами швидше. З іншого боку, мабуть, у таких місцях (Барселона, Прага, Краків, Львів), як зазначалося вище, рівень доходів від туризму буде знижуватися, стане відсутнім явище «над туризму» та з'явиться та набуде особливого розквіту явище джентрифікації історичних районів.

Зміни в стратегіях та організації пропозиції різних видів туристичного продукту менеджерами туристичної галузі. У цю групу потрапляють місцеві та регіональні організації туризму, організатори культурних маршрутів, організатори заходів, керівники туристичних закладів, що випускають власні туристичні продукти або продукти, доступні лише для туристів, незалежні постачальники місцевих туристичних пакетів і деякі працівники адміністрації в туристичних регіонах. В цих групах можна очікувати на три види діяльності. По-перше, вони будуть діяти відповідно до зміни попиту та здатності власної

компанії функціонувати в нових для неї умовах, спрямованих, перш за все, на зменшення витрат. До такого виду стратегій та організації діяльності належать: звільнення деяких працівників, яким організація вже не може платити заробітну плату, відмова від колективної роботи в офісах та туристичних атракціях та закриття фізичного доступу клієнтів до них через заборони (наприклад, закриття готелів, скасування перевезень, заборона на організацію заходів тощо). Болісний урок 2020 року значно прискорить впровадження автоматизованих процесів управління, що не вимагають людського персоналу. Цього також стосується і організації туристичного обслуговування, зокрема, проведення онлайн-консультацій із клієнтами та продажу туристичних продуктів, наприклад, за допомогою віртуальних співрозмовників – ботів, автоматизовані послуги бронювання та цілі платформи управління подорожами, онлайн-карти культурних та інших маршрутів, планувальники подорожей для регіонів, міст, онлайн-додатки для бронювання та оплати послуг, безособове обслуговування деяких визначних пам'яток за допомогою цілодобових дисплеїв, що відкриваються за допомогою платіжної картки або замовленого електронного коду, моніторинг за допомогою камер послуг розміщення, наприклад, самообслуговування в хостелах та квартирах для короткострокової оренди тощо. Після часткового відкриття визначних пам'яток, послуг та трансферів природною реакцією туристичної групи буде введення нової, поступідемічної, обмеженої пропозиції подорожі, наприклад, до «безпечних» регіонів сусідніх країн. Ось чому часткова зміна профілю туроператорів певного виду туризму, що сильно орієнтований на типи поїздок чи конкретні напрямки, часто нішеві пропозиції, не може бути реалізована через наявний ризик або ж взагалі заборону на такий вид туристичної діяльності. Також у перший період після дозволу на свободу пересування стратегії частини туроператорів, туристичних організацій та власників культурних пам'яток будуть відповідати змінам попиту та посиленню заходів щодо залучення туристів з власної країни, щоб скористатися внутрішніми пропозиціями та місцевими жителями відвідуванням місцевих та прилеглих

визначних атракцій. Інша реакція, яку можна буде спостерігати трохи пізніше, це часткові зміни структури пропозиції туризму та, як наслідок, попит на туристичні продукти та сприяння виїзду в країни, які не постраждали від пандемії або/і країни та регіони, де високий рівень охорони здоров'я забезпечує доступність лікування, в тому числі для іноземних туристів. Втім, можна очікувати, що принаймні спочатку масштаби цього явища не будуть великими. Це тому, що основною групою перших споживачів будуть досить заможні туристи (менш постраждалі від наслідків кризи), більше зацікавлені в індивідуальних туристичних пропозиціях. Крім того, додатковим фінансовим тягарем для туристичних агентів стане перевірка інформації про такі туристичні атракції закордоном. Відповідно ціни на поїздки та перебування в таких пунктах подорожей будуть трохи вищими через більші витрати операторів, яким доведеться перевірити також нові пункти призначення за короткий час та потенційних партнерів, укласти десятки угод без премії за довгострокову лояльність та перевірку величезної кількості клієнтів, обтяжену ще додатковим «коронавірусним» медичним страхуванням.

Можна припустити, що у випадку закордонних подорожей, більш привабливим стануть такі види туризму, як творчий туризм, подієвий туризм, де досвід туристів базується більше на ідеях, ніж на природі, кліматичних або матеріальних антропогенних цінностях. В такому разі пропозиція може навіть випередити попит. Її створять туроператори та переважно регіональні та місцеві туристичні організації. Такі угоди будуть укладатися не стільки як реакція на вже існуючий і визнаний попит, скільки інтуїтивно, в надії на його створення через інтерес туристів та гарантію (наскільки це можливо) безпеки для їх здоров'я. Організаційно-фінансова підтримка збоку місцевого самоврядування тільки активізує просування таких постепідемічних туристичних регіонів.

Зміни в напрямках та сферах досліджень у галузі туризму та дискусії дослідників. Зрозуміло, що наукова презентація впливу пандемії на усі галузі, в тому числі й туристичну, а також її глобальний характер переорієнтовують

інтереси більшості науковців в напрямку дискусії щодо впливу цього на явища на сучасний світ. Одним з таких перших наукових дискурсів є міжнародна наукова платформа TriNet [61]. Серед явищ, проаналізованих на цій платформі, є і необхідність створення моделей туризму в ситуації вимушеної соціальної дистанції (фізичної), і необхідність розробки більш стійких концепцій просторових регіональних продуктів, що забезпечують та безпосередньо підтримують безпеку функціонування невеликих місцевих постачальників туристичних послуг, які становлять ядро цих творення продуктів та захист їх від ризику банкрутства і закриття, і необхідність врахування факторів безпеки та охорони здоров'я в пунктах призначення та їх маркетингу, в необхідності дидактики туризму в університетах, і необхідності переосмислення переваг та недоліків туризму для місцевих громад та інших зацікавлених сторін [62]. Серед більш детальних досліджень можна виокремити:

- аналіз круїзів великими кораблями та пошук безпечнішої формули для таких пропозицій або їх альтернативи;
- аналіз змін в структурі маркетингу туризму, включаючи інформацію про здоров'я, ідентифікацію та запровадження стандартів надійної вимірюваності даних, що становлять їх джерело;
- пошук оптимальних моделей рішень, що дозволяють швидко та ефективно підтримувати туристичні агентства, яким загрожує крах;
- використання думок та концепцій тих експертів з туризму, аналіз та прогнози яких перевірені поточними кризами, при розробці стратегій розвитку туризму для регіонів, органів місцевого самоврядування та в університетських дидактичних програмах [63].

Прогнози науковців також передбачають зниження відвідуваності атракцій, зниження рівня антропогенності та попиту на групові тури та освітні подорожі [78]. Однак деякі дослідники песимістичні щодо довгострокової перспективи, припускають швидке повернення до нестійкого туризму (принаймні до наступної подібної кризи) [132]. У свою чергу, оптимізм інших

науковців стосується майбутніх процесів «відновлення» місцевої економіки, особливо в бідніших регіонах, найбільше постраждалих від кризи, викликаної пандемією, в яких туризм може стати рушійною силою багато нових проектів розвитку [63]. На думку професора Пола Ромера, лауреата премії Банку Швеції Альфреда Нобеля з економіки у 2018 році, людини, яка вивчає сили, що рухають економічний розвиток, і розроблені моделі підтримки інтелектуального управління з використанням досліджень та інновацій знизу вгору: «Криза занадто страшна, щоб витратити її надарма». Так само у контексті дослідження чинників туристичної галузі, можна думати про поточну кризу і які б страхи не були у найближчому майбутньому, цю кризу також не можна витратити даремно. Після неї туризм відновиться в тій чи іншій формі, оскільки це потреба мільйонів людей і невід'ємна частина сучасного способу життя. Важливо, щоб «після чуми» туризм як «дозвіллева» діяльність був безпечним для його учасників. У сфері організації він пропонував справедливі переваги та покращував існування тих, хто ним займається (а, отже, був надійним та стабільним як професія), а також стійким з точки зору його пасивних зацікавлених сторін (місцева спільнота, пункти призначення) та середовище, в якому, перефразовуючи слова Св. Павла, «Ми живемо, рухаємось і ми є».

3. Новітні чинники :

Зміни в політиці безпеки та охорони здоров'я з боку влади. Вони стосуються виконання цілком раціональних правил безпеки (сек'юритизації), наприклад, виконання обмежень щодо обсягу засідань, пересування великих груп людей та багатосторонніх зустрічей. В той же час мають місце не завжди ефективні дії в надзвичайних ситуаціях, наприклад, закриття кордонів країн з подібною картиною зараження без аналізу фактичного шляху поширення вірусу. Такі правила містять десятки тисяч винятків (як-от для водіїв, які здійснюють міжнародні перевезення, та звільнені від будь-якого карантину) і одночасно створюють штучний натовп на прикордонних пунктах та в

аеропортах, що, навпаки, сприяє прискореному зараженню людей, змушених збиратися в таких місцях.

Такі раціональні правила (окрім неефективних випадків) розраховані на тривалий час дії. Таким чином, вони ефективно блокують рух туристів, створюють перешкоди функціонуванню туристичних атракцій, місцевих провайдерів послуг, туристичних організацій та експедицій та одночасно формують ризик банкрутства численних суб'єктів туристичної галузі, потенційну втрату робочих місць або загального доходу працівників, включаючи самозайнятих осіб в регіоні. Навіть у ситуації часткового обмеження свободи пересування, відкриття атракцій та запуску туристичних послуг у деяких країнах, підтримка цих санкцій в інших країнах все одно буде перешкодою для повернення до нормального функціонування міжнародного туризму, який становить вагому частку всієї культурної та туристичної пропозиції і на який припадає значний обсяг туристичної діяльності.

Зміни у ставленні та споживчій поведінці туристів. Тут варто відштовхуватись від видів туризму, які виокремлюють різні чинники при прийнятті рішень щодо туристичної поведінки споживачів :

– об'єктивно-індивідуальні чинники – це можливості конкретного споживача туристичного продукту, такі як: тривалість його відпустки або вільний час, його поточний стан доходів, фізичний стан, здоров'я та сімейні зобов'язання;

– економічні чинники, які включають: ціну туристичного продукту та суб'єктивність її сприйняття споживачем (незалежно від того, оцінює він це як дороге чи як економічно вигідно), фактичну купівельну спроможність замовника та курси валют, що її формують (сприятливі для придбання туристичного продукту, реалізованого за кордоном), ціну пропозиції конкурентів та її оцінку самим клієнтом;

– мотиваційні чинники - це особистий рівень готовності/рішучості до подорожі загалом та подорожувати до певного регіону/місця. На них, серед іншого, впливають інтереси клієнтів, сформовані їх отриманим рівнем освіти та

інтелектуальними горизонтами, диверсифікацією способів отримання нових знань, улюбленими культурними, рекреаційними, творчими заходами, хобі, пристрастями, звичками. Не менш важливими мотиваційними чинниками для клієнта є вплив членів сім'ї, засобів масової інформації та навколишнього середовища, особистих, сімейних, етнічних, релігійних та інших зв'язків з місцем подорожі, а також попередній досвід подібних подорожей (так звана біографія туриста) та багато інших факторів.

– оцінка безпеки та ризику - значення цієї групи факторів в аналізованій ситуації однозначно збільшується та впливає на остаточне рішення клієнта. До них відносять відому клієнтові або повідомлену йому засобами масової інформації ситуацію в пункті подорожі, в т.ч. стан миру чи конфлікту, частота терактів, рівень особистої безпеки в певному регіоні (наприклад, частота пограбувань, викрадень), також рівень безпеки та ризику, пов'язані з реалізацією програми пропонованого продукту (наприклад, ризику травмвань в туристичних подорожах, отруєнь місцевою їжею та водою, безпеки місцевого транспорту тощо) і, нарешті, загальна ситуація зі станом здоров'ям у пункті призначення та проміжних місцях подорожі, що природно включає ризик зараження інфекцією. Все це буде впливати на рішення туристів і, як наслідок, формувати їх реальний попит на пропозицію туризму. Важко спрогнозувати, яка ситуація буде протягом наступного року або двох років, але, звичайно, після цього часу вона істотно зміниться, можливо, не стільки в загальному масштабі (люди все одно десь захочуть подорожувати), скільки щодо пунктів призначення (швидше власна країна, ніж іноземні пропозиції), видів туристичного продукту, рівня надійності туристичних агентів, рівня поінформованості засобами масової інформації про їх функціонування, нових туристичних звітів, рівня додаткових переваг страхування та їх оцінки учасниками туризму. Також неможливо передбачити, наскільки поведінка нинішніх туристів буде розвиватися в напрямку відмови від частих і далеких поїздок на користь віртуального туризму у власних квартирах через Інтернет і все більш інтерактивного телебачення. Можливо, у цій групі буде мало людей

похилого віку, які не готові до цього через брак цифрової компетенції та усталені звички. Серед них досить мало віртуальними туристами також будуть молоді люди, які все ще очікують на справжні враження, зміну оточення, справжні поїздки та зав'язування нових стосунків з людьми, а додатково (через вік та стан здоров'я) менший страх інфікування. Тож, мабуть, більшість із них будуть люди в пізньому середньому віці, вже насичений фізичними поїздками і додатково підбадьорені суттєво збагаченою безкоштовною пропозицією віртуальних відвідувань туристичних атракцій. Втім, це стосується тільки прибічників культурного туризму. Щодо інших видів туризму, то таких вікових аналогій простежити швидше за все не вдасться.

Варто зауважити, що вказані «постепідемічні» впливи часто не можна віднести до якоїсь однієї групи чинників, тому що вони мають інтегрований характер впливу. З іншого боку, така їх класифікація дозволить в майбутньому чіткіше підійти до формування економічних, правових, інституційних механізмів врегулювання післяепідемічної ситуації в галузі туризму.

Таким чином, розглянуто традиційні для туристичної галузі чинники, регіональні детермінанти розвитку туризму, а також новітні, пов'язані з пандемічними умовами функціонування. Встановлено, що наявні пандемічні умови, звичайно, тільки посилять вплив рівня медицини на розвиток туризму та ставлять аспекти здоров'я та безпеки подорожей в центр уваги як для туристів, так і для громад, які їх приймають. Тому розроблена модель формування новітніх чинників розвитку туристичної галузі покликана врахувати такі особливі для галузі туризму чинники, як медикалізація та сек'юритизація, поінформованість нарівні з традиційними для цієї галузі детермінантами. Окреслено післяепідемічні наслідки зміни усіх чинників розвитку туристичної галузі.

2.3. Аналіз традиційних та новітніх чинників розвитку туристичного сектору України

Запропонована вище модель формування новітніх чинників розвитку туристичного сектору лягла в основу аналізу основних детермінант розвитку туризму в Україні [96], який буде проведено в цьому параграфі.

В таблиці 2.1 наведено чинники відповідно до згаданої вище моделі та статистичні показники, які їх характеризують, та будуть проаналізовані. Також вказано період дослідження кожного з показників.

Таблиця 2.1.

Показники для аналізу чинників розвитку туристичного сектору України

Чинники	Показники	Період дослідження
1. Традиційні чинники		
привабливість та розташування	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами	2000-2020 рр.
	Кількість туристів за видами туризму: в'їзний (іноземний), виїзний, внутрішній	2000-2020 рр.
інфраструктура та спектр послуг	Кількість колективних засобів розміщування (КЗР)	2011-2020 рр.
	Кількість осіб, що перебували у КЗР	2011-2020 рр.
доступність туристичних послуг	Залученість українців до внутрішнього туризму	2021 р.
	Причини, через які українці не подорожують Україною	2021 р.
ціновий чинник	Розподіл витрат відвідувачів-нерезидентів, пов'язаних з подорожами до України	2021 р.
2. Регіональні чинники :		
організація	Оцінка змін бізнес-ситуації	2014-2021 рр.
	Завантаженість потужностей підприємств сфери послуг	2014-2021 рр.
	Очікувані зміни попиту на послуги (обсягу	2014-2021 рр.

	реалізації послуг)	
	Очікувані зміни цін на послуги підприємств сфери послуг	2014-2021 рр.
фінанси	Валовий внутрішній продукт від галузі туризму у фактичних цінах	2016-2020 рр.
самоврядування	Основні завдання органів влади та самоврядування	2017-2026 рр.
знання	Оцінка впливу факторів, що стримують діяльність у сфері послуг	2014-2021 рр.
вміння	Оцінка змін кількості працівників	2014-2021 рр.
3. Новітні чинники :		
стійкість систем охорони здоров'я	Загальна кількість хворих на COVID-19	2020-2022 рр.
медикалізація	Кількість вакцинованих осіб	2020-2022 рр.
	Ефект від вакцинації	2020-2022 рр.
сек'юритизація	Кількість алгоритмів, протоколів, стандартів, інших документів надання медичної допомоги при COVID-19	2020-2022 рр.
	Загальні витрати на охорону здоров'я за фінансуючими організаціями	2003-2020 рр.
поінформованість	Ефективність країни в управлінні ситуаціями з COVID-19	2021-2022 рр.

Почнемо аналіз з **традиційних чинників**. Отже, привабливість туристичного сектору України можна проаналізувати на основі характеристик попиту на туристичні послуги. Основним показником попиту на туристичні послуги є *кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами*. За даними Державної служби статистики України [101] за період з 2010 по 2019 роки попит на туристичні послуги зріс більше, ніж у 3 рази (від 2 до більше 6 млн. осіб). Однак, обмеження, пов'язані з пандемією COVID-19, у 2020 році призвели до падіння показника до рівня 2002 року (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Зміна попиту на туристичні послуги в Україні (розроблено на основі даних [101])

Зазнали змін і структура *попиту за видами туризму*. Якщо на початку 2000-них переважав внутрішній туризм (від 45 % у 2008 р. до 75 % у 2007 р.), то починаючи з 2010 р. його частка поступово знизилась до 9 % у 2020 році (рис. 2.2). При цьому шалено зросла частка виїзного туризму – з 14 % у 2000 році до 90 % у 2020 році.

Такі тенденції очевидно є негативними для економіки України. Недарма, у 2019 році було створено Державне агентство з розвитку туризму (ДАРТ), основною метою якого стала популяризація внутрішнього туризму серед українців, розвиток туристичної інфраструктури та створення нового бренду України «Ukraine NOW» з метою «демонстрації привабливості нашої країни для туризму, культурної взаємодії та бізнесу» [102].

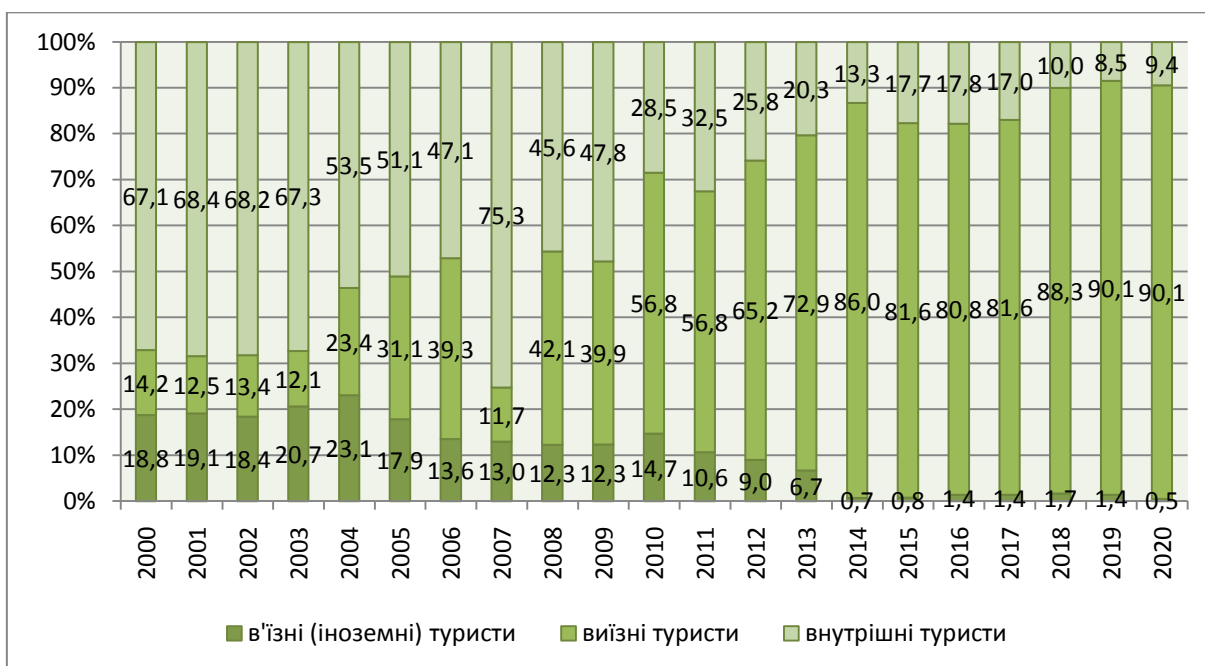


Рис. 2.3. Структура попиту за видами туризму в Україні (розроблено на основі даних [102])

Так, дослідження проведене цим агентством у 2021 році [112], показало, що тільки «38% українців у віці 15-70 років подорожують Україною, найчастіше такі мандрівки з туристичною метою трапляються раз на рік». При цьому не подорожують Україною взагалі 62 % опитаних (рис. 2.4). Варто відмітити, що в гендерному відношенні залученість українців до внутрішнього туризму є однаковою. Суттєво впливає і на залученість до туризму, і на кількість туристичних мандрівок віковий зріз: найбільш активними є українці у віці від 15 до 44 років, далі з віком туристична активність зменшується. Місце проживання також впливає на туристичну активність: більше подорожують міські жителі, при цьому дещо частіше — мешканці великих міст (обласних центрів). Втім, відмінностей у географії між жителями різних регіонів України за рівнем туристичної активності немає.

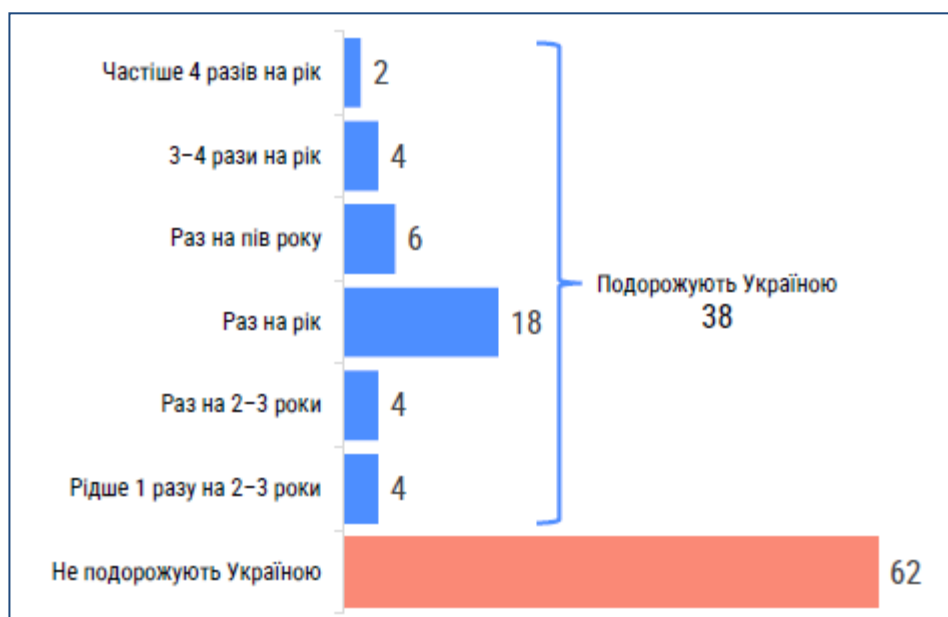


Рис. 2.4. Залученість українців до внутрішнього туризму, % [112]

За дослідженнями, проведеними ДАРТ [112], «пандемія COVID-19 вплинула на кількість подорожей значної частини українців. 30% усіх опитаних або 52% тих, хто подорожував Україною раніше, значно скоротили кількість поїздок або зовсім припинили подорожувати Україною, 19% усіх або 53% тих, хто зазвичай подорожує за кордон, скоротили кількість поїздок або зовсім припинили подорожувати іншими країнами».

Втім, з рис. 2.5 можна зробити ще й інший висновок: основною причиною низької залученості українців до внутрішнього туризму є насамперед брак коштів і фінансові обмеження (61%), а також брак часу (42%) [112]. І тільки 9% опитаних вказали ковідні обмеження.

Частка в'їзних (іноземних) туристів за розглядуваний період різко знизилась з 23 % у 2004 році до 0,5 % у 2020 році. Такі тенденції спричинені, в першу чергу, військовою агресією Росії проти України, починаючи з 2014 року, а вже потім ковідними обмеженнями. Відповідно до досліджень ДАРТ [113], проведених у 2021 році, найбільш поширеною ціллю туристичної поїздки до України, іноземці називають відпустку, дозвілля та відпочинок (29 %), відвідини рідних та друзів (22 %) та бізнес-зустрічі (19%). Близько 5 % приїжджають на шопінг, а 7 % з метою оздоровлення [113].



Рис. 2.5. Причини, через які українці не подорожують Україною, % [112]

Інфраструктура туристичних послуг представлена показниками «Кількість колективних засобів розміщування (КЗР)» та «Кількість осіб, що перебували у КЗР». До колективних засобів розміщування відносять готелі, хостели, будинки відпочинку, пансіонати відпочинку, бази відпочинку, туристські бази, гірські притулки, кемпінги та стоянки для житлових автофургонів і причепів, інші засоби розміщування (гуртожитки для приїжджих, інші місця для тимчасового розміщування).

За 2011-2020 рр. кількість колективних засобів розміщування в Україні зменшилась в 1,4 рази, а осіб, що перебували в КЗР в 2,5 рази, з них іноземців – в 6,5 разів (таблиця 2.2) [101].

Таблиця 2.2

Колективні засоби розміщування (КЗР) [101]

Рік	Кількість КЗР, од.	Кількість місць у КЗР, тис. од.	Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис. ос.	
			усього	з них іноземці
2011	5882	567,3	7426,9	1427,7
2012	6041	583,4	7887,4	1554,8

2013	6411	586,6	8303,1	1665,1
2014	4572	406,0	5423,9	551,5
2015	4341	402,6	5779,9	665,8
2016	4256	375,6	6544,8	863,7
2017	4115	359,0	6661,2	824,5
2018	4719	300,0	7006,2	917,9
2019	5335	370,6	6960,9	959,4
2020	4523	312,1	3379,5	254,4

Ціновий чинник характеризується показником «Розподіл витрат відвідувачів-нерезидентів, пов'язаних з подорожами до України». Даний показник отримано за даними опитування «Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон», проведеного на замовлення ДАРТ. В таблиці 2.2 наведено середні витрати іноземних туристів в Україні. Як видно з табл. 2.2, 17 % відвідувачів-нерезидентів витрачали в середньому менше 100 дол., 16 % - 100-200 дол., 10 % - 200-300 дол.

Таблиця 2.2

Розподіл витрат відвідувачів-нерезидентів, пов'язаних з подорожами до України, у 2021 році [101]

Середні витрати відвідувачів-нерезидентів, пов'язані з подорожами до України, дол. США	Питома вага відвідувачів-нерезидентів, які здійснили витрати під час подорожі до України, %
100 і менше	17
101-200	16
201-300	10
301-400	8
401-500	8
501-600	6
601-750	4
751-1000	8
1001-1250	5
1251-1500	3
1501-1750	2
1751-2000	3
2001-2500	3
2501-3000	1
3001-4000	2
4001-5000	1
5001-10000	2
10001 і більше	1

При цьому майже кожному четвертому туристу згідно опитування вистачало 25 дол. на день або менше. Найбільше витрачали туристи, які приїхали в Україну з метою відпочинку, найменше – туристи, які приїхали з оздоровчою та лікувальною метою [113].

В частині **регіональних чинників** виділено організацію, фінанси, самоврядування, знання та вміння [96]. Проаналізуємо кожен з них за окремими показниками (таблиця 2.1).

Економічні ефекти для індустрії туризму представлено показниками «Оцінка змін бізнес-ситуації» та «Завантаженість потужностей підприємств сфери послуг».

За оцінками топ-менеджменту підприємств туристичного сектору зміна бізнес-ситуації в цій сфері в 2021 році покращилась у порівнянні з 2014 роком. Так, в сфері готельного бізнесу в IV кв. 2014 р. 61 % опитаних вважали, що бізнес-ситуація погіршилась, натомість у IV кв. 2021 р. ця кількість зменшилась до 28 % (таблиця 2.3). Така сама динаміка простежувалась і в сфері ресторанного бізнесу, діяльності турагентств та туроператорів, сфері розваг та відпочинку.

Таблиця 2.3

Оцінка змін бізнес-ситуації у сфері послуг [136]

	IV кв. 2014 р.					IV кв. 2021 р.				
	поліпилась	не змінилась	погіршилась	немає відповіді	баланс	поліпилась	не змінилась	погіршилась	немає відповіді	баланс
Тимчасове розміщування й організація харчування	8	31	61	0	-53	25	47	28	0	-3
Тимчасове розміщування	12	23	65	0	-53	34	34	32	0	2
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	3	41	56	0	-53	17	59	24	0	-7
Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів	8	7	85	0	-77	30	30	40	0	-10
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	4	28	67	1	-63	25	47	28	0	-3

За показником завантаженості потужностей підприємств туристичного сектору, то за 2015-2022 рр. практично не відбулось змін у їх структурі. В середньому всі підприємства туристичного сектору були завантажені за досліджуваній період на 82% (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4

Завантаженість потужностей підприємств сфери послуг [136]

	2015	2021	2022	Середнє за 2015-2022 рр.
Тимчасове розміщування й організація харчування	80	81	83	82
Тимчасове розміщування	78	78	82	81
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	83	83	84	83
Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів	83	82	76	80
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	78	80	83	81

За даними звіту «Очікування підприємств сфери послуг у I кварталі 2022 року щодо перспектив розвитку їх ділової активності» [136] очікувані зміни попиту на послуги туристичного сектору в частині тимчасового розміщування та організації харчування в кінці 2021 на початку 2022 рр. становили -15 та -10% відповідно (рис. 2.6).

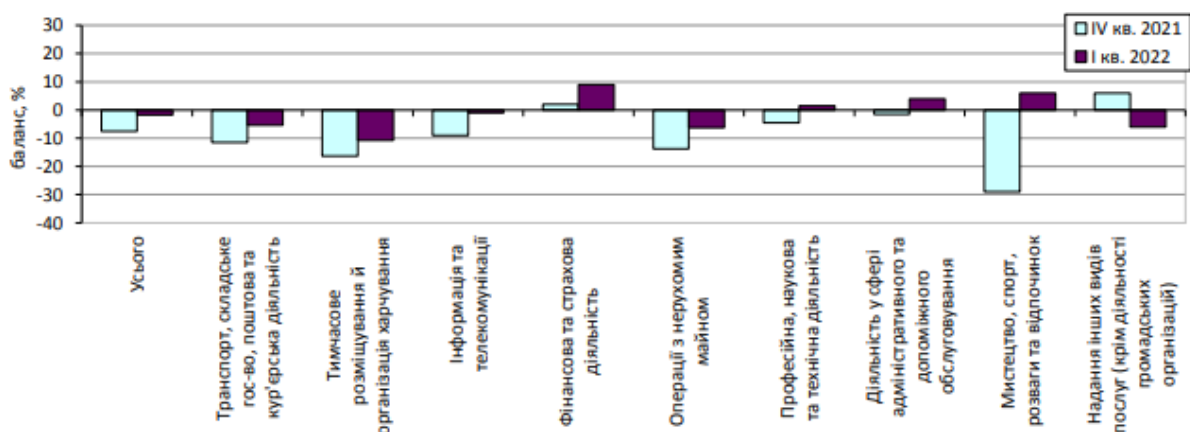


Рис. 2.6. Очікувані зміни попиту на послуги (обсягу реалізації послуг) підприємств сфери послуг [136]

Щодо стану їх ділової активності, то за показником очікуваних змін цін на туристичні послуги, готельний та ресторанний бізнес прогнозував зростання цін близько 20 % на кінець 2021 - початок 2022 рр. (рис. 2.7).

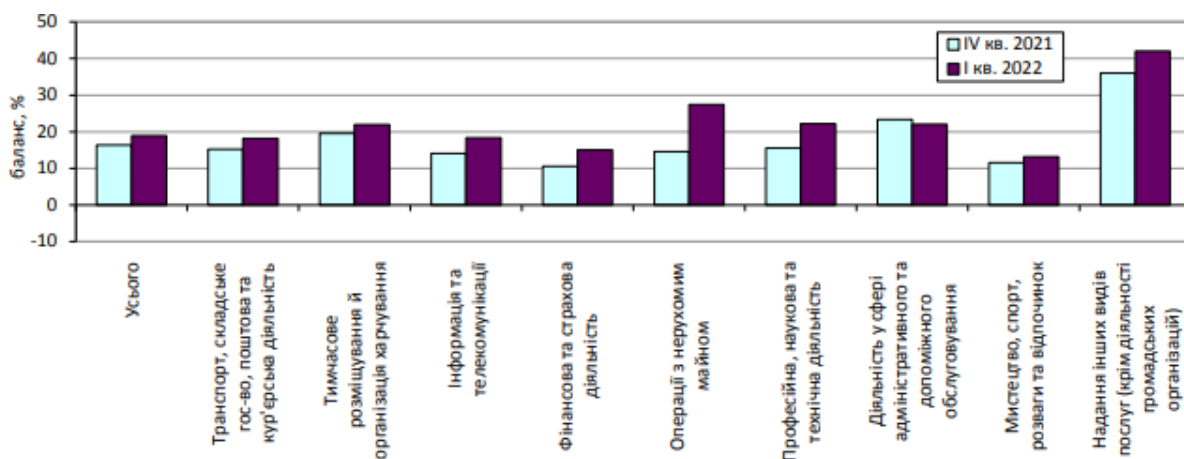


Рис. 2.7. Очікувані зміни цін на послуги підприємств сфери послуг [136]

За критерієм фінансів регіональні чинники представлено показником «Валовий внутрішній продукт від галузі туризму». З рис. 2.8 видно, наскільки мізерною є частка ВВП від тимчасового розміщування та організації харчування. За 2016-2020 рр. навіть не досяг 1% від сукупного ВВП. Ще меншою є питома вага у ВВП мистецтва, спорту, розваг та відпочинку, що нехай опосередковано, але теж формують туристичний образ країни та її регіонів.

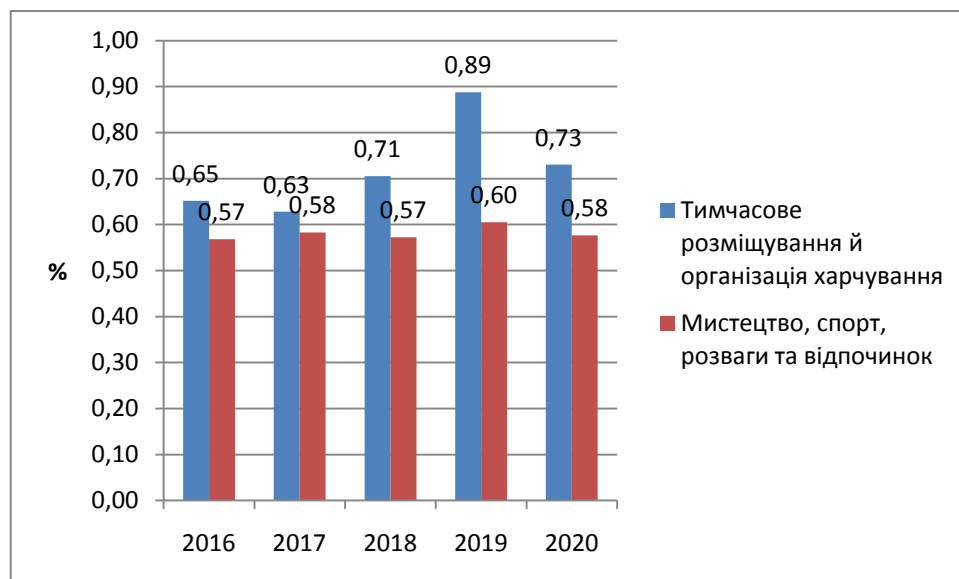


Рис. 2.8. Валовий внутрішній продукт від галузі туризму, % [90]

В Україні через воєнні дії за перші 4 місяці 2022 року за інформацією ДАРТ представники туристичного сектору України сплатили на 18% менше

податків, ніж за аналогічний період 2021 року [157]. «Загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, за перші місяці війни в середньому скоротилася на 10%. Кількість юридичних осіб зменшилася на 17%, а фізичних - на 7%. При цьому, найбільша частка надходжень до держбюджету за перші чотири місяці поточного року сплачена готелями та санаторіями – майже 370 млн. грн., однак це менше на 24% в порівнянні з аналогічним періодом 2021 року. Також зафіксували спад на 58% від діяльності турбаз, кемпінгів, дитячих таборів відпочинку, сплачено - 57 млн. грн.. податку проти 137 млн. грн.. за аналогічний період 2021 року» [157].

Відповідно до Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [141], основними завданнями влади та органів самоврядування є об'єднання їх зусиль, включаючи «представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі і формування іміджу України як країни, привабливої для туризму». Основними інструментами реалізації Стратегії є нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування. За допомогою «...забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських організацій... забезпечується чітке визначення завдань учасникам реалізації Стратегії, що дасть змогу розподілити відповідальність за прийняття рішень та їх виконання» [141].

Критерій знань можна представити показником «Оцінка впливу факторів, що стримують діяльність у сфері послуг». Даний показник відображений наступними факторами:

- недостатній попит,
- нестача робочої сили,
- нестача площ, устаткування,
- фінансові обмеження,
- інші фактори,

Тимчасове розміщування й організація харчування	3	64	33	0	-30	24	48	28	0	-4
Тимчасове розміщування	3	65	32	0	-29	29	42	29	0	0
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	3	63	34	0	-31	19	55	26	0	-7
Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів	7	54	38	1	-31	10	70	20	0	-10
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	2	63	35	0	-33	6	69	25	0	-19

Такі оцінки були продиктовані наступними причинами:

- сезонна зайнятість - попит на робочу силу в туристичній галузі обумовлений часом відпустки відпочиваючих, погодними умовами, зміною попиту на туристичні послуги, пов'язаною з культурними (наприклад, святами), соціальними, демографічними та економічними факторами. Більше того, професії в туристичному секторі часто розглядаються працівниками як тимчасова робота - наприклад, під час навчання чи в сезон відпусток;

- висока ротація працівників на нижчих посадах внаслідок сезонного характеру праці та низька оплата праці, особливо, для працівників на найнижчій посаді в ієрархії працевлаштування, наприклад, покоївка, кухар, офіціант, спеціаліст з туризму, аніматор дозвілля.

Оскільки COVID-19 на порозі 2020 року став новою хворобою, то найперше, потрібно було визначити потреби в реабілітації на основі об'єктивних даних спостереження за пацієнтами, які одужують після лікування, яке вимагало інтенсивної терапії. Ці дані могли б дозволити робити припущення, що для пацієнтів з важким і вкрай важким (критичним) перебігом COVID-19 «...можуть призводити до цілого ряду порушень. До них відносяться, серед іншого, погіршення загального фізичного стану, порушення дихання і ковтання, когнітивні та психічні розлади ... Ці прояви в сукупності складають так званий синдром наслідків інтенсивної терапії (НІТ-синдром)» [117].

В таблиці 2.1 до **новітніх чинників** віднесено саме такий : стійкість систем охорони здоров'я до швидкого зростання кількості людей з важким або дуже важким перебігом COVID-19, які потребують інтенсивної терапії.

Загальна кількість хворих на COVID-19 за останні два роки в Україні наведена на рисунку 2.9.

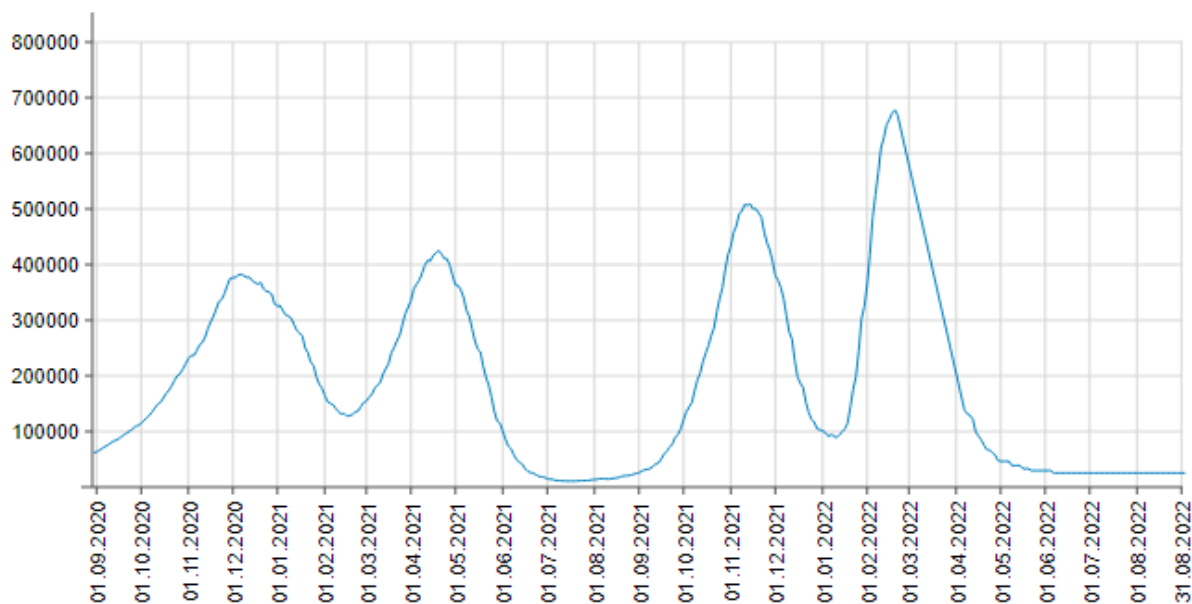


Рис. 2.9. Кількість хворих на COVID-19 в Україні [131]

В Україні коронавірусна інфекція вперше була діагностована у березні 2020 року в Чернівцях. В березні того ж року було зафіксовано перший летальний випадок внаслідок коронавірусної інфекції. Станом на кінець серпня 2022 року в Україні налічувалося понад 5 млн. осіб (12,2 % від загальної чисельності населення України), які захворіли на COVID-19, з них померлих – понад 100 тис. осіб (2,2 % від загальної чисельності населення України) [131]. На цей же період зроблено понад 19 млн. тестів на COVID-19, що в перерахунку на 1 млн. осіб становить понад 450 тис. тестів, тобто практично 1:2.

Вакцинація від коронавірусу в Україні в Україні почалася з лютого 2021 року. В Україні схвалено такі вакцини проти COVID-19: Johnson&Johnson, Moderna, Oxford/AstraZeneca, Pfizer/BioNTech, Sinovac [82]. Станом на кінець серпня 2022 року в Україні:

– Кількість вакцинованих, тобто загальна кількість людей, які отримали хоча б одну дозу вакцини становить 38,24 % від загальної чисельності населення.

- Повністю вакциновано, тобто загальна кількість людей, які отримали всі дози, що встановлені протоколом вакцинації – 36,96 %.
- Отримали бустерну дозу, тобто додаткову дозу ревакцинації 1,76 %.
- Отримали додаткову дозу вакцини за медичними показаннями 0,07 %.
- Всього вакцинацій, тобто загальна кількість введених доз становила понад 31 млн. од. [131].

Загальний позитивний ефект від вакцинації можна побачити на рисунку 2.10.

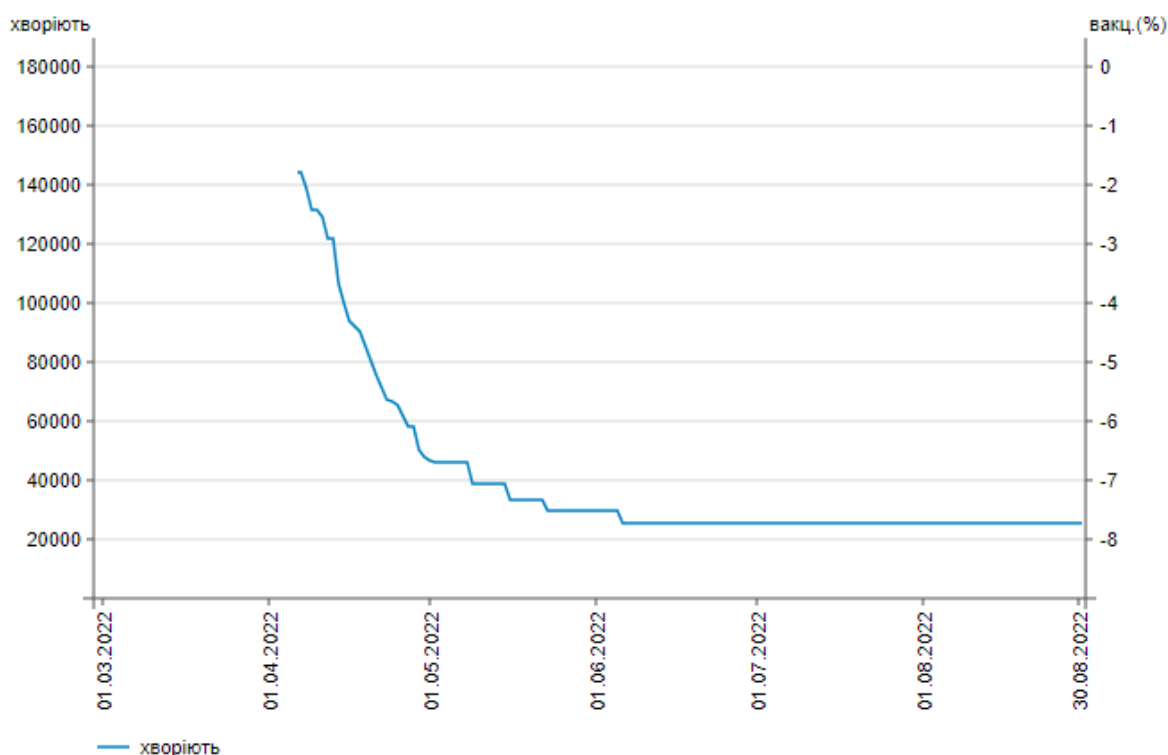


Рис. 2.10. Ефект від вакцинації в Україні [131]

З точки зору сек'юритизації відбулися зміни в політиці безпеки та охорони здоров'я з боку влади. З цією метою МОЗ було розроблено алгоритми надання амбулаторної та стаціонарної медичної допомоги при COVID-19 [82]. Взагалі за час поширення COVID-19 на території України, починаючи з березня 2020 року МОЗ було розроблено 14 протоколів надання допомоги, стандартів медичної та фармацевтичної допомоги, наказів щодо організації медичної допомоги хворим на коронавірусну хворобу [82].

З фінансової точки зору, за один рік витрати центрального уряду на охорону здоров'я зросли більш ніж вдвічі – з 44 898 у 2019 році до 121 673 млн. грн. у 2020 році [143]. Причиною такого зростання в першу чергу, було стрімке поширення коронавірусної інфекції.

Щодо змін у ставленні та споживчій поведінці туристів, то в Україні, як, зрештою і в світі, спочатку переважали панічні настрої, які різко знизили споживчий попит на туристичні послуги. З часом ці настрої змінились, що було пов'язано, з одного боку, з початком процесу вакцинації, а з іншого, з моральною втомою населення від пандемії. В Україні, як було вище зазначено (рис. 2.5), тільки 9 % українців причиною, через яку вони не подорожують Україною, назвали COVID-19 [112].

З визнанням вакцин у світі та відкриттям кордонів, туристичний попит навпаки, влітку 2022 року, зріс до небувалих висот. «Рівень вакцинації в країнах залишається основним фактором, який визначає, чи хочуть іноземні мандрівники відвідати ЄС. Про це заявили 29% респондентів. Також впливає знання того, що країна ефективно справляється з пандемією та що медичні протоколи безпечні у місцях відпочинку у цих країнах (по 28%)» [133]. Наприклад, «для американських респондентів основною причиною поїздки є ефективність країни в управлінні ситуаціями з COVID-19 (25%), далі йде вакцинація (24%), спрощені обмеження на поїздки (23%) та гнучкість скасування правил карантину (22%)» [133].

За період пандемії глобальна туристична криза спричинила підйом внутрішнього туризму. У 2021 році за літній період в Україні спостерігався підвищений попит на українські курорти. Втім, з відкриттям країн і пом'якшенням обмежень цей попит почав знижуватись. За даними Join UP!, у 2021 році майже в шість разів більше українців, ніж у 2020 році, провели відпустку в Одесі чи Львові [156]. «На 73% зріс попит на лікувальні курорти (Моршин, Трускавець, Східниця). При цьому загалом попит на відпочинок на українських курортах минулого літа знизився втричі порівняно з аналогічним періодом 2020 року» [156].

Таблиця 2.7

Загальні витрати на охорону здоров'я в Україні [143]

Фінансуючі організації	2003 рік		2005 рік		2010 рік		2015 рік		2016 рік		2017 рік		2018 рік		2019 рік		2020 рік	
	млн.грн	%	млн.грн	%	млн.грн	%	млн.грн.	%	млн.грн.	%	млн.грн.	%	млн.грн.	%	млн.грн.	%	млн.грн.	%
Уряд	10 807,6	58,04	16 827,0	59,27	47 864,2	56,48	75 826,7	48,85	81 656,5	44,97	111 063,0	49,64	125 631,6	47,57	137 057,4	46,77	164 341,9	49,90
Територіальний Уряд	10 758,7	57,78	16 758,2	59,03	47 633,4	56,21	75 502,6	48,64	81 283,4	44,76	110 605,3	49,44	124 619,4	47,18	136 071,3	46,44	163 923,2	49,77
Центральний Уряд	3 380,7	18,15	4 973,8	17,52	11 702,8	13,81	15 953,0	10,28	18 261,6	10,06	25 163,5	11,25	30 272,9	11,46	44 898,0	15,32	121 673,4	36,94
Муніципальний Уряд	7 378,0	39,62	11 784,4	41,51	35 930,5	42,40	59 549,6	38,36	63 021,8	34,70	85 441,8	38,19	94 346,5	35,72	91 173,3	31,11	42 249,8	12,83
Фонди соціального страхування	48,9	0,26	68,8	0,24	230,9	0,27	324,1	0,21	373,1	0,21	457,7	0,20	1 012,2	0,38	986,2	0,33	418,7	0,13
Приватний сектор	7 728,6	41,50	11 472,4	40,41	36 658,8	43,26	78 822,0	50,78	98 624,2	54,31	110 651,8	49,46	136 478,0	51,68	153 850,2	52,50	163 502,9	49,65
Інше приватне добровільне страхування	16,6	0,09	191,9	0,68	741,5	0,87	1 398,5	0,90	1 567,9	0,86	1 950,6	0,87	2 415,5	0,91	2 994,6	1,02	3 122,5	0,95
Витрати домогосподарств	7 174,5	38,53	10 611,0	37,38	34 234,7	40,40	75 711,1	48,78	94 951,3	52,29	106 154,5	47,45	131 376,2	49,74	144 225,9	49,22	152 757,5	46,38
Некомерційні організації, що обслуговують домашні господарства	5,6	0,03	3,0	0,01	15,0	0,02	17,8	0,01	20,2	0,01	26,1	0,01	55,0	0,02	104,4	0,04	112,7	0,03
Приватні фірми та корпорації	503,2	2,70	628,1	2,21	1 584,3	1,87	1 589,9	1,02	1 976,0	1,09	2 520,6	1,13	2 631,3	1,00	6 525,3	2,23	7 510,2	2,28
Лікарняні каси	28,7	0,15	38,4	0,14	83,2	0,10	104,7	0,07	108,8	0,06								
Весь інший світ	85,4	0,46	91,0	0,32	221,8	0,26	570,8	0,37	1 314,2	0,72	2 011,8	0,90	2 011,8	0,76	2 116,9	0,72	1 496,7	0,45
Загальні витрати на охорону здоров'я	18 621,6	100,0 0	28 390,4	100,0 0	84 744,8	100,0 0	155 219,5	100,0 0	181 594,9	100,0 0	223 726,6	100,0 0	264 121,4	100,0 0	293 024,6	100,0 0	329 341,4	100,0 0

Однак відповідно до проведених опитувань [112], ситуація з внутрішнім туризмом глобально не змінилась: тільки близько 40% українців планують відпочинок або мандрують Україною. Як зазначено ДАРТ, в перші місяці після початку повномасштабного вторгнення надходження до державного бюджету від туристичного сектору впали на 18%. На кінець серпня 2022 року це падіння набагато глибше, адже традиційно популярне літо майже не принесло змін для туристичного сектору. Однак туристичний бізнес намагається втримати ресурси та інфраструктуру й розраховує, що після війни індустрія буде швидко розвиватись.

Як зазначено в [160], «треба визнати, що середньостатистичний турист відправляється в подорож не заради відвідування місць трагедії. Туристичні бренди будуються навколо зрозумілих речей — природа, архітектура, атмосфера, історичні локації, їжа. В Україні є всі складові для того, щоб стати успішною». У 2021 році країні вже вдалося залучити чимало туристів із країн Перської затоки, які відкривали для себе туристичний комплекс Буковель та наші Карпати. Цьому сприяли спрощений візовий режим, зручні прямі авіарейси, гарна кухня, гори, лагідна погода. Чого бракувало, це сучасної інфраструктури, але в повоєнний період є всі шанси та обов'язок якісно відбудувати країну для майбутнього [91,97].

1. У розділі другому досліджено передові практики забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії в країнах ЄС. Як приклад, розглянуто досвід Франції, Італії та Польщі. Проаналізовано допандемічні та наявні економічні та організаційні інструменти підтримки малих та середніх підприємств туристичної галузі через пряме фінансування, податкові відтермінування, створення спеціальних інвестиційних фондів, співфінансування скасованих бронювань, банківські та страхові гарантії.

2. Досліджено сукупність маркетингових інструментів - просування менш популярних регіонів країни серед туристів, створення місцевих брендів, просування внутрішнього туризму. Розглянуто заходи, що забезпечують захист

як туристів, так і працівників туристичної сфери - від оптимізації карантинних заходів безпеки до компенсації заробітної плати працівникам.

3. Запропоновано нові механізми розвитку туристичного сектору України, які спрямовані на безпекові заходи для туристів та працівників туристичної індустрії, фіскальну підтримку, підтримку ліквідності та цифровізацію туристичного бізнесу, подальші розвиток та впровадження національної стратегії розвитку туризму.

4. Досліджено традиційні, регіональні та новітні, пов'язані з пандемією, чинники розвитку туристичної галузі. Проаналізовано традиційні (привабливість, розташування, інфраструктура, послуги, доступність, ціна) та регіональні (організація, фінанси, самоврядування, знання, вміння) чинники розвитку туристичного сектору.

5. Сформовано сукупність новітніх чинників, які характеризують пандемічні умови функціонування туристичної галузі. До них віднесено медикалізацію, стійкість системи охорони здоров'я, сек'юритизацію (безпеку), поінформованість. Розроблено модель формування новітніх чинників розвитку туристичної галузі. Окреслено післяепідемічні наслідки зміни усіх чинників розвитку туристичної галузі.

6. Запропонована модель формування новітніх чинників розвитку туристичного сектору лягла в основу аналізу основних детермінант розвитку туризму в Україні. З цією метою у відповідність кожному з чинників поставлено статистичні показники, які їх характеризують, та будуть проаналізовані. Також обрано період дослідження кожного з показників.

7. Запропоновано економіко-статистичний підхід, який став основою аналізу традиційних, регіональних та новітніх чинників розвитку туристичного сектору України. Результати проведеного статистичного аналізу традиційних чинників розвитку туристичного сектору показали, що в Україні до 2019 року попит на туристичні послуги зріс більше, ніж у 3 рази. Однак, обмеження, пов'язані з пандемією COVID-19, у 2020 році призвели до падіння показника до рівня 2002 року. За досліджуваний період суттєво зросла частка виїзного

туризму – з 14 % у 2000 році до 90 % у 2020 році. За дослідженнями ДАРТ пандемія COVID-19 вплинула на кількість подорожей значної частини українців. 30% усіх опитаних або 52% тих, хто подорожував Україною раніше, значно скоротили кількість поїздок або зовсім припинили подорожувати Україною. Однак основною причиною низької залученості українців до внутрішнього туризму є насамперед брак коштів і фінансові обмеження, а вже потім ковідні обмеження.

8. Серед критеріїв регіональних чинників виділено організацію, фінанси, самоврядування, знання та вміння. Найбільший вплив на регіональний чинник мали недостатній попит на послуги туристичного сектору, зростання цін на туристичні послуги, мізерна частка доходів від туризму у ВВП та суттєве зниження податкових надходжень від туристичної індустрії через воєнні дії.

9. До аналізу новітніх чинників віднесено стійкість систем охорони здоров'я до швидкого зростання кількості людей з COVID-19. Кількість хворих на COVID-19 в Україні станом на кінець серпня 2022 року становила понад 5 млн. осіб або 12,2 % від загальної чисельності населення України, з них померлих – понад 100 тис. осіб або 2,2 % від загальної чисельності населення України. Однак національна програма вакцинації українців призвела до зниження кількості хворих або ж легкого перебігу хвороби. З точки зору сек'юритизації відбулися зміни в політиці безпеки та охорони здоров'я з боку влади. З цією метою МОЗ було розроблено різні документи надання медичної допомоги при COVID-19. З фінансової точки зору, за 2020 р. витрати центрального уряду на охорону здоров'я зросли більше, ніж вдвічі. За період пандемії глобальна туристична криза спричинила підйом внутрішнього туризму. Однак військова агресія Росії змінили траєкторію розвитку не тільки туристичного сектору України, але всієї економіки. Втім, в повоєнний період в українців є всі шанси та обов'язок якісно відбудувати країну та туристичний сектор, зокрема, для майбутнього.

РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

3.1. Інструменти економічного та організаційного забезпечення розвитку туристичного сектору

Стрімке глобальне поширення COVID-19 спричинило до того, що більшість країн на початку 2020 року прийняли рішення закрити свої міжнародні кордони для всіх, крім необхідних, поїздок, а також запровадити регіональні та місцеві блокування. Наслідки пандемії стали особливо загрозливими для підприємств у сфері гостинності. Швидка розробка та впровадження протоколів безпеки мали вирішальне значення для стримування поширення вірусу. У більшості країн, включаючи Україну, поєднання тимчасового тиску та величезної невизначеності призвели до масштабних обмежень, які були необхідними, але часто не враховували специфіку діяльності окремих галузей, зокрема, й туристичного сектору.

Повернення міжнародної мобільності має вирішальне значення насамперед для сфери туризму. Тому аналіз світових практик країн, які запровадили політику від фінансування репатріації громадян та швидкого впровадження вакцинації до заохочення відпочинку туристів із спрощенням візового режиму, додатковим страхуванням COVID-19 та менш жорсткими умовами в'їзду, є важливим для прийняття управлінських рішень в туристичному секторі України.

Питанням підтримки туристичного сектору з боку урядових та неурядових організацій останнім часом присвячено багато аналітичних записок та звітів міжнародних організацій [14,19,25,145]. Крім того, з'являються й наукові праці, які досліджують окреслені питання, зокрема, організаційно-економічні інструменти [84], заходи державного регулювання розвитку туризму [129,134],

світову практику підтримки туристичного сектору [103,121]. Втім, комплексного підходу, спрямованого на розв'язання поставлених завдань, поки що висвітлено не було.

Розглянуті в розділі 1 світовий досвід підтримки галузі туризму в умовах пандемії ляжуть в основу розробки методики економічного та організаційного забезпечення розвитку туристичного сектору України.

Функціонування національної та світової економік під час пандемії COVID-19 зумовило потребу у розробленні низки рекомендацій та висновків різноманітних міжнародних та вітчизняних організацій. Підготовлені документи мали на меті, в тому числі, ідентифікацію тих інструментів, які могли б сприяти підтримці та розвитку туристичного сектору.

Всесвітньою радою з подорожей і туризму (WTTC) в серпні 2020 року було опубліковано звіт «WTTC Covid-19: Сильна політика» [145], в якому дана організація закликає уряди проводити політику, що буде безпосередньо підтримувати туристичний сектор в наступних трьох областях, а саме:

- захист працівників туристичної індустрії;
- фіскальна підтримка;
- підтримка ліквідності туристичних об'єктів.

На основі цих пріоритетних областей політики WTTC низка країн оголосили про такі наміри і на даний час ефективно реалізують політику в цій галузі. Зокрема, у Франції туристичний бізнес може скористатися підтримкою для МСП, а їх працівники – доплатами до заробітної плати.

В серпні 2021 року організацією WTTC опубліковано документ, в якому висвітлено приклади урядів, які впровадили практичну політику, щоб допомогти туристичному сектору: від фінансування репатріації громадян та швидкого впровадження вакцинації до заохочення туристів через спрощення візового режиму, додаткове страхування від COVID-19 та менш жорсткі умови в'їзду на кордоні [25]. Зокрема, Франція дозволила компаніям використовувати пандемію для посилення на форс-мажорні обставини та використовувати

Activité Partielle. Усі працівники мають право на отримання і отримали від роботодавця 70% своєї заробітної плати.

У травні 2020 р. країни ЄС домовились про рівень обмежень при в'їзді до ЄС громадян певних країн. Пакет Європейської Комісії з питань туризму та транспорту розробив систему кольорових кодів для класифікації країн та регіонів, виходячи з епідеміологічної ситуації. Хоча держави-члени зберігали свободу встановлювати власну політику обмежень, більшість з них дотримувалися Рекомендацій Європейської Ради, які надали більшої ясності туристичному сектору та споживачам.

У 2021 році ЄС взяв на себе провідну роль у перезавантаженні туристичного сектора, запровадивши свій цифровий сертифікат COVID (DCC). Це перший глобальний приклад того, як багато країн співпрацювали над створенням системи перевірки статусу COVID-19, що є загальним і повністю сумісним у всіх цих країнах [25]. Безкоштовний DCC - це цифровий доказ того, що особа має або була повністю вакцинована проти COVID-19, отримала негативний результат тесту на COVID-19 або одужала після захворювання. Швидкому впровадженню DCC сприяло тісне партнерство з ключовими зацікавленими сторонами, такими як авіакомпанії та аеропорти, туроператори. З 1 липня 2021 р. громадяни та резиденти ЄС змогли отримати свій DCC і перевірити його у всіх державах-членах ЄС. Відтак їх було звільнено від тестування та усунуено обмеження у вільному пересуванні.

Проведений аналіз передових світових практик підтримки галузі туризму в умовах пандемії показав, що інструменти економічного та організаційного розвитку туристичного сектора можна умовно поділити на три групи [106]:

- Баланс інтересів туриста та туристичного сектора.
- Підтримка малих та середніх підприємств (МСП) в туристичному секторі.
- Формування механізмів відновлення туристичного сектора.

В таблиці 3.1 представлено заходи підтримки туристичного сектору в країнах з найбільшими туристичним трафіком та доходом від туризму під час пандемії коронавірусу.

З наведених узагальнень в таблиці 3.1 та проведеного вище аналізу можна зробити наступні висновки. Найважливішою тенденцією в туристичній галузі є оцифрування туристичних послуг. Це явище призводить до перенесення значної частини рекламної діяльності до Інтернету, а також зростає значення т.зв. «ринку думок», що, в свою чергу, змушує МСП у цьому секторі піклуватися про якість наданих послуг.

Очікування споживачів туристичного сектору також змінилися, що стає все більш помітним в індивідуалізації попиту, отриманні luxury-послуг чи послуг з унікальним, екзотичним досвідом. Все більше робиться наголос на сталому розвитку місцевості, пов'язаному із захистом навколишнього середовища та клімату. Дуже важливо, що туризм шляхом розвитку галузі все більше стає орієнтованим на потреби людей похилого віку. Найпопулярнішими і ефективними інструментами підтримки в цьому секторі є заходи, пов'язані з просуванням туристичних послуг в країнах, а також формуванні цілісного образу країн або регіонів. Однаково важливо, але набагато складніше забезпечити якісні робочі місця у секторі як протидію високій плинності працівників та сезонності послуг. Варто зауважити, що ці явища є проблемою у всіх країнах, незалежно від рівня розвитку туристичної галузі.

Важливий висновок, який витікає з аналізу ситуації в туристичному секторі всіх країн ЄС, - це перехід до місцевих та регіональних цінностей. Відтак, це є чудовою можливістю також і для України та українського туристичного сектору.

Таблиця 3.1

Економічне та організаційне забезпечення розвитку європейського туристичного сектору

Інструменти	Країна										
	Франція	Італія	Німеччина	Греція	Ісландія	Португалія	Болгарія	Литва	Хорватія	Польща	Словаччина
1. Баланс інтересів туриста та туристичного сектору											
оптимізація карантинних заходів безпеки	+	+	+		+	+		+	+	+	+
програма туристичних ваучерів					+					+	
компенсація заробітної плати працівникам	+	+					+				+
зміна умов скасування та бронювання подорожей	+									+	
створення галузевих комісій з туризму, оновлення Дорожньої карти	+			+					+		
відтермінування збору низки податків		+		+	+	+			+	+	
2. Підтримка МСП в туристичному секторі											
фінансова підтримка МСП	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
створення спеціального інвестиційного фонду	+	+	+								
фінансування скасованих бронювань	+										
банківські та страхові				+	+	+			+	+	+

В Україні туристичний сектор представлений в основному малими та середніми підприємствами (МСП), які одразу ж відчули вплив коронакризи на собі. За даними WTTC туристичний сектор України у 2019 році становив 5,9% ВВП і в ньому було зайнято до 1 млн. осіб (близько 6,2% від загальної кількості зайнятих) [75]. Мікро-, малі та середні підприємства, які складають близько 90% усіх компаній українського готельного бізнесу, особливо постраждали, оскільки вони загалом більш вразливі до економічних потрясінь. Більше того, пандемія вдарила по туристичному сектору в той час, коли він повільно вдосконалювався (надходження від міжнародного туризму склали 4,1 %, загальний експорт товарів та послуг у 2019 році порівняно з 2014 роком - 3,5 %.

Водночас пандемія також перервала період зростання конкурентоспроможності - Україна мала найшвидший показник удосконалення серед всіх євразійських країн, як зазначено в Індекс конкурентоспроможності подорожей та туризму за період з 2017 по 2019 роки, піднявшись на 10 позицій і посівши 78 місце зі 140 країн у світі [72].

Державному агентству розвитку туризму (ДАРТ) в Україні було поставлено завдання сформулювати національний план дій в туристичному секторі щодо протидії наслідкам пандемії. У зв'язку з терміновістю поставленого завдання ДАРТ звернулося за підтримкою до зовнішніх партнерів.

Європейський банк реконструкції і розвитку (ЄБРР), спираючись на свій досвід в секторі малого та середнього бізнесу і на попереднє співробітництво в українській туристичній індустрії, надав таку підтримку ДАРТ в аналізі впливу кризи і розробці Національного плану дій в галузі туризму. У доповіді від червня 2021 року [59] запропоновано низку рішень для підтримки МСП під час пандемії і допомоги в підготовці до відновлення, включаючи схему державних туристичних ваучерів, державну фінансову підтримку МСП і їх працівників в готельному секторі, спрощення правил, що регулюють туристичний бізнес і класифікацію готелів, оптимізацію карантинних заходів безпеки і створення спеціальної онлайн-платформи підтримки МСП.

Ключові висновки та рекомендації ЄБРР подано у розділі туризму та гостинності в Національній економічній стратегії України до 2030 року. Зокрема, здійснено оновлення Дорожньої карти з розвитку української індустрії подорожей та туризму, щоб впоратися з кризою. Особлива увага приділялася допомозі та розробці системних рішень для МСП у сфері туризму, враховуючи їх критичну роль у збільшенні зайнятості та посиленні загальних інновацій.

По-перше, існуючі заходи варто адаптувати до потреб туристичного бізнесу. Постраждалим від пандемії МСП можна запропонувати фінансову та адміністративну підтримку шляхом запровадження нових кредитних ліній та спрощення процесу подання заявки.

По-друге, створена веб-платформа для МСП може одночасно слугувати як порталом для інформації про Covid-19, так і майданчиком для реклами чи продажу різноманітних туристичних пропозицій.

По-третє, можна запровадити «Карту України», за допомогою якої роботодавці матимуть можливість скористатися податковими відрахуваннями на поїздки співробітників в межах України та держава субсидуватиме внутрішні подорожі певним мешканцям, наприклад, людям пенсійного віку та дітям, щоб компенсувати зменшення надходжень від міжнародного туризму.

Інші варіанти включали запровадження м'яких заходів для надання послуг готелям, наприклад, такі, як розширення відкритих терас для ресторанів та кафе у громадських місцях, де це можливо.

Узагальнений поточний стан розвитку туризму в Україні та потенційні покращення з врахуванням пропозицій ЄБРР викладено в таблиці 3.2. При формуванні таблиці 3.2 використано той самий набір інструментів, що й при аналізі туризму в країнах ЄС, що дозволить провести в подальшому порівняльний аналіз.

Як видно з таблиці 3.2, у доповіді ЄБРР викладено низку інших пропозицій на підтримку туристичного сектору [107]. По-перше, вони базувалися на необхідності переоцінити пріоритети попередньої туристичної

стратегії та визначити новий вихідний пункт з урахуванням впливу боротьби з Covid-19 та спираючись на пропозиції з Дорожньої карти.

Таблиця 3.2

Поточні та рекомендовані ЄБРР інструменти забезпечення розвитку туристичного сектору України

Інструменти	Україна	Україна*
1. Баланс інтересів туриста та туристичного сектору		
оптимізація карантинних заходів безпеки	+	+
програма туристичних ваучерів		+
компенсація заробітної плати працівникам		
зміна умов скасування та бронювання подорожей		
створення галузевих комісій з туризму, оновлення Дорожньої карти		+
відтермінування збору низки податків	+	+
2. Підтримка МСП в туристичному секторі		
фінансова підтримка МСП	+	+
створення спеціального інвестиційного фонду		
фінансування скасованих бронювань		
банківські та страхові гарантії		+
створення спеціальної онлайн-платформи підтримки МСП		+
3. Формування механізмів відновлення туристичного сектору		
вдосконалення Національної туристичної стратегії	+	+
розвиток туристичної інфраструктури		
надання високоякісних послуг через навчання та освіти		
оцифрування туристичних послуг		+
покращення методології збору статистичної інформації		+
класифікація готелів		+
вдосконалення нормативно-правової бази та державно-приватного партнерства	+	+
просування менш популярних регіонів країни серед туристів		
просування внутрішнього туризму		+

* пропозиції ЄБРР [59]

По-друге, необхідно покращити методологію збору статистичної інформації з туризму в Україні. Для цього необхідні залучення низки різних установ, а також тісна міжвідомча координація. По-третє, виникла потреба у більшому залученні регіональних представників до формування основних

національних стратегій. Корисним буде введення та чітке визначення правил для державно-приватного партнерства у розвитку українського туризму. Нарешті, до законодавства країни з питань туризму варто внести відповідні зміни у зв'язку з новою ситуацією на місцях та потребами туристичного сектора.

Таким чином, туристичний сектор України, зрештою як і світовий, стикнувся з доволі серйозними викликами, спричиненими глобальним поширенням COVID-19. Це обумовило необхідність адекватного реагування, розробки економічних та організаційних механізмів, інструментів підтримки туристичного сектору, включаючи, насамперед, захист працівників туристичної індустрії, підтримки ліквідності туристичних об'єктів. Безперечно, зроблені кроки в цьому напрямку як на глобальному рівні, так і на рівні окремих держав, дали свої позитивні результати. Однак говорити про завершеність цього процесу «боротьби» з наслідками світової пандемії ще надто завчасно, особливо на тлі повідомлень про можливість поширення нових штамів вірусів, що можуть спричинити більш важкі наслідки для людства. Туристичному сектору слід готуватися до нових реалій, які цілком можливо будуть супроводжувати його ще достатньо тривалий час, впроваджувати нові ідеї, які б допомогли не лише «виживати», але й думати про перспективний розвиток.

3.2. Модельний конструкт забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії

Поява нової коронавірусної хвороби у 2019 році стала однією з найпоширеніших та найбільш шокуючих подій століття. Пандемія жорстоко вдарила по фізичному, соціальному, психічному та економічному благополуччю людей у всьому світі. COVID-19 призвів до втрати життів і засобів до існування мільярдів людей на планеті.

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я [73], загалом підтверджено понад 520 млн. випадків захворювання на COVID-19. Станом на

травень 2022 року в усьому світі було зареєстровано понад 6 млн. смертей від COVID-19. В результаті близько 114 млн. людей у світі втратили роботу протягом 2020 року через масові локдауни, запроваджені для контролю передачі вірусу [71]. Жахливий вплив пандемії на різні сектори світової економіки викликав на початку і викликає зараз занепокоєння у політиків та зацікавлених сторін.

На відміну від будь-якої іншої галузі, туризм став найбільш спустошеним сектором у світі економіки під час COVID-19 [10,14,19,25,37,39,41,48,49,64,84,121,129,134,145]. Серйозний вплив пандемії на всі аспекти подорожей та туризму загострив вже існуючі проблеми розвитку туристичного сектору і в Україні [14,84,103,106,121,129,134]. Російська військова агресія проти України поставила на паузу питання підтримки економіки, в тому числі галузі туризму, від впливу пандемії.

Однак ймовірність все частішого виникнення таких пандемічних криз у майбутньому залишається. Тому це сигналізує про необхідність переосмислення забезпечення розвитку туризму в світлі великих криз, таких як COVID-19. І після перемоги України питання економіко-організаційного забезпечення розвитку туризму знову буде підняте. Тому існує потреба у формуванні певного конструкту забезпечення розвитку туристичного сектору у боротьбі з наслідками пандемії з врахуванням досвіду впровадження передових світових практик.

На даний час вже є певні напрацювання вчених у моделюванні попиту на туристичні послуги [86-87] чи впливу пандемії на розвиток туризму [66]. Однак, робіт, присвячених формуванню інструментів організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії засобами економіко-математичного моделювання, поки що немає.

В Україні туристична галузь, в якій домінують малі та середні підприємства (МСП), відчули вплив COVID-19 миттєво. Агентство з розвитку туризму (SATD) отримало завдання розробити ефективну політику на допомогу сектору туризму [14].

Спираючись на свій досвід у секторі малого та середнього бізнесу та на попередню співпрацю в українській туристичній галузі, Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) підтримав SATD в аналізі впливу кризи та було розроблено Національний план дій у сфері туризму [59]. План пропонував кілька рішень для підтримки МСП під час пандемії та мав сприяти підготовці до виходу з кризи, включаючи державну схему ваучерів на туризм, державну фінансову підтримку туристичного сектору МСП та їх працівників, пом'якшення правил, що регулюють туристичний бізнес та класифікацію готелів, спрощені заходи безпеки на карантині та спеціальну онлайн-платформу підтримки Covid-19 для МСП у секторі.

Ґрунтуючись на поточних та рекомендованих ЄБРР інструментах забезпечення розвитку туристичного сектору України, зарубіжному досвіді застосування цих інструментів, в даному розділі буде підібрано групу країн, досвід боротьби з пандемією яких є найбільш близьким для впровадження в Україні в сфері туризму. Для реалізації даної мети буде використано наступний модельний конструктор:

1) здійснено класифікацію країн ЄС за схожими групами інструментів економічного та організаційного розвитку туристичного сектору. Для цього найбільш придатним та ефективним вважається кластерний аналіз [138], результатом реалізації якого стає утворення груп подібних між собою об'єктів-кластерів;

2) для кожного сформованого кластера буде побудовано функціональну залежність. Дана функціональна залежність буде представлена дискримінантною функцією, яка представляє собою показник, розроблений на засадах дискримінантного аналізу. Основною перевагою дискримінантного аналізу є можливість на основі дискримінантної функції спрогнозувати, до якого класу належить новий об'єкт. Це можливо завдяки так званім навчальним вибіркам або класифікації з навчанням;

3) на основі застосування дискримінантної функції до поточних та рекомендованих ЄБРР інструментів забезпечення розвитку туристичного

сектору України буде підбрано найбільш прийнятну для українських реалій класифікаційну групу.

Отже, за **основу класифікації країн ЄС** взято групи інструментів забезпечення розвитку туристичного сектору (таблиця 3.1). Оскільки ці інструменти представлено якісними показниками, то для можливості застосування кластерних процедур ці показники приведено до бінарного виду:

$$\begin{cases} 1, \text{ якщо } +, \\ 0, \text{ якщо } -. \end{cases}$$

В результаті сформовано множину ознак, за якими буде здійснюватися оцінювання відібраних об'єктів-країн (таблиця 3.3). Кластеризація може здійснюватися двома способами: за допомогою ієрархічних або ітераційних процедур.

В нашому випадку обрано ієрархічні процедури, які полягають у виконанні послідовних дій для формування кластерів різного рангу, підпорядкованих між собою за чітко встановленою ієрархією. Найчастіше ієрархічні процедури здійснюються шляхом агломеративних (об'єднувальних) дій.

Наступним кроком кластерного аналізу є вибір міри подібності. Серед усієї множини мір (евклідова, манхеттенська, Чебишева, Мінковського, Махаланобіса та ін.) нами обрано найчастіше вживану евклідову відстань [110]. Далі відбувається власне застосування кластерного аналізу для створення подібних груп об'єктів. З цією метою використано програмний продукт Statistica 8 (модуль Cluster Analysis). Розраховані евклідові відстані (Euclidean distances) наведено в таблиці 3.4а. Вони являють собою симетричну квадратну матрицю відстаней, значення якої демонструють відстань кожного об'єкта по відношенню до іншого. Логічно, що відстань об'єкта самого до себе дорівнює 0. Відповідно найбільша відстань зафіксована між Францією та Ісландією (3,61), найменша – між Хорватією та Грецією (0,00). Це означає, що Франція та Ісландія мають суттєво різні

Таблиця 3.3

Формування множини ознак, за якими будуть оцінюватися відібрані об'єкти

Інструменти	Країна												
	Франція	Італія	Німеччина	Греція	Ісландія	Португалія	Болгарія	Литва	Хорватія	Польща	Словаччина	Україна	Україна*
1. Баланс інтересів туриста та туристичного сектору													
оптимізація карантинних заходів безпеки	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1
програма туристичних ваучерів	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
компенсація заробітної плати працівникам	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
зміна умов скасування та бронювання подорожей	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
створення галузевих комісій з туризму, оновлення Дорожньої карти	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1
відтермінування збору низки податків	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1
2. Підтримка МСП в туристичному секторі													
фінансова підтримка МСП	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
створення спеціального інвестиційного фонду	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
фінансування скасованих бронювань	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
банківські та страхові гарантії	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1
створення спеціальної онлайн-платформи підтримки МСП	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
3. Формування механізмів відновлення туристичного сектору													
вдосконалення Національної туристичної стратегії	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1
розвиток туристичної інфраструктури	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
надання високоякісних послуг через навчання та освіти	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
оцифрування туристичних послуг	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1
покращення методології збору статистичної інформації	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
класифікація готелів	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
вдосконалення нормативно-правової бази та державно-приватного партнерства	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
просування менш популярних регіонів країни серед туристів	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
просування внутрішнього туризму	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1

Таблиця 3.4а

Розрахунок евклідової відстані

Об'єкти	Euclidean distances										
	Франція	Італія	Німеччина	Греція	Ісландія	Португалія	Болгарія	Литва	Хорватія	Польща	Словаччина
Франція	0,00	2,65	2,24	3,16	3,61	3,16	2,83	3,00	3,16	3,32	3,00
Італія	2,65	0,00	2,45	2,65	2,83	2,65	2,24	2,45	2,65	2,83	2,45
Німеччина	2,24	2,45	0,00	2,65	2,83	2,24	2,24	2,00	2,65	2,83	2,45
Греція	3,16	2,65	2,65	0,00	1,73	2,00	2,00	2,24	0,00	2,65	1,73
Ісландія	3,61	2,83	2,83	1,73	0,00	2,24	2,24	2,45	1,73	2,45	2,00
Португалія	3,16	2,65	2,24	2,00	2,24	0,00	2,45	2,24	2,00	2,24	2,24
Болгарія	2,83	2,24	2,24	2,00	2,24	2,45	0,00	1,73	2,00	3,00	1,00
Литва	3,00	2,45	2,00	2,24	2,45	2,24	1,73	0,00	2,24	2,83	2,00
Хорватія	3,16	2,65	2,65	0,00	1,73	2,00	2,00	2,24	0,00	2,65	1,73
Польща	3,32	2,83	2,83	2,65	2,45	2,24	3,00	2,83	2,65	0,00	2,83
Словаччина	3,00	2,45	2,45	1,73	2,00	2,24	1,00	2,00	1,73	2,83	0,00

Таблиця 3.4б

Послідовність приєднання об'єктів один до одного методом одиничного зв'язку

linkage distance	Amalgamation Schedule (Spreadsheet4) Single Linkage Euclidean distances										
	Obj. No. 1	Obj. No. 2	Obj. No. 3	Obj. No. 4	Obj. No. 5	Obj. No. 6	Obj. No. 7	Obj. No. 8	Obj. No. 9	Obj. No. 10	Obj. No. 11
0,000000	Греція	Хорватія									
1,000000	Болгарія	Словаччина									
1,732051	Греція	Хорватія	Ісландія								
1,732051	Греція	Хорватія	Ісландія	Болгарія	Словаччина						
1,732051	Греція	Хорватія	Ісландія	Болгарія	Словаччина	Литва					
2,000000	Німеччина	Греція	Хорватія	Ісландія	Болгарія	Словаччина	Литва				
2,000000	Німеччина	Греція	Хорватія	Ісландія	Болгарія	Словаччина	Литва	Португалія			
2,236068	Франція	Німеччина	Греція	Хорватія	Ісландія	Болгарія	Словаччина	Литва	Португалія		
2,236068	Франція	Німеччина	Греція	Хорватія	Ісландія	Болгарія	Словаччина	Литва	Португалія	Італія	
2,236068	Франція	Німеччина	Греція	Хорватія	Ісландія	Болгарія	Словаччина	Литва	Португалія	Італія	Польща

інструменти економічного та організаційного розвитку туристичного сектору, а в Хорватії та Греції вони практично ідентичні.

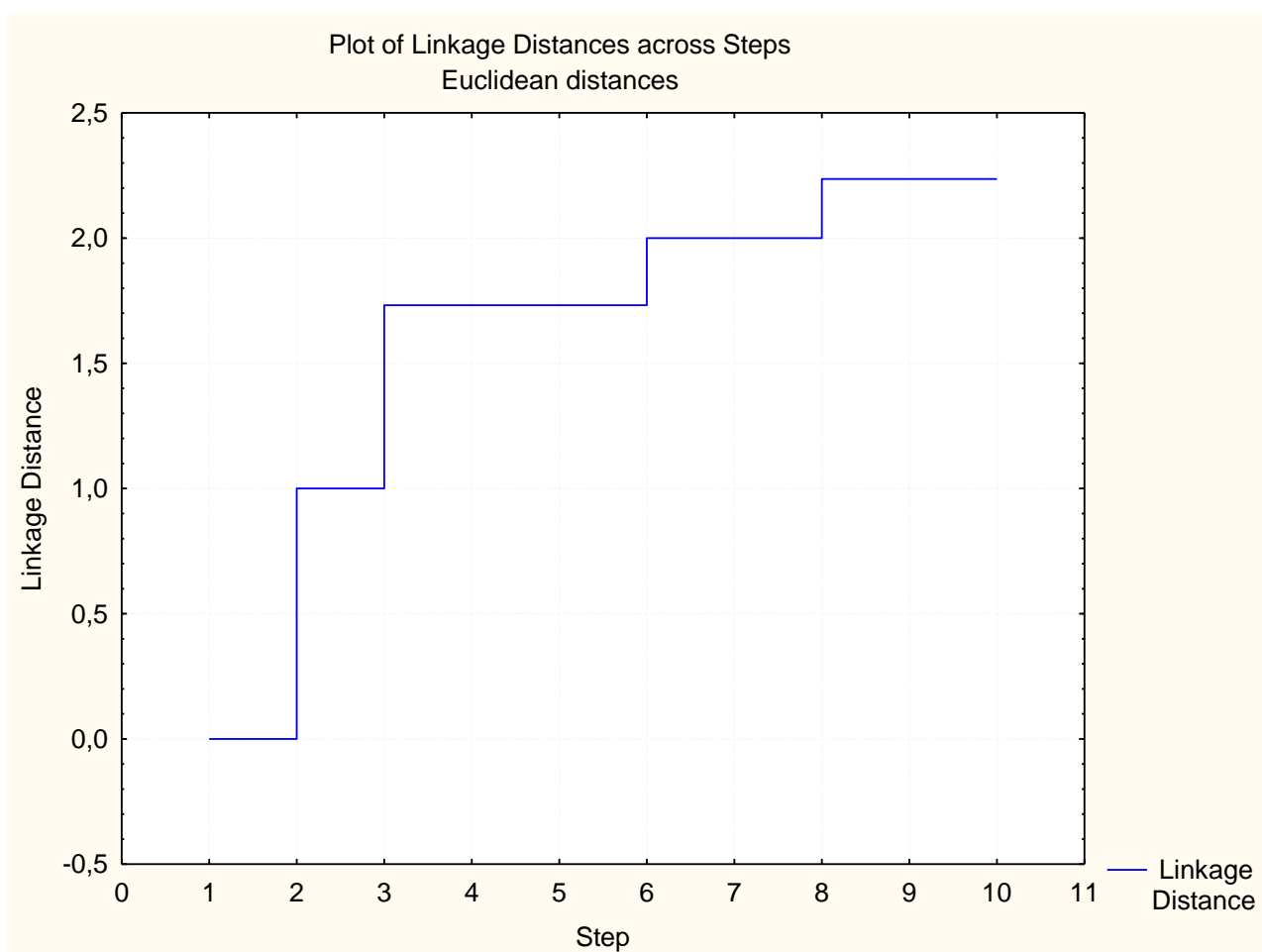


Рис. 3.1. Графічне представлення зв'язку відстаней по кроках об'єднання

Для формування кластерів можна скористатись методами одиничного зв'язку, повного зв'язку, середнього зв'язку або методом Уорда [110-138]. Нами використано метод одиничного зв'язку або його ще називають методом близького сусіда.

Цей метод передбачає «приєднання одиниці сукупності до кластера, якщо вона близька (знаходиться на одному рівні схожості) хоча б до одного представника цього кластера» [110].

В таблиці 3.4б наведено послідовність приєднання об'єктів один до одного за обраним методом одиничного зв'язку (Single Linkage). Як видно з цієї

таблиці, на першому кроці об'єднано країни з найвищим рівнем подібності – Хорватію та Грецію. Далі об'єднано Болгарію та Словаччину. Потім до Хорватії з Грецією приєднано Ісландію і т.д. На останньому кроці приєднано Польщу. Це за умови, якщо необхідно сформувати один кластер. В нашому випадку оптимальна кількість кластерів визначається «як різниця кількості спостережень і кількості кроків, після якої відстань об'єднання збільшується стрибкоподібно» [138]. На рисунку 3.1 видно таке стрибкоподібне збільшення відстані для об'єднання об'єктів.

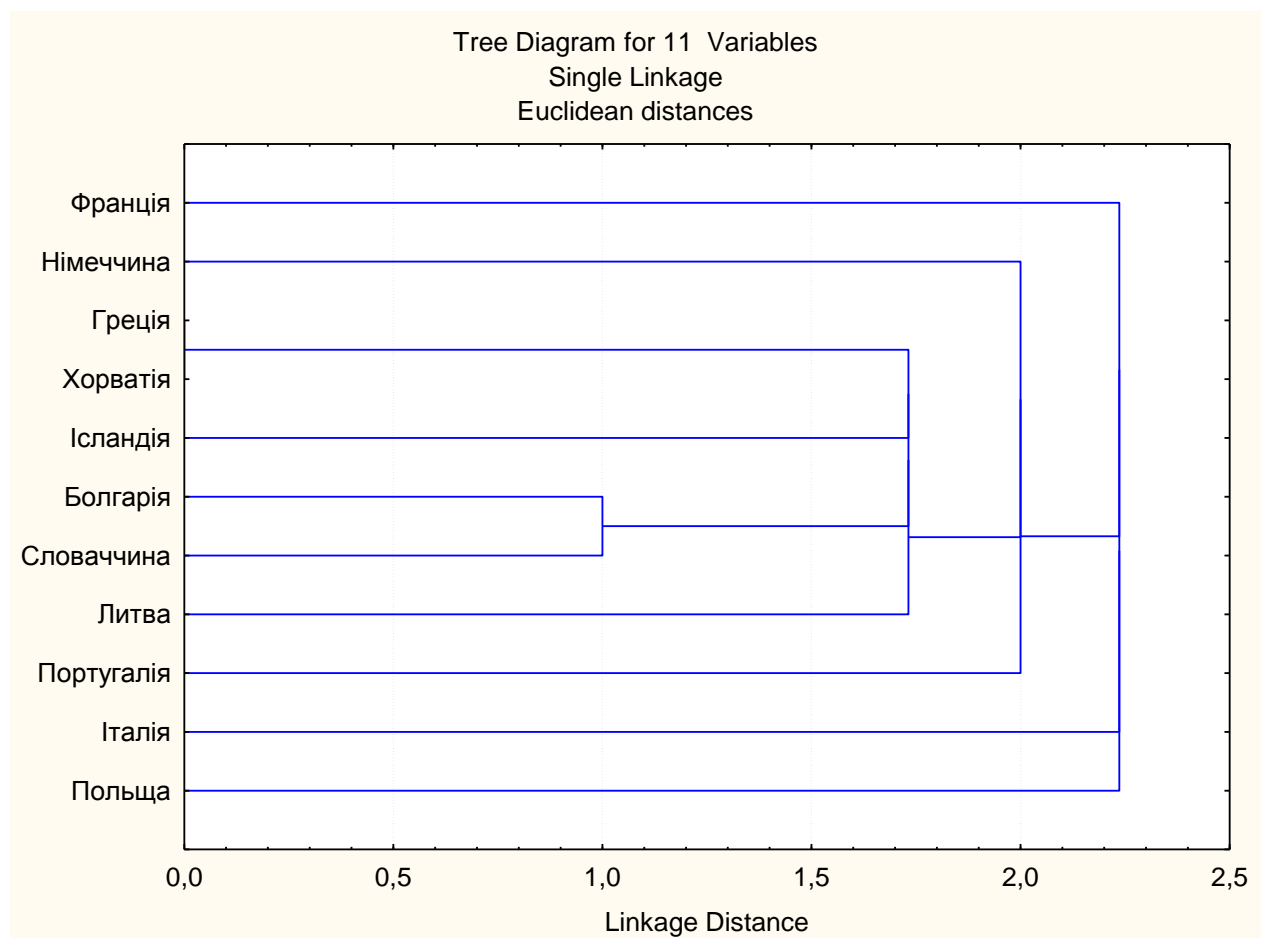


Рис. 3.2. Горизонтальна дендрограма

Власне перший великий стрибок є від 0 до 1. Тому логічно країни, які мають відстань 1, віднести до першого кластеру. Ці країни – це Болгарія і Словаччина. В наступний другий кластер за тим же принципом увійдуть Німеччина, Греція, Ісландія, Португалія, Литва та Хорватія з відстанями від 1

до 2. Третій кластер сформують Франція, Італія та Польща з відстанню, більше 2.

Послідовне об'єднання подібних об'єктів з утворенням матриці подібності добре демонструє побудова дендрограми (деревоподібної діаграми). Цей графік відображає покрокове об'єднання об'єктів у кластери. На рисунку 3.2 можна побачити побудовану для нашого дослідження горизонтальну дендрограму.

Таким чином, на першому початковому етапі аналізу здійснено формування із досліджуваної сукупності об'єктів трьох окремих кластерів (таблиця 3.5).

Таблиця 3.5

Класифікація країн ЄС за схожими групами інструментів економічного та організаційного розвитку туристичного сектору за допомогою кластерного аналізу

Країна	Кластер	Країна	Кластер	Країна	Кластер
Болгарія Словаччина	1	Німеччина Греція Ісландія Португалія Литва Хорватія	2	Франція Італія Польща	3

Наступним кроком є **побудова для кожного кластера – групи країн - дискримінантної функції**. Метою цієї функції є встановлення, до якої групи країн (кластера) можна буде віднести Україну відповідно до поточних чи пропонованих ЄБРР інструментів економічного та організаційного розвитку туристичного сектору.

Оскільки всі інструменти економічного та організаційного розвитку туристичного сектору початково було поділено на три групи (параграф 3.1), то при побудові дискримінантної функції селекція незалежних змінних теж здійснюватиметься за цими групами:

- Група 1. Баланс інтересів туриста та туристичного сектору.

- Група 2. Підтримка малих та середніх підприємств (МСП) в туристичному секторі.
- Група 3. Формування механізмів відновлення туристичного сектору.

Для кожної групи визначено класифікацію об'єктів – країн ЄС, яка визначає їх відношення до застосування інструментів економічного та організаційного розвитку туристичного сектору. Дана класифікація містить три кластери (таблиця 3.5).

Для побудови дискримінантної функції використано програмне середовище Statistica 8 (модуль Discriminant Analysis). В якості залежної змінної обрано номер кластера, незалежних змінних – показники груп 1-3. Аналіз незалежних змінних, які будуть включені в дискримінантну функцію, здійснене покроково. Відповідно максимальна кількість кроків дорівнює кількості незалежних змінних в кожній з груп. Покроковий аналіз з поступовим включенням незалежних змінних на кожній ітерації за допомогою статистики Фішера визначає, чи варто включати в модель наступну змінну.

Зазвичай, в покроковому аналізі дискримінантної функції незалежні змінні включаються до моделі, якщо їх значення статистики Фішера більше за значення F-включити, і навпаки [116].

Отже, на нульовому кроці коефіцієнт Лямбда Уїлкса (Wilks' Lambda) рівний 1, тобто ніякої дискримінантної функції ще немає. Після вибору опції «Змінні поза моделлю» (Variables currently not in the model) розраховано коефіцієнти Лямбда Уїлкса, часткові коефіцієнти Лямбда Уїлкса, критерій F-включити та p-рівень (таблиця 3.6).

Таблиця 3.6

Побудова дискримінантної функції для групи 1. Баланс інтересів туриста та туристичного сектору (крок 0)

N=11	Variables currently not in the model (Spreadsheet2) Df for all F-tests: 2,8					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F to enter	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
оптимізація карантинних заходів безпеки	0,814815	0,814815	0,90909	0,440794	1,000000	0,00
програма туристичних ваучерів	0,916667	0,916667	0,36364	0,706067	1,000000	0,00
компенсація заробітної плати працівникам	0,261905	0,261905	11,27273	0,004705	1,000000	0,00
зміна умов скасування та бронювання подорожей	0,407407	0,407407	5,81818	0,027550	1,000000	0,00
створення галузевих комісій з туризму, оновлення Дорожньої карти	0,916667	0,916667	0,36364	0,706067	1,000000	0,00
відтермінування збору низки податків	0,733333	0,733333	1,45455	0,289205	1,000000	0,00

Коефіцієнти Лямбда Уїлкса визначають значення функції, якби відповідна незалежна змінна була включена на даному етапі. Часткові коефіцієнти Лямбда Уїлкса показують індивідуальний вклад відповідної змінної в дискримінацію між сукупностями і є аналогом коефіцієнта сачткової кореляції. Оскільки жодна змінна ще не введена в модель, то часткові коефіцієнти Лямбда Уїлкса рівні коефіцієнтам Лямбда Уїлкса. Критерій F-включити показує, яка змінна буде першою включена в модель. В нашому випадку це «компенсація заробітної плати працівникам» (F-включити=11,27273), яка робить найбільший вклад в модель.

На кроці 1 включаємо до моделі змінну «компенсація заробітної плати працівникам» та отримуємо наступні дані (таблиця 3.7).

Таблиця 3.7

Побудова дискримінантної функції для групи 1. Баланс інтересів туриста та туристичного сектору (крок 1)

N=11	Discriminant Function Analysis Summary (Spreadsheet2) Step 1, N of vars in model: 1; Grouping: Кнастеп (3 grps) Wilks' Lambda: ,26190 approx. F (2,8)=11,273 p< ,0047					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F-remove (2,8)	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
компенсація заробітної плати працівникам	1,000000	0,261905	11,27273	0,004705	1,000000	0,00

Далі на кроці 2, на основі аналогічних міркувань, включаємо до моделі змінну «зміна умов скасування та бронювання подорожей» (таблиця 3.8).

Таблиця 3.8

Побудова дискримінантної функції для групи 1. Баланс інтересів туриста та туристичного сектору (крок 2)

N=11	Discriminant Function Analysis Summary (Spreadsheet2) Step 2, N of vars in model: 2; Grouping: Кластер (3 grps) Wilks' Lambda: ,08148 approx. F (4,14)=8,7614 p< ,0009					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F-remove (2,7)	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
компенсація заробітної плати працівникам	0,407407	0,200000	14,00000	0,003578	0,750000	0,250000
зміна умов скасування та бронювання подорожей	0,261905	0,311111	7,75000	0,016796	0,750000	0,250000

Алгоритм побудови дискримінантної функції буде зупинено, якщо на черговому кроці значення F-включити в модель буде меншим за задане значення (F-вкл. = 10) або ж на черговому кроці всі незалежні змінні уже будуть в моделі. В нашому випадку побудова дискримінантної функції зупинилась на останньому шостому кроці, оскільки $F(12, 6) = 3,4943 < F\text{-вкл.} = 10$. Таким чином, в результаті до дискримінантної моделі було включено всі шість показників групи 1.

Таблиця 3.9

Побудова дискримінантної функції для групи 1. Баланс інтересів туриста та туристичного сектору (крок 6)

N=11	Discriminant Function Analysis Summary (Spreadsheet2) Step 6, N of vars in model: 6; Grouping: Кластер (3 grps) Wilks' Lambda: ,01567 approx. F (12,6)=3,4943 p< ,0676					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F-remove (2,3)	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
компенсація заробітної плати працівникам	0,136525	0,114774	11,56915	0,038884	0,285714	0,714286
зміна умов скасування та бронювання подорожей	0,085203	0,183908	6,65625	0,078868	0,206897	0,793103
відтермінування збору низки податків	0,036667	0,427350	2,01000	0,279368	0,333333	0,666667
створення галузевих комісій з туризму, оновлення Дорожньої карти	0,030125	0,520146	1,38380	0,375136	0,285714	0,714286
оптимізація карантинних заходів безпеки	0,020716	0,756410	0,48305	0,657864	0,750000	0,250000
програма туристичних ваучерів	0,018519	0,846154	0,27273	0,778348	0,333333	0,666667

В таблиці 3.10 наведено значення квадратів відстані Махаланобіса між центрами груп. Загалом, відстань Махаланобіса — це міра відстані між двома точками в просторі, що визначається двома або більше корельованими змінними [116]. Для кожної групи в нашій вибірці ми можемо визначити розташування точки, яка представляє середні значення для всіх змінних у багатовимірному просторі, визначеному змінними в моделі. Ці точки називають центроїдами групи. Для кожного випадку ми можемо обчислити відстані

Махаланобіса від кожного з центроїдів групи. З результатів видно, що найбільша відстань між 2 та 3 кластерами (70,00), найменша – між 1 та 3 кластерами (19,33) за показниками першої групи. Поряд з таблицею результатів відстаней Махаланобіса дві інші таблиці результатів: перша - з F-значеннями, пов'язаними з відповідними відстанями. Як видно, усі F-включити є меншими за задане значення F-вкл. = 10. Остання таблиця показує відповідні значенням F-включити p-рівні. Ці величини повністю задовольняють проведений аналіз, оскільки при побудові дискримінантної функції на ставилася мета, що окремі пари кластерів повинні показувати особливо великі (значущі) відстані.

Таблиця 3.10

Статистичні характеристики побудови дискримінантної функції

Квадрати відстані Махаланобіса				F-значення			p-рівні				
Squared Mahalanobis Distances				F-values; df = 6,3 (Spreadsheet2)			p-levels (Spreadsheet2)				
Кластер	G_1:1	G_2:2	G_3:3	Кластер	G_1:1	G_2:2	G_3:3	Кластер	G_1:1	G_2:2	G_3:3
G_1:1	0,00000	42,66667	19,33334	G_1:1		4,000000	1,450000	G_1:1		0,141289	0,409266
G_2:2	42,66667	0,00000	70,00001	G_2:2	4,000000		8,750001	G_2:2	0,141289		0,051484
G_3:3	19,33334	70,00001	0,00000	G_3:3	1,450000	8,750001		G_3:3	0,409266	0,051484	

Далі власне переходимо до класифікації, результатом якої є значення коефіцієнтів дискримінантної функції для кожного кластера (таблиця 3.11). Варто зауважити, що мається на увазі саме лінійна функція. В останньому рядку вказано значення константи дискримінантної функції.

Таблиця 3.11

Значення коефіцієнтів дискримінантної функції для кожного кластера за показниками групи 1. Баланс інтересів туриста та туристичного сектору

Variable	Classification Functions; grouping		
	G_1:1 p=,18182	G_2:2 p=,54545	G_3:3 p=,27273
компенсація заробітної плати працівникам	40,0000	-0,00000	50,0000
зміна умов скасування та бронювання подорожей	32,0000	-0,00000	58,0000
відтермінування збору низки податків	12,0000	4,00000	24,0000
створення галузевих комісій з туризму, оновлення Дорожньої карти	-12,0000	4,00000	-18,0000
оптимізація карантинних заходів безпеки	-0,0000	8,00000	4,0000
програма туристичних ваучерів	-0,0000	0,00000	-8,0000
Constant	-21,7047	-5,93947	-42,9659

В таблиці 3.12 наведено статистичні характеристики класифікації. Випадок можна класифікували як належний до групи тоді, коли він до неї найближчий, тобто, де відстань Махаланобіса найменша. З таблиці видно, що за обчисленими квадратами відстаней Махаланобіса всі країни за показниками групи 1. «Баланс інтересів туриста та туристичного сектору» мають найменші значення відстаней саме в комірках кластерів, до яких вони належать. Наприклад, найменша відстань 5,33 характерна Франції, Італії та Польщі в кластері 3, до якого вони і були віднесені при кластеризації країн за усіма показниками.

Загальним результатом, на який дивляться, щоб визначити, наскільки добре поточні функції класифікації передбачають групову приналежність випадків, є матриця класифікації. Матриця класифікації показує кількість об'єктів (в нашому випадку країн), які були класифіковані правильно (по діагоналі матриці), і тих, які були класифіковані неправильно. Як бачимо, матриця класифікації підтверджує гіпотезу про правильність розподілу країн за кластерами з 100-відсотковою точністю. До кластеру 1 віднесено 2 країни, другого – 6 та третього – 3.

Таблиця 3.12

Статистичні характеристики класифікації

Відстань Махаланобіса					Матриця класифікації				
	Squared Mahalanobis Distances from Group (Incorrect classifications are marked with *)				Classification Matrix (Spreadsheet2) Rows: Observed classifications Columns: Predicted classifications				
Case	Observed Classif.	G_1:1 p=,18182	G_2:2 p=,54545	G_3:3 p=,27273	Group	Percent Correct	G_1:1 p=,18182	G_2:2 p=,54545	G_3:3 p=,27273
Франція	G_3:3	30,00000	96,66667	5,33333	G_1:1	100,0000	2	0	0
Італія	G_3:3	14,00000	64,66667	5,33333	G_2:2	100,0000	0	6	0
Німеччина	G_2:2	48,00000	2,66667	83,33333	G_3:3	100,0000	0	0	3
Греція	G_2:2	50,00000	4,66667	81,33333	Total	100,0000	2	6	3
Ісландія	G_2:2	36,00000	6,66667	63,33333					
Португалія	G_2:2	36,00000	6,66667	47,33333					
Болгарія	G_1:1	2,00000	52,66667	25,33333					
Литва	G_2:2	48,00000	2,66667	83,33333					
Хорватія	G_2:2	66,00000	4,66667	89,33333					
Польща	G_3:3	30,00000	64,66667	5,33333					
Словаччина	G_1:1	2,00000	36,66667	17,33333					

Класифікація спостережень					Апостеріорні ймовірності				
Case	Classification of Cases (Spreadsheet2) Incorrect classifications are marked with *				Case	Posterior Probabilities (Spreadsheet2) Incorrect classifications are marked with *			
	Observed Classif.	1 p=,18182	2 p=,54545	3 p=,27273		Observed Classif.	G_1:1 p=,18182	G_2:2 p=,54545	G_3:3 p=,27273
Франція	G_3:3	G_3:3	G_1:1	G_2:2	Франція	G_3:3	0,000003	0,000000	0,999997
Італія	G_3:3	G_3:3	G_1:1	G_2:2	Італія	G_3:3	0,008673	0,000000	0,991327
Німеччина	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3	Німеччина	G_2:2	0,000000	1,000000	0,000000
Греція	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3	Греція	G_2:2	0,000000	1,000000	0,000000
Ісландія	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3	Ісландія	G_2:2	0,000000	1,000000	0,000000
Португалія	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3	Португалія	G_2:2	0,000000	1,000000	0,000000
Болгарія	G_1:1	G_1:1	G_3:3	G_2:2	Болгарія	G_1:1	0,999987	0,000000	0,000013
Литва	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3	Литва	G_2:2	0,000000	1,000000	0,000000
Хорватія	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3	Хорватія	G_2:2	0,000000	1,000000	0,000000
Польща	G_3:3	G_3:3	G_1:1	G_2:2	Польща	G_3:3	0,000003	0,000000	0,999997
Словаччина	G_1:1	G_1:1	G_3:3	G_2:2	Словаччина	G_1:1	0,999298	0,000000	0,000702

Існує ще один фактор, який необхідно враховувати при класифікації випадків. Іноді ми знаємо наперед, що в одній групі більше спостережень, ніж в будь-якій іншій; таким чином, апріорна ймовірність того, що випадок належить до цієї групи, вища. Наприклад, у нашому випадку апріорна ймовірність для :

$$\begin{cases} \text{класстер 1: } 2 \div 11 = 0,18182, \\ \text{класстер 2: } 5 \div 11 = 0,54545, \\ \text{класстер 3: } 3 \div 11 = 0,27273. \end{cases}$$

Дискримінантний аналіз дозволяє вказати різні апріорні ймовірності, які потім будуть використовуватися для відповідного коригування класифікації випадків (і обчислення апостеріорних ймовірностей). Тобто, у нашому випадку ми встановили апріорні ймовірності пропорційними розмірам груп у нашій вибірці. Специфікація різних апріорних ймовірностей може значно вплинути на точність прогнозу.

Використовуючи відстані Махаланобіса для класифікації, тепер ми можемо отримати апостеріорні ймовірності. Ймовірність того, що випадок належить до певної групи, обернено пропорційна відстані Махаланобіса від центру цієї групи (вона не зовсім пропорційна, оскільки ми припускаємо багатовимірний нормальний розподіл навколо кожного центроїда). Оскільки ми обчислюємо розташування кожного випадку на основі наших попередніх знань про значення для цього випадку на змінних у моделі, ці ймовірності

називаються апостеріорними ймовірностями. Підводячи підсумок, апостеріорна ймовірність — це ймовірність того, що відповідний випадок належить до певної групи, заснована на наших знаннях про значення інших змінних. Звичайно, дискримінантний аналіз автоматично обчислює ці ймовірності для всіх випадків. Як видно з таблиці, значення ймовірностей об'єктів за кластером 2 рівні 1,00 для всіх країн, за кластерами 1 та 3 – 0,99.

Варто відмітити також, що в жодній з таблиць немає помаркованих зірочкою * об'єктів, які некоректно класифіковані.

Таким чином, на підставі аналізу статистичних характеристик класифікації (таблиця 3.12) можна стверджувати про прогностичну валідність функцій класифікації, тобто про достовірність та точність побудованих дискримінантних функцій для показників групи 1 «Баланс інтересів туриста та туристичного сектору». Це дасть змогу на їх основі спрогнозувати, до якого кластеру можна віднести Україну за показниками групи 1.

Аналогічні розрахунки проведено для показників другої та третьої груп. В додатках В1 та В2 наведено розрахункові значення допоміжних критеріїв та статистичні характеристики побудованих дискримінантних функцій.

Як і у випадку з групою 1, в групі 2 «Підтримка малих та середніх підприємств (МСП) в туристичному секторі» використано всі п'ять показників для побудови дискримінантної функції (таблиця 4 додатку В1). При цьому значення F-включити не перевищує задане ($F(10,8)=0,64725 < F\text{-вкл.}=10$).

З матриці класифікації (таблиця 7 додатку В1) бачимо, що з 11 об'єктів - країн правильно класифіковано 8 (1+6+1 – по діагоналі матриці), і 3 країни класифіковані неправильно. Тобто матриця класифікації підтверджує гіпотезу про правильність розподілу країн за кластерами з точністю 72,7273 %, що є достатнім для продовження аналізу. Неправильно класифіковані країни помарковано в таблиці 7 додатку В1 зірочкою *. Це – Італія, Польща (кластер 3) та Словаччина (кластер 1).

Загалом побудовані дискримінантні функції для показників групи 2 «Підтримка МСП в туристичному секторі» (таблиця 6 додатку В1) володіють

задовільною валідністю. Тому вони можуть бути використані для подальшого прогнозування.

З додатку В2 бачимо, що з дев'яти показників групи 3 «Формування механізмів відновлення туристичного сектору» до дискримінантної функції ввійшли тільки чотири:

- розвиток туристичної інфраструктури,
- оцифрування туристичних послуг,
- вдосконалення Національної туристичної стратегії,
- надання високоякісних послуг через навчання та освіти.

Причиною невключення до аналізу інших показників є перевищення на п'ятому кроці значення F-включити за задане $F\text{-вкл.}=10$. В результаті отримано коефіцієнти дискримінантної функції для групи 3. Формування механізмів відновлення туристичного сектору (таблиця 6 додатку В2).

Статистичні характеристики класифікації (таблиця 7 додатку В2) свідчать про задовільну валідність побудованих моделей з точністю 72,7273 %. Неправильно класифіковані країни, на які припало 27,2727%, помарковані в таблиці 7 додатку В2 зірочкою *, відносяться до кластеру 1 (Болгарія та Словаччина) та кластеру 3 (Польща).

В цілому побудовані дискримінантні функції для показників групи 3 «Формування механізмів відновлення туристичного сектору» мають задовільну точність, тому можуть бути використані для подальшого прогнозування.

Останнім (третім) етапом є **підбір класифікаційної групи до поточних та рекомендованих ЄБРР інструментів забезпечення розвитку туристичного сектору України** на основі застосування дискримінантних функцій.

Для цього з таблиці 3.11, таблиці 6 додатку В1 та таблиці 6 додатку В2 значення коефіцієнтів дискримінантних функцій перенесено в колонки 2-4 таблиці 3.13. З таблиці 3.2 бінарні значення поточних та рекомендованих ЄБРР

інструментів забезпечення розвитку туристичного сектору України перенесено в колонки 5 та 9 таблиці 3.13 відповідно.

Далі на основі цих значень шляхом перемножування розраховано значення для України на основі поточних інструментів за кластерами (колонки 6-8) та значення для України на основі рекомендованих ЄБРР інструментів (колонки 10-12). Оскільки дискримінантні функції є лінійними, то їх значення отримано простим підсумовуванням. Далі здійснено вибір найкращої дискримінантної залежності за найбільшим абсолютним значенням дискримінантної функції. В таблиці 3.13 комірки із таким значенням виділено фоном. В п'яти випадках з шести (0,8333) максимальне значення дискримінантної функції припало на кластер 2.

Таким чином, з точністю 83,33% можна стверджувати, що Україні при виборі інструментів організаційного та економічного розвитку туристичного сектору варто дотримуватись політик групи країн, що віднесені до другого кластеру: Німеччина, Греція, Ісландія, Португалія, Литва та Хорватія. Саме їх заходи підтримки туризму під час пандемії коронавірусу є найбільш близькими до поточних та потенційних (пропонованих ЄБРР) інструментів забезпечення розвитку туристичного сектору України.

Зарубіжний та вітчизняний досвід показує, що питання забезпечення економічного розвитку туризму в світлі глобальних криз, таких як COVID-19, залишається актуальним і на сьогодні. Тому, в даному параграфі запропоновано модельний конструкт економічного розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії за допомогою кластерного та дискримінантного аналізу [93]. Результатом апробації даного інструментарію стало формування низки заходів щодо підтримки туризму під час пандемії, спираючись на досвід боротьби з пандемією країн ЄС.

Таблиця 3.13

Розрахункові значення дискримінантних функцій для підбору класифікаційної групи до поточних та рекомендованих ЄБРР інструментів забезпечення розвитку туристичного сектору України

Показники	Коефіцієнти дискримінантної функції			Поточні інструменти	Розраховані значення для України на основі поточних інструментів			Рекомендовані ЄБРР інструменти	Розраховані значення для України на основі рекомендованих ЄБРР інструментів		
	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3		Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3		Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Баланс інтересів туриста та туристичного сектору											
оптимізація карантинних заходів безпеки	0,0000	8,00000	4,0000	1	0,00	8,00	4,00	1	0,00	8,00	4,00
програма туристичних ваучерів	0,0000	0,00000	-8,0000	0	0,00	0,00	0,00	1	0,00	0,00	-8,00
компенсація заробітної плати працівникам	40,0000	0,00000	50,0000	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
зміна умов скасування та бронювання подорожей	32,0000	0,00000	58,0000	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
створення галузевих комісій з туризму, оновлення Дорожньої карти	-12,0000	4,00000	-18,0000	0	0,00	0,00	0,00	1	-12,00	4,00	-18,00
відтермінування збору низки податків	12,0000	4,00000	24,0000	1	12,00	4,00	24,00	1	12,00	4,00	24,00
константа	-21,7047	-5,93947	-42,9659		-21,70	-5,94	-42,97		-21,70	-5,94	-42,97
Значення дискримінантної функції					-9,70	6,06	-14,97		-21,70	10,06	-40,97

Прод. табл. 3.13

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2. Підтримка МСП в туристичному секторі											
фінансова підтримка МСП	10,40000	8,0000	9,6000	1	10,40	8,00	9,60	1	10,40	8,00	9,60
створення спеціального інвестиційного фонду	6,40000	16,0000	17,6000	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
фінансування скасованих бронювань	0,80000	0,0000	3,2000	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
банківські та страхові гарантії	8,00000	16,0000	16,0000	0	0,00	0,00	0,00	1	8,00	16,00	16,00
створення спеціальної онлайн-платформи підтримки МСП	5,60000	16,0000	14,4000	0	0,00	0,00	0,00	1	5,60	16,00	14,40
константа	-8,90475	-11,9395	-15,1659		-8,90475	-11,9395	-15,1659		-8,90475	-11,9395	-15,1659
Значення дискримінантної функції					1,50	-3,94	-5,57		15,10	28,06	24,83
3. Формування механізмів відновлення туристичного сектору											
вдосконалення Національної туристичної стратегії	0,00000	2,15385	4,92308	1	0,00	2,15	4,92	1	0,00	2,15	4,92
розвиток туристичної інфраструктури	0,00000	0,30769	9,84615	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
надання високоякісних послуг через навчання та освіти	0,00000	0,61538	3,69231	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
оцифрування туристичних послуг	0,00000	1,53846	1,23077	0	0,00	0,00	0,00	1	0,00	1,54	1,23
константа	-1,70475	-1,63178	-8,88903		-1,70475	-1,63178	-8,88903		-1,70475	-1,63178	-8,88903
Значення дискримінантної функції					-1,70	0,52	-3,97		-1,70	2,06	-2,74

3.3. Механізм організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії

У 2020 році через шок від COVID-19 середній прямий внесок туристичного сектору у ВВП у країнах ОЕСР різко впав до 2,8% – на 1,9 відсоткового пункту порівняно з періодом до COVID-19. У середньому на нього припадало 20,5% пов'язаного з послугами експорту в ОЕСР [67].

Туристичний сектор створює робочі місця, стимулює регіональний розвиток і підтримує місцеві громади. Країни зі значним туристичним сектором до COVID-19, такі як Ісландія (8,1% ВВП), Мексика (8,0%) і Португалія (8,1%), зазнали найбільшого зниження прямого внеску сектора у ВВП, а також у загальному ВВП [71]. В Україні обмеження, пов'язані з пандемією COVID-19, у 2020 році призвели до падіння показника попиту на послуги туристичного сектору до рівня 2002 року [101].

Останні дані свідчать про те, що до липня 2022 року міжнародні туристичні потоки відновилися майже до 60% від рівня до пандемії [67]. За період із січня по липень 2022 року кількість міжнародних туристів зростає майже втричі порівняно з тим самим періодом 2021 року. Європа та Середній Схід лідирував у відновленні (прибуття досягло 74% і 76% від рівня 2019 року відповідно), за ним йшли Америка та Африка. Однак до липня 2022 року кількість прибуттів в Азіатсько-Тихоокеанський регіон залишилася на 86% нижче рівня 2019 року [74]. Частка іноземних туристів в Україні різко знизилась з 23 % у 2004 році до 0,5 % у 2020 році. Такі тенденції були спричинені, в першу чергу, військовою агресією Росії проти України, починаючи з 2014 року, а вже потім пандемічними обмеженнями.

Щоб підтримати відновлення та трансформацію туристичного сектору в Україні після завершення воєнного стану, необхідним буде зміцнення співпраці між урядом, приватним сектором, місцевими громадами та усіма зацікавленими сторонами. Постійні та трансформаційні дії повинні бути представлені у формі

цілісного механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору.

При формуванні механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії будемо керуватись наступними категоріями, описаними вище (рис. 3.3):

1) будемо використовувати дефініцію **туристичний сектор**, яка відображає *діяльність*, зокрема, надання сукупності туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів, *адміністративно-територіальну приналежність*, тобто ефективне використання туристичних ресурсів дестинацій та *управління*, а саме забезпечення економічної та соціальної суспільної корисності;

2) **забезпечення розвитку туристичного сектору** в нашому розумінні відштовхується від *адміністративно-територіальної приналежності*, іншими слова від місця діяльності (села, міста, ОТГ, регіону, країни і т.д.), та організації цієї діяльності – *інституційних важелів*;

3) важливою рисою **організаційно-економічного забезпечення** є *взаємодії* економічних суб'єктів..., які необхідні суспільству не самі по собі, а для формування соціально-економічної бази при переході на вищий рівень технологічного укладу, що, у свою чергу, є засобом досягнення нової якості життя;

4) використовуватимемо поняття **«механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору»**, як сукупності елементів організаційного та економічного характеру (об'єктів, суб'єктів, цілей, завдань, способів взаємодії, методів, важелів, інструментів тощо), взаємопов'язаних та взаємодіючих між собою із динамічними внутрішніми та зовнішніми зв'язками у туристичному секторі, ефективність реалізації якого залежить від здатності створювати нові у конкретний момент часу зв'язки, елементи, стимули тощо;

5) управління кризами та стихійними лихами є постійною тематикою досліджень в туристичному секторі. Ця тема зосереджена на аналізі та

реагуванні на події, починаючи від ранніх пандемій до тероризму, військових переворотів або екологічних катастроф. Тому під поняттям «**формуванням механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії**» розумітимемо коротко- і довгострокову, глобальну, національну та локальну відповідь на такого роду виклики.



Рис. 3.3. Формування категоріального апарату механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії

При формуванні механізму будемо спиратися на досліджені вище традиційні, регіональні та новітні, пов'язані з пандемією, чинники розвитку туристичного сектору.

Традиційними чинниками вважатимемо:

- *привабливість та розташування* туристичного регіону,
- *інфраструктура та спектр послуг* туристичного регіону,
- *доступність* туристичних послуг,
- *ціновий чинник*.

Регіональні чинники розвитку туристичного сектору представимо:

- *організацією,*
- *фінансами,*
- *самоврядуванням,*
- *знаннями,*
- *вміннями.*

До новітніх чинників віднесемо:

- *стійкість систем охорони здоров'я ,*
- *медикалізацію,* спрямовану на визначення соціальних проблем за категоріями хвороби,
- *сек'юритизацію,*
- *поінформованість* про традиційні практики з охорони здоров'я в пунктах подорожей, а також про рівень безпеки таких подорожей.

Отже, механізм організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії можна представити у вигляді узагальнюючої схеми, наведеної на рис. 3.4. Перш за все, варто відмітити, що дана схема містить усі запропоновані в першому розділі дослідження складові поняття «механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору», зокрема, комплекс об'єктів, суб'єктів, цілей, завдань, способів взаємодії, методів, важелів, інструментів забезпечення розвитку туристичного сектору України.

Далі зупинимось на їх детальній характеристиці.

Цілі розвитку туристичного сектору відповідають запропонованому в дослідженні визначенню поняття «туристичний сектор» і включають:

- надання сукупності туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів (*діяльність*),
- ефективне використання туристичних ресурсів дестинацій (*адміністративно-територіальну приналежність*),
 - забезпечення економічної та соціальної суспільної корисності від розвитку туристичного сектору (*управління*).

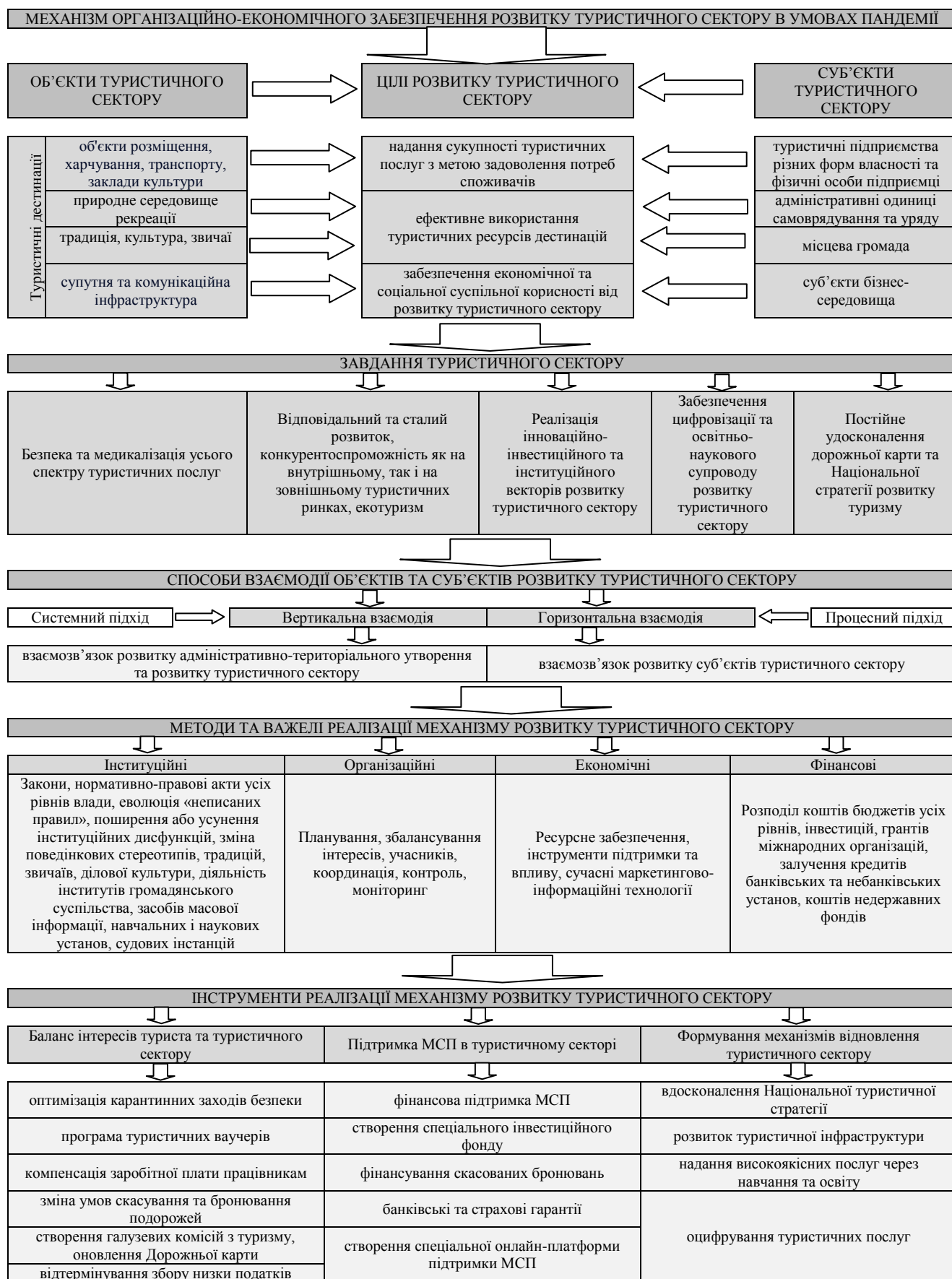


Рис. 3.4. Узагальнююча схема механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії

Об'єктну структуру механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору формують туристичні дестинації, які логічно переплітаються із його суб'єктною структурою. Так, об'єкти розміщення, харчування, транспорту, заклади культури відповідають суб'єктам - туристичним підприємствам різних форм власності та фізичним особам підприємцям, які працюють в туристичному секторі. Природне рекреаційне середовище перебуває в сфері регулювання адміністративних одиниць самоврядування та уряду відповідного адміністративно-територіального утворення. Традиція, культура, звичаї притаманні місцевій громаді і культивуються нею заради як збереження національної ідентичності, так і для ознайомлення з нею туристів, дає їм розуміння інших культур. Супутня та комунікаційна інфраструктура забезпечується суб'єктами бізнес-середовища.

Об'єктна та суб'єктна структура механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору покликані у своїй взаємодії реалізувати цілі розвитку туристичного сектору України і забезпечує низку переваг для всіх зацікавлених сторін, наприклад:

- збільшує доходи та робочі місця за рахунок витрат туристів,
- допомагає зберегти культурну та природну спадщину для туристів,
- покращує розуміння інших культур,
- будує нові об'єкти, такі як каналізація для цілих громад або нові дороги.

З іншого боку, така взаємодія дозволяє контролювати певні побічні (негативні) ефекти, які може завдавати розвиток туристичного сектору, зокрема:

1. Витрати на реалізацію туристичних об'єктів можуть бути занадто високими і економічно невиправданими.
2. Навколишнє середовище може бути зруйноване, щоб звільнити місце для будівництва готелів тощо.

3. Соціальні стандарти можуть бути підірвані, наприклад, жінки в Дубаї топлес.
4. Природне середовище може бути забруднене.
5. Стан здоров'я місцевого населення та самих туристів внаслідок поширення пандемії може погіршитись або призвести до летальних випадків і т.д.

Завдання туристичного сектору є інструментами реалізації його цілей і включають відповідно до сформованих вище чинників забезпечення його розвитку:

- безпеку та медикалізацію усього спектру туристичних послуг (новітні чинники, пов'язані з пандемією);
- відповідальний та сталий розвиток, конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому туристичних ринках, екотуризм (новітні та традиційні чинники);
- реалізація інноваційно-інвестиційного та інституційного векторів розвитку туристичного сектору (традиційні, регіональні та новітні чинники);
- забезпечення цифровізації та освітньо-наукового супроводу розвитку туристичного сектору (регіональні та новітні чинники);
- постійне удосконалення дорожньої карти та Національної стратегії розвитку туризму (новітні та регіональні чинники).

Наступною складовою механізму є важлива складова взаємодії, яка покликана, в першу чергу, відобразити саму дію механізму і перехід завдяки його реалізації від одного стану розвитку туристичного сектору до іншого нового стану. Така взаємодія може базуватись на системному або процесному підходів і відповідно до їх застосування поділяється на:

- вертикальну взаємодію, що базується на системному підході і відображає взаємозв'язок розвитку адміністративно-територіального утворення та розвитку туристичного сектору;

- горизонтальну взаємодія, що базується на процесному підході і показує взаємозв'язок розвитку суб'єктів туристичного сектору.

В обох випадках - це взаємодія, яка охоплює різні рівні відповідальності.

На них зупинимось детальніше.

Отже, реалізація механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору відбувається на різних рівнях. Вона може мати підхід «зверху донизу», наприклад, міжнародними чи національними органами, або підхід «знизу вгору» на місцевому рівні.

На міжнародному рівні реалізація механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору зазвичай передбачає:

- послуги з міжнародних перевезень;
- рух і планування турів туристів між різними країнами;
- розвиток основних туристичних визначних пам'яток і об'єктів у сусідніх країнах,
- а також робочі стратегії та рекламні програми багатьох країн.

Приклади організацій міжнародного рівня включають:

1. Міжнародні урядові та внутрішньоурядові організації: Всесвітня туристична організація (ВТО); Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР).
2. Міжнародні організації виробників: Всесвітня рада подорожей і туризму.
3. Міжнародні невиробничі організації: Туристичний концерн; Всесвітній фонд дикої природи; Грін Піс.
4. Міжнародні організації єдиного інтересу: Всесвітній конгрес проти комерційної сексуальної експлуатації дітей.

Наступний рівень організацій розглядають подібні питання, але обмежуються проблемами чи кордонами однієї нації. Рішення та впливи з цього рівня можуть мати значення для туризму на національному та місцевому рівнях:

1. Європейський Союз
2. Група держав Карибського басейну
3. Південно-тихоокеанська туристична організація
4. «Туристична програма» Організації американських держав

Національний рівень планування туризму стосується:

- туристичної політики;
- розвитку об'єктів інфраструктури та плану фізичної структури, який включає важливі туристичні об'єкти, вибрані регіони розвитку туризму, міжнародні точки входу, об'єкти та послуги;
- стосується кількості, видів і якості засобів розміщення та інших необхідних туристичних засобів і послуг;
- контролює важливі туристичні маршрути в країні та їх регіональні сполучення;
- формує права організації туризму, закони та інвестиційну політику;
- визначає маркетингові стратегії та просування туризму;
- контролює освітні та навчальні програми;
- здійснює екологічний, економічний і соціокультурний аналіз.

Приклади груп участі національного рівня включають:

1. Національний уряд та внутрішньоурядові організації - наприклад, Державне агентство з розвитку туризму (ДАРТ).
2. Національні організації виробників, наприклад Українська Асоціація туристичних агенцій.
3. Національні невиробничі організації - наприклад, Українське товариство охорони природи.
4. Національні організації єдиного інтересу, наприклад, Всеукраїнська асоціація мисливців та користувачів мисливських угідь тощо.

Регіональне планування розглядає такі аспекти як:

- регіональна політика: регіональні точки входу та транспортні засоби та послуги;

- види туристичних атракцій та їх розташування;
- кількість, види та місце розташування місць розміщення туристів та інших туристичних об'єктів, а також послуг і розташування територій туристичного розвитку, у тому числі курортних зон.

Крім того, вони керуватимуть: соціально-культурним, екологічним, економічним та аналізом впливу; освітніми та навчальними програмами на регіональному рівні; методами маркетингу та просування; організаційними установами, законами, нормативними актами та інвестиційною політикою та методами впровадження, які включають проектні плани та правила регіонального зонування.

Приклади груп участі регіонального рівня включають:

1. Регіональний уряд та внутрішньодержавні організації – наприклад, Управління міжнародного співробітництва, євроінтеграції, туризму та інвестицій Івано-Франківської ОДА.
2. Регіональні організації виробників – Асоціація готелів та туристичних підприємств Карпатського регіону, Асоціація міст України.
3. Регіональні невиробничі організації – наприклад, ГО Екологічна організація «Зелена оселя».
4. Регіональні організації єдиного інтересу, наприклад, Українська кліматична мережа.

Учасники на місцевому (локальному) рівні розглядатимуть цілі/завдання планування туризму, аналіз, підготовку плану, результати, результати та оцінку на низовому рівні.

Приклади груп участі на місцевому рівні включають:

1. Місцева влада та внутрішньоурядові організації - наприклад, участь місцевої влади в організації дозвілля та туризму, наприклад, Туристично-інвестиційний центр в Івано-Франківську.

2. Місцеві організації виробників, наприклад, місцеві торгові палати та промислові асоціації; місцеві спортивні клуби та приватні центри спорту та дозвілля.
3. Місцеві невиробничі організації - наприклад, платники податків та асоціації резидентів.
4. Організація єдиного інтересу – наприклад, такі організації, як «друзі парку» або група, яка була сформована з метою запобігання конкретним заходам, таким як будівництво готелю чи аеропорту.

Підхід і реалізація механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору значно відрізняються за рівнями. Він, наприклад, може бути добре організованим та врегульованим в розвинених країнах (або навіть надмірно «зарегульованим» в деяких випадках), і мати менші ресурси в країнах, що розвиваються.

В будь-якому випадку горизонтальна чи вертикальна взаємодія дають змогу механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору стати реальним інструментом в дії.

І для цього використовують методи та важелі реалізації механізму розвитку туристичного сектору. Основними є організаційні та економічні. Організаційні включають планування, збалансування інтересів, учасників, координація, контроль, моніторинг, а економічні - ресурсне забезпечення, інструменти підтримки та впливу, сучасні маркетингово-інформаційні технології.

Серед організаційних за час пандемії - це програми, які допускать туристів із країн «нижчого ризику» з особливими карантинними вимогами (Таїланд, Сейшельські острови), «блакитні смуги», які дозволять туристам-мореплавцям прибувати на яхтах і залишатися на карантині в морі (Фіджі), негативний тест на COVID-19 не пізніше ніж за сім днів до прибуття (майже всі країни), «бульбашка для подорожей», яка скасує карантинні вимоги для мандрівників з Нової Зеландії (Австралія), «регіональна туристична бульбашка», яка усуває тестування та карантин для людей, які подорожують з

країн, що входять до бульбашки (країни Карибського басейну), довгострокові дозволи, які подекуди тривають до 12 місяців, щоб спонукати іноземних відвідувачів брати з собою свої віртуальні офіси, витрачаючи кошти в місцевих економіках (Барбадос, Естонія, Грузія, Антигуа і Барбуда, Аруба та Кайманові острови) [60].

Щоб пристосуватися до відновлення туризму після пандемії, МВФ рекомендує урядам продовжити тенденцію до пом'якшення візових вимог, відволікати відвідувачів із міських центрів у менш населені регіони країни та доповнювати повернення туризму покращенням трудових ресурсів та інфраструктура туризму.

Всесвітня рада з туризму та подорожей у своєму звіті заявила, що пандемія перемістила увагу мандрівників на внутрішні подорожі або на природу та на природу [58]. Аналізуючи вплив і наслідки COVID-19 для туристичного сектору, ВТО сформувала наступні рекомендації, які підтримають сектор зараз і посилять його стійкість на майбутнє:

- *Еволюція попиту*: уподобання та поведінка мандрівників змінилися в бік звичного, передбачуваного та надійного. Відпустка вдома, масштабне планування та відпочинок на природі пануватимуть у короткостроковій перспективі, а туристичні підприємства та напрямки вже адаптуються.
- *Медикалізація та сек'юритизація*: у цю нову еру здоров'я, безпека та довіра є найважливішими. Особистий досвід, страх застрягти в іншій країні та занепокоєння дистанціюванням керуватимуть поведінкою споживачів у коротко- та середньостроковій перспективі. Підприємствам доведеться ще тісніше співпрацювати зі своїми розширеними ланцюгами створення вартості, щоб забезпечити готовність.
- *Інновації та цифровізація*: COVID-19 виявився несподіваним каталізатором у прагненні сектору подорожей і туризму до інновацій та інтеграції нових технологій. Серед замовлень, які

залишаються вдома, впровадження та споживання цифрових технологій зростає, і тепер споживачі очікують, серед іншого, безконтактних технологій як основної передумови для безпечної та безпроблемної подорожі.

- *Сталий розвиток*: від широкого безробіття та антирасистських рухів до відновлення природних середовищ існування, світ отримав нову силу для вирішення соціальної, екологічної та інституційної стійкості. Зокрема, підвищена обізнаність громадськості про ринки дикої природи та браконьєрство сприяла активізації захисту дикої природи.

Зрештою, повернення туризму, швидше за все, залежатиме від того, що буде глибоко особистим рішенням для багатьох людей, оскільки вони зважують ризик захворіти проти необхідності подорожі. Приватний сектор за підтримки деяких країн, залежних від туризму, розробляє глобальні протоколи для різних туристичних індустрій, включаючи заклик до швидкого тестування в аеропортах, щоб підвищити довіру до подорожей.

В сфері економічних важелів глобальна пандемія, перша за своїм масштабом у нову еру взаємопов'язаності, поставила під загрозу 100 мільйонів робочих місць, багато з яких на малих і середніх підприємствах, де працює велика частка жінок, які становлять 54 відсотки туристів. робочої сили, за даними ВТО.

Країни, що залежать від туризму, ймовірно, відчуватимуть негативний вплив кризи набагато довше, ніж інші економіки. Послуги, які потребують інтенсивного контакту, є ключовими для туристичного сектору, непропорційно постраждали від пандемії та продовжуватимуть боротися, доки люди знову не відчують себе в безпеці, щоб масово подорожувати.

Враховуючи велику невизначеність, пов'язану з відновленням сектора, інноваційна структурна політика буде необхідною для адаптації до нової норми. З іншого боку, криза розглядається як можливість покращити туристичний сектор у середньостроковій та довгостроковій перспективі за

рахунок більшої цифровізації та екологічної стійкості. ВТО заохочує підтримку навчання працівників з метою розвитку цифрових навичок для використання цінності великих даних, аналізу даних і штучного інтелекту. Відновлення має використовуватись для підвищення ефективності промислового використання енергії та води, управління відходами та сталого пошуку продуктів харчування.

Організаційним та економічним методам та важелям на допомогу приходять інституційні та фінансові методи та важелі реалізації механізму розвитку туристичного сектору. Інституційні – це закони, нормативно-правові акти усіх рівнів влади, еволюція «неписаних правил», поширення або усунення інституційних дисфункцій, зміна поведінкових стереотипів, традицій, звичаїв, ділової культури, діяльність інститутів громадянського суспільства, засобів масової інформації, навчальних і наукових установ, судових інстанцій. Фінансові – це розподіл коштів бюджетів усіх рівнів, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів банківських та небанківських установ, коштів недержавних фондів.

У всьому світі країни, що залежать від туризму, працюють над фінансуванням широкого спектру політичних заходів, щоб пом'якшити вплив різкого падіння доходів від туризму на домогосподарства та підприємства. Розгорнуто грошові перекази, гранти, податкові пільги, підтримку заробітної плати та гарантії за кредитами. У деяких випадках банки також припиняли виплати кредитів. Деякі країни зосередили підтримку на неформальних працівниках, які, як правило, зосереджені в туристичному секторі та є дуже вразливими. Аналіз туристичного сектору, проведений McKinsey & Company, показав, що багаторічне відновлення туристичного попиту до рівня 2019 року вимагатиме експериментування з новими механізмами фінансування [60].

Консалтингова фірма проаналізувала пакети стимулів для 24 економік на загальну суму 100 мільярдів доларів прямої допомоги туристичному сектору та 300 мільярдів доларів допомоги іншим секторам, які мають значну участь у туризмі [60]. Найбільш прямий стимул був у формі грантів, списання боргів і

допомоги малим і середнім підприємствам і авіакомпаніям. Фірма рекомендує нові шляхи підтримки галузі, включаючи механізми розподілу доходів між готелями, які конкурують за той самий сегмент ринку, наприклад, ділянку набережної, і державні фонди акцій для підприємств, пов'язаних з туризмом.

Насамкінець механізм розвитку туристичного сектору для України після завершення воєнного стану представлений інструментами його реалізації, які відповідно до проведених вище досліджень поділено на три групи:

- Баланс інтересів туриста та туристичного сектору.
- Підтримка малих та середніх підприємств (МСП) в туристичному секторі.
- Формування механізмів відновлення туристичного сектору.

Відштовхуючись від досліджених груп інструментів забезпечення розвитку туристичного сектору України, зарубіжного досвіду застосування цих інструментів, вважатимемо апробований в даному дослідженні модельний конструкт забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії результуючим комплексом заходів (політиками) механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії.

Серед них такі політики, які реалізуються за допомогою різних методів та важелів:

- *організаційних* - оптимізація карантинних заходів безпеки, розвиток туристичної інфраструктури;
- *економічних* - програма туристичних ваучерів, компенсація заробітної плати працівникам, зміна умов скасування та бронювання подорожей;
- *інституційних* - вдосконалення Національної туристичної стратегії, надання високоякісних послуг через навчання та освіту, оцифрування туристичних послуг, створення галузевих комісій з

туризму, оновлення Дорожньої карти, створення спеціальної онлайн-платформи підтримки МСП;

- *фінансових* - фінансова підтримка МСП, створення спеціального інвестиційного фонду, фінансування скасованих бронювань, банківські та страхові гарантії, відтермінування збору низки податків.

Очікується, що надходження від туризму в усьому світі відновляться до рівня 2019 року лише у 2023 році. У першій половині цього року туристичні прибуття в усьому світі впали більш ніж на 65 відсотків, майже зупинившись із квітня — у порівнянні з 8 відсотками під час світової фінансової кризи та 17 відсотків на тлі епідемії SARS 2003 року, згідно з поточним дослідженням МВФ про туризм у світі після пандемії [60].

У секторі, в якому працює 1 з 10 людей у всьому світі, використання інновацій і цифровізації, врахування місцевих цінностей і створення гідних робочих місць для всіх, особливо для молоді, жінок і найбільш уразливих груп нашого суспільства, може бути в авангарді відновлення туристичного сектору.

Як видно, забезпечення розвитку туристичного сектору не є простим завданням, і потрібно враховувати багато змінних. Існують також різні рівні планування та політики туризму. На щастя, вивчення зарубіжного та власного досвіду з минулого може дати уроки, які дії були успішними або не були успішними. Забезпечення розвитку туристичного сектору справді може створити або зруйнувати туристичний напрямок. Якщо все зробити добре, це може забезпечити довголіття індустрії туризму в цьому регіоні, добре піклуватися про навколишнє середовище, мати позитивні економічні результати та позитивну користь для місцевої громади.

Якщо щось зробити погано, розвиток туризму може знищити саме середовище чи культуру, на які він спирається. Це може підірвати місцеву економіку, спричинити інфляцію та негативний вплив на місцеве населення та бізнес. На жаль, країни, що розвиваються, як правило, найбільше страждають

від подібних негативних впливів, головним чином через обмежену освіту та досвід, на відміну від західних країн.

Тому розробка і реалізація механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії, який забезпечує рамки, в межах яких приймаються колективні, а також індивідуальні рішення, що безпосередньо впливають на довгостроковий розвиток туризму та повсякденну діяльність у межах місця призначення, є необхідною, як в умовах кризових явищ, так і після їх завершення.

1. Аналіз світового досвіду вказує на такі пріоритетні області політики підтримки туристичного сектору як захист працівників туристичної індустрії, фіскальна підтримка і забезпечення ліквідності туристичних об'єктів. При цьому інструменти економічного та організаційного розвитку туристичного сектору включають баланс інтересів туриста та туристичного сектору, підтримку малих та середніх підприємств у туристичному секторі, формування механізмів відновлення туристичного сектору.

2. Домінуючою тенденцією в туристичній галузі залишається оцифрування туристичних послуг та перенесення значної частини рекламної діяльності до глобальної мережі Інтернет. Зміщуються акценти на забезпечення сталого розвитку, пов'язаного із захистом навколишнього середовища та клімату. Актуальними видаються заходи, пов'язані з просуванням нових туристичних послуг у контексті формування цілісного образу країн чи регіонів, забезпечення якісних робочих місць у туристичному секторі як протидію високій плинності працівників та проблемам сезонності послуг. Аналіз ситуації в туристичному секторі вказує на актуалізацію переходу до місцевих та регіональних цінностей.

3. Зважаючи на те, що в Україні туристичний сектор представлений в основному малими та середніми підприємствами, запропоновано низку заходів щодо підтримки саме таких підприємств, включаючи схему державних туристичних ваучерів, державну фінансову підтримку підприємств,

удосконалення нормативних правил, що регулюють туристичний бізнес, оптимізацію карантинних заходів безпеки і створення спеціальної онлайн-платформи підтримки підприємств туристичного сектору. Основна увага приділяється розробці системних рішень для малих та середніх підприємств туристичного сектору, враховуючи їх критичну роль у вирішенні проблем зайнятості та розвитку інновацій.

4. Туризм став найбільш вразливим сектором у світі економіки під час COVID-19. Серйозний вплив пандемії на всі аспекти подорожей та туризму загострив вже існуючі проблеми розвитку туристичного сектору і в Україні. Тому існує потреба у формуванні певного конструкту забезпечення розвитку туристичного сектору у боротьбі з наслідками пандемії з врахуванням досвіду впровадження передових світових практик.

5. Ґрунтуючись на поточних та рекомендованих Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР) інструментах забезпечення розвитку туристичного сектору України, зарубіжному досвіді застосування цих інструментів, підібрано групу країн, досвід боротьби з пандемією яких є найбільш близьким для впровадження в Україні в сфері туризму.

6. Для реалізації даної мети використано наступний модельний конструкт. Здійснено класифікацію країн ЄС за схожими групами інструментів економічного та організаційного розвитку туристичного сектору. Для цього найбільш придатним та ефективним вважається кластерний аналіз. Результатом реалізації кластерного аналізу стало утворення груп подібних між собою об'єктів-кластерів.

7. Для кожного сформованого кластера побудовано функціональну залежність. Дана функціональна залежність виражена дискримінантною функцією, розрахованою за допомогою дискримінантного аналізу. Основною перевагою дискримінантного аналізу є можливість на основі дискримінантної функції спрогнозувати, до якого класу належить новий об'єкт. Це можливо завдяки так званим навчальним вибіркам або класифікації з навчанням.

8. На основі застосування дискримінантної функції до поточних та рекомендованих ЄБРР інструментів забезпечення розвитку туристичного сектору України підбрано найбільш прийнятну для українських реалій класифікаційну групу. Таким чином, з точністю 83,33% можна стверджувати, що Україні при виборі інструментів організаційного та економічного розвитку туристичного сектору варто дотримуватись політик групи країн, що віднесені до другого кластеру: Німеччина, Греція, Ісландія, Португалія, Литва та Хорватія. Саме їх заходи підтримки туризму під час пандемії коронавірусу є найбільш близькими до поточних та пропонованих ЄБРР інструментів забезпечення розвитку туристичного сектору України.

9. Щоб підтримати відновлення та трансформацію туристичного сектору в Україні після завершення воєнного стану, необхідним буде зміцнення співпраці між урядом, туристичним сектором, місцевими громадами та усіма зацікавленими сторонами. Постійні та трансформаційні дії представлені у формі цілісного механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору. Складовими механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору є комплекс об'єктів, суб'єктів, цілей, завдань, способів взаємодії, методів, важелів, інструментів забезпечення розвитку туристичного сектору України.

10. Цілі розвитку туристичного сектору відповідають запропонованому в дослідженні визначенню поняття «туристичний сектор». Об'єктну структуру механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору формують туристичні дестинації, які логічно переплітаються із його суб'єктною структурою. Об'єктна та суб'єктна структура механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору покликані у своїй взаємодії реалізувати цілі розвитку туристичного сектору України і забезпечує низку переваг для всіх зацікавлених сторін. З іншого боку, така взаємодія дозволяє контролювати певні побічні (негативні) ефекти, які може завдавати розвиток туристичного сектору.

11. Завдання туристичного сектору є інструментами реалізації його цілей і включають відповідно до сформованих у дослідженні традиційних, регіональних та новітніх чинників забезпечення його розвитку. Наступною складовою механізму є важлива складова взаємодії, яка покликана, в першу чергу, відобразити саму дію механізму і перехід завдяки його реалізації від одного стану розвитку туристичного сектору до іншого нового стану. Така взаємодія може базуватись на системному або процесному підходів і відповідно до їх застосування поділяється на вертикальну (відображає взаємозв'язок розвитку адміністративно-територіального утворення та розвитку туристичного сектору) та горизонтальну взаємодію (показує взаємозв'язок розвитку суб'єктів туристичного сектору). В обох випадках - це взаємодія, яка охоплює різні рівні відповідальності.

12. Для того, щоб механізм організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору став реальним інструментом в дії, використано сукупність методів та важелів. Основними є організаційні (планування, збалансування інтересів, учасників, координація, контроль, моніторинг) та економічні (ресурсне забезпечення, інструменти підтримки та впливу, сучасні маркетингово-інформаційні технології). Допоміжними слугують інституційні (закони, нормативно-правові акти усіх рівнів влади, еволюція «неписаних правил», поширення або усунення інституційних дисфункцій, зміна поведінкових стереотипів, традицій, звичаїв, ділової культури, діяльність інститутів громадянського суспільства, засобів масової інформації, навчальних і наукових установ, судових інстанцій) та фінансові (розподіл коштів бюджетів усіх рівнів, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів банківських та небанківських установ, коштів недержавних фондів) методи та важелі реалізації механізму розвитку туристичного сектору. Проаналізовано досвід їх застосування на різних рівнях від глобального до локального.

13. Насамкінець механізм розвитку туристичного сектору для України після завершення воєнного стану представлений інструментами його реалізації, які відповідно до проведених вище досліджень поділено на три групи: баланс

інтересів туриста та туристичного сектору, підтримка малих та середніх підприємств в туристичному секторі та формування механізмів відновлення туристичного сектору. Апробований в даному дослідженні модельний конструкт забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії є результиуючим комплексом заходів (політиками) механізму організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії.

ВИСНОВКИ

У дисертації запропоновані теоретико-методологічні засади організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії та обґрунтовано практичні рекомендації щодо формування механізму їх реалізації. Результати авторських досліджень тенденцій та закономірностей розвитку туристичного сектору в умовах пандемії дозволили відповідно до поставленої мети та завдань, зробити такі висновки й узагальнення методологічного, науково-теоретичного та прикладного характеру.

1. Із застосуванням методів індукції та синтезу досліджено теоретичні підходи до розкриття сутності поняття розвитку туристичного сектору, яке представлено у вигляді тріади категорій: «діяльності», тобто надання сукупності туристичних послуг з метою задоволення потреб споживачів, «адміністративно-територіальної приналежності», тобто ефективного використання туристичних ресурсів певної дестинації, та «управління», а саме забезпечення економічної та соціальної суспільної корисності.

2. Проаналізовано наявні методичні підходи до організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору засобами структурного та системного аналізу. Результатом стало формування відповідного механізму у вигляді сукупності елементів організаційного та економічного характеру, взаємопов'язаних та взаємодіючих між собою із динамічними внутрішніми та зовнішніми зв'язками у туристичному секторі, ефективність реалізації якого залежить від здатності створювати нові у конкретний момент часу зв'язки, елементи, стимули.

3. З використанням абстрактно-логічного, порівняльного та історичного підходів проведено аналіз зарубіжного досвіду впливу пандемії та застосування передових практик підтримки туристичного сектору в країнах ЄС. Як результат, сформовано низку пропозицій щодо використання таких практик в українських реаліях з метою виконання короткострокових, пов'язаних із

стабілізацією туристичного сектору через диверсифікацію туристичного продукту, знижки, скорочення робочої сили, нові маркетингові та інформаційні стратегії та ін., та довгострокових завдань, таких, як сталий розвиток, зміна клімату, наслідки політики фіскальної стабілізації для майбутніх поколінь тощо.

4. Здійснено дослідження чинників розвитку туристичного сектору в умовах пандемії за допомогою методів дедукції, аналізу та групування. Результатом стало вдосконалення методичного забезпечення щодо структуризації чинників розвитку туристичного сектору з врахуванням їх регіональної інтерпретації та впливу пандемічних умов. Структуризація полягала у виокремленні традиційних (привабливість, розташування, інфраструктура, послуги, доступність, ціна), регіональних (організація, фінанси, самоврядування, знання, вміння) та новітніх, пов'язаних з пандемією (медикалізація, стійкість системи охорони здоров'я, сек'юритизація, поінформованість), чинників.

5. На основі використання рядів динаміки та статистичного групування проведено аналіз показників розвитку туристичного сектору України. Результати проведеного статистичного аналізу традиційних чинників розвитку показали, що в Україні до 2019 року попит на туристичні послуги зріс більше, ніж у 3 рази. Однак, обмеження, пов'язані з пандемією COVID-19, у 2020 році призвели до падіння показника до рівня 2002 року. Найбільший вплив на регіональний чинник мали недостатній попит на послуги туристичного сектору, зростання цін на туристичні послуги, мізерна частка доходів від туризму у ВВП та суттєве зниження податкових надходжень від туристичної індустрії через воєнні дії. До аналізу новітніх чинників віднесено стійкість систем охорони здоров'я до швидкого зростання кількості людей з COVID-19. Встановлено, що національна програма вакцинації українців призвела до зниження кількості хворих або ж легкого перебігу хвороби протягом пандемії коронавірусу. З точки зору сек'юритизації відбулися зміни в політиці безпеки та охорони здоров'я з боку влади. З цією метою МОЗ було розроблено різні документи

надання медичної допомоги при COVID-19. З фінансової точки зору, за 2020 р. витрати центрального уряду на охорону здоров'я зросли більше, ніж вдвічі.

6. На основі використання порівняльного аналізу передових практик підтримки туризму в країнах ЄС сформовано наступні інструменти економічного та організаційного забезпечення розвитку туристичного сектору: врахування балансу інтересів туриста та туристичного сектору; підтримки малих та середніх підприємств у туристичному секторі; формування механізмів відновлення туристичного сектору. Застосування такого комплексу інструментів дало можливість, з одного боку, забезпечити заходи підтримки туристичного сектору від впливу пандемії, а з іншого, сформувавши передумови для забезпечення сталого розвитку, актуалізації переходу до місцевих та регіональних цінностей, оцифрування туристичних послуг та ін.

7. Розроблено та реалізовано модельний конструкт забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії на основі використання методів кластерного та дискримінантного аналізу. Результатом реалізації кластерного аналізу стало утворення кластерів подібних між собою об'єктів - країн ЄС за схожими групами інструментів економічного та організаційного розвитку туристичного сектору. Для кожного сформованого кластера побудовано функціональну залежність, яка виражена дискримінантною функцією, розрахованою за допомогою дискримінантного аналізу. На основі застосування дискримінантної функції для туристичного сектору України підібрано найбільш прийнятну класифікаційну групу - країни, досвід боротьби з пандемією яких є найбільш близьким для впровадження в Україні в сфері туризму.

8. За допомогою системного та структурного аналізу сформовано механізм організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії. Даний механізм являє собою цілісний комплекс елементів: об'єктів, суб'єктів, цілей, завдань, способів взаємодії, методів, важелів та інструментів. Застосування механізму сприятиме відновленню та трансформації туризму в Україні як короткостроковій

перспективі боротьби з наслідками пандемії, так і в довгостроковому періоді – забезпечення сталого розвитку, використання інновацій і цифровізації, врахування місцевих та регіональних цінностей і створення гідних робочих місць для всіх груп суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ACI. (2020). *Up to 46 million jobs at risk due to COVID-19 aviation downturn*. URL: <https://aci.aero/2020/09/30/up-to-46-million-jobs-at-risk-due-to-covid-19-aviation-downturn/>
2. Aristeidou O. EBRD and UNWTO boost tourism recovery / O. Aristeidou // *European Bank for Reconstruction and Development*. 26 June 2020. URL: <https://www.ebrd.com/news/2020/ebrd-and-unwto-boost-tourism-recovery.html>.
3. Becken, S., Whittlesea, E., Loehr, J., & Scott, D. (2020). Tourism and climate change: Evaluating the extent of policy integration. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(10), 1603–1624. URL: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1745217>
4. Berbekova, A., Uysal, M., & Assaf, A. G. (2021). A thematic analysis of crisis management in tourism: A theoretical perspective. *Tourism Management*, 86, 104342. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104342>
5. Bol, D., Giani, M., Blais, A., & Loewen, P. J. (2021). The effect of COVID-19 lockdowns on political support: Some good news for democracy? *European Journal of Political Research*, 60(2), 497–505. URL: <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12401>
6. Buzan B. Macrosecuritisation and security constellations: reconsidering scale in securitisation theory / B. Buzan, O. Waever // *Review of International Studies*. 2009. Vol. 35. № 2. P. 253-276.
7. Byrd, K., Her, E., Fan, A., Almanza, B., Liu, Y., & Leitch, S. (2021). Restaurants and COVID-19: What are consumers' risk perceptions about restaurant food and its packaging during the pandemic? *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102821
8. Casagrande, M., Favieri, F., Tambelli, R., & Forte, G. (2020). The enemy who sealed the world: Effects quarantine due to the COVID-19 on sleep

quality, anxiety, and psychological distress in the Italian population. *Sleep Medicine*, 75, 12–20. URL: <https://doi.org/10.1016/j.sleep.2020.05.011>

9. CDC. (2021). *Emergency Department Visits for Suspected Suicide Attempts Among Persons Aged 12–25 Years Before and During the COVID-19 Pandemic – United States, January 2019–May 2021*. URL: <https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/70/wr/mm7024e1.htm>

10. Chaudhary, A. Impact and Survival Strategy for Hospitality Industry after Covid-19. *Int. J. Innov. Sci. Res. Technol.* 2020, 5, 489–492.

11. Chen, C. C. (2021). Psychological tolls of COVID-19 on industry employees. *Annals of Tourism Research*, 89, 103080. URL: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103080>

12. Cole, J., & Dodds, K. (2021). Unhealthy geopolitics: Can the response to COVID-19 reform climate change policy? *Bulletin of the World Health Organization*, 99(2), 148–154.

13. Conrad P. Medicalization and social control. *Annual Review of Sociology*. 1992. Vol. 18. № 1. P. 209-232.

14. *COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та український реалії*. Київ, 2020. URL: <http://eu-ua-csp.org.ua/news/240-covid-19-ta-socialnij-dialog-v-turistichnij-galuzi-praktika-yes-ta-ukrayinskij-realiyi/>

15. Deb, S. K., & Nafi, S. M. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on tourism: Recovery proposal for future tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 33(4 Supplement), 1486–1492.

16. Dedeoglu, B. B., & Bogan, E. (2021). The motivations of visiting upscale restaurants during the COVID-19 pandemic: The role of risk perception and trust in government. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102905. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102905>

17. Dias, A., Patuleia, M., Silva, R., Estêvão, J., & González-Rodríguez, M. (2021). Post-pandemic recovery strategies: Revitalizing lifestyle entrepreneurship.

Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 1–18.
URL:<https://doi.org/10.1080/19407963.2021.1892124>

18. Dube, K., Nhamo, G., & Chikodzi, D. (2021). COVID-19 pandemic and prospects for recovery of the global aviation industry. *Journal of Air Transport Management*, 92, 102022. URL:<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2021.102022>

19. *European Tourism. Trends & Prospects Q2/2020*: URL: https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/ETC-Quarterly-Report-Q2-2020_Final-Public.pdf.

20. Fetzer, T., Hensel, L., Hermle, J., & Roth, C. (2021). Coronavirus perceptions and economic anxiety. *The Review of Economics and Statistics*, 103(5), 968–978. URL:https://doi.org/10.1162/rest_a_00946

21. Garbe, L., Rau, R., & Toppe, T. (2020). Influence of perceived threat of Covid-19 and HEXACO personality traits on toilet paper stockpiling. *Plos One*, 15(6), e0234232. URL:<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0234232>

22. GCRMN & ICRI. (2020). *The Sixth Status of Corals of the World: 2020 Report*. URL:<https://gcrmn.net/2020-report/>.

23. Gössling, S., Schweiggart, N. (2022). Two years of COVID-19 and tourism: what we learned, and what we should have learned. *Journal Of Sustainable Tourism*. Vol. 30, No. 4, 915–931. URL:<https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2029872>

24. Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20.

25. *Government policies enabling travel & tourism recovery during Covid-19*. URL: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Government-Travel-Policies-COVID-19.pdf?ver=2021-08-24-164216-257>

26. Grundner, B. (2021). *Tourismus in Oberbayern: mehr Gäste und weniger Personal*. BR. URL:<https://www.br.de/nachrichten/bayern/tourismus-in-oberbayern-mehr-gaeste-und-weniger-personal,Sn9rcSH>

27. Gu, Y., Onggo, B. S., Kunc, M. H., & Bayer, S. (2021). Small Island Developing States (SIDS) COVID-19 post-pandemic tourism recovery: A system dynamics approach. *Current Issues in Tourism*, 1–28. URL:<https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1924636>
28. Guttentag, D. (2019). Progress on Airbnb: A literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 814–844.
29. Hall, C. M., Scott, D., & Gossling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577–598. URL:<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
30. Hickman, C., Marks, E., Pihkala, P., Clayton, S., Lewandowski, E. R., Mayall, E. E., & van Susteren, L. (2021). *Young people's voices on climate anxiety, government betrayal and moral injury: A global phenomenon*. URL:<https://doi.org/10.2139/ssrn.3918955>
31. ITF OECD. (2020). *COVID-19 Transport Brief*. URL:<https://www.itf-oecd.org/sites/default/files/shipping-state-support-covid-19.pdf>
32. Kaspar C. *Tourismuslehre im Grundriss*. Bern: Haupt. 1996, 194 p. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9710/1/30.pdf>
33. King, D. L., Delfabbro, P. H., Billieux, J., & Potenza, M. N. (2020). Problematic online gaming and the COVID-19 pandemic. *Journal of Behavioral Addictions*, 9(2), 184–186.
34. Krajňák, T. (2020). The effects of terrorism on tourism demand: A systematic review. *Tourism Economics*, 27(8), 1736–1758.
35. Kreiner, N. C., & Ram, Y. (2021). National tourism strategies during the Covid-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 89, 103076. URL:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103076>
36. M. Kocór, J. Kwinta-Odrzywólek, Ł. Maźnica. *Branżowy Bilans Kapitału Ludzkiego*. URL: <https://www.parp.gov.pl/component/publications/publication/sektor-turystyki-branzowy-bilans-kapitalu-ludzkiego>

37. Marome, W., Shaw, R. COVID-19 response in Thailand and its implications on future preparedness. *Int. J. Environ. Res. Public Health*. 2021, 18, 10-22.
38. Mensah, E. A., & Boakye, K. A. (2021). Conceptualizing post-COVID 19 tourism recovery: A three-step framework. *Tourism Planning & Development*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1945674>
39. Mestanza, J.G., Bakhat, R. A fuzzy ahp-mairca model for overtourism assessment: The case of Malaga province. *Sustainability*. 2021, 13, 63-74.
40. Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353–357.
41. Mulyawan, I.W., Artawa, K. Words and images of Covid-19 prevention (A case study of tourism new normal protocols signs). *Cogent Arts Humanit*. 2021, 8, 19-25.
42. *National Tourism Strategy*. URL: <http://www.atout-france.fr/content/atout-france-france-s-national-tourism-development-agency>
43. *Nie odwołuj podróży, zmień termin. Wspierajmy turystykę!* URL: <https://www.pot.gov.pl/pl/nawosci/polecane/nie-odwoluj-podrozy-zmien-termin-wspierajmy-turystyke>
44. North Douglass C. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance* Washington University, St Louis, 1990. URL: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511808678>
45. OECD. (2021). *State support to the air transport sector: Monitoring developments related to the Covid-19 crisis*. URL: <https://www.oecd.org/corporate/State-Support-to-the-Air-Transport-Sector-Monitoring-Developments-Related-to-the-COVID-19-Crisis.pdf>
46. OECD-ilibrary. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/6b47b985-en/1/2/4/17/index.html?itemId=/content/publication/6b47b985-en&_csp_=a806bfa96e09b9351b58695070b6c960&itemIGO=oecd&itemContentType=book#section-d1e37034

47. Otto, A. K., Jary, J. M., Sturza, J., Miller, C. A., Prohaska, N., Bravender, T., & Van Huysse, J. (2021). Medical admissions among adolescents with eating disorders during the COVID-19 pandemic. *Pediatrics*, 148(4), e2021052201. URL:<https://doi.org/10.1542/peds.2021-052201>
48. Palacios-Florencio, B.; Santos-Roldán, L.; Berbel-Pineda, J.M.; Castillo-Canalejo, A.M. Sustainable Tourism as a Driving force of the Tourism Industry in a Post-Covid-19 Scenario. *Soc. Indic. Res.* 2021, 158, 991–1011.
49. Pandey, K.; Mahadevan, K.; Joshi, S. Indian Tourism Industry and COVID-19: A Sustainable Recovery Framework in a Post-Pandemic Era. *Vision*. 2021.
50. *Raport z prekonsultacji projektu Białej Księgi Regulacji Systemu Promocji Turystycznej w Polsce*. URL: <https://www.gov.pl/web/rozwoj/raport-z-prekonsultacji-projektu-bialej-ksiegi-regulacji-systemu-promocji-turystycznej-w-polsce>
51. Rogerson, J. M. (2021). Tourism business responses to South Africa's COVID-19 Pandemic Emergency. *Geoj. Tour. Geosites*, 35, 338–347.
52. Schraff, D. (2021). Political trust during the Covid-19 pandemic: Rally around the flag or lockdown effects? *European Journal of Political Research*, 60(4), 1007–1017. URL:<https://doi.org/10.1111/1475-6765.12425>
53. Scott, D., Simpson, M. C., & Sim, R. (2012). The vulnerability of Caribbean coastal tourism to scenarios of climate change related sea level rise. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(6), 883–898. URL:<https://doi.org/10.1080/09669582.2012.699063>
54. Sharma, A., Shin, H., Santa-María, M. J., & Nicolau, J. L. (2021). Hotels' COVID-19 innovation and performance. *Annals of Tourism Research*, 88, 103180. URL:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103180>
55. Storonyanska I., Benovska L. Business Climate Of The Region As A Factor Of Ensuring Sustainable Economic Growth. 2021. *Economics and Law*. №3. P. 37-46.

56. Storonyanska I., Dub A., Graftska O., Hrynychshyn I., Bilanyuk O., Pierscieniak A. The tourist infrastructure of local communities in Ukraine: current state and impact on local economic development. 2021. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. №7. В.2. P. 102-118. URL:<https://ageconsearch.umn.edu/record/313631>

57. The Guardian. (2021). *BioNTech criticizes EU failure to order enough Covid vaccine*. URL:<https://www.theguardian.com/world/2021/jan/01/france-to-step-up-covid-jabs-after-claims-of-bowing-to-anti-vaxxers>.

58. *To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19*. URL: <https://wtcc.org/initiatives/to-recovery-beyond>

59. *Tourism sector support for Covid-19 recovery in Ukraine*. URL: <https://www.ebrd.com/what-we-do/economic-research-and-data/cse-economists/covid-19-recovery-in-ukraine.html>

60. *Tourism-dependent economies are among those harmed the most by the pandemic*. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2020/12/impact-of-the-pandemic-on-tourism-behsudi>

61. *TRINET 2020*, S. Singh, J. Gnoth, D. Lapointe, Л. Княжевич.

62. *TRINET 2020*, Б. Маккерчер, М. Хейвуд, Дж. Макбет; I. Йомен; К. Уолах, С. Маккейб, Дж. Гнот.

63. *TRINET 2020*, Г. Річардс; *TRINET 2020*, S. Maingi, G. Richards; Маккерчер, П. Роджерс; *TRINET 2020*, Д. Бухаліс; *TRINET 2020*, С. Сінгх.

64. Tsai, M.-C. Developing a sustainability strategy for Taiwan's tourism industry after the COVID-19 pandemic. *PLoS ONE*. 2021, 16, 24-33.

65. UNWTO. (2021). *This crisis is an opportunity to rethink the tourism sector*. URL:<https://www.unwto.org/un-tourism-news-21>.

66. Vovchak O., Kulyniak I., Halkiv L., Savitska O., & Bondarenko Y. (2022). Modeling the impact of the COVID-19 pandemic on the financial and economic activities of entities in the tourist services market. *Financial and Credit*

Activity: Problems of Theory and Practice, 1(42), 250-258.
DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.42.2022.3717>.

67. *What are the challenges for the tourism sector after COVID-19?* URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/en/data-insights/what-are-the-challenges-for-the-tourism-sector-after-covid-19>

68. WHO. (2021). *Coronavirus (COVID-19) Dashboard*. URL: <https://covid19.who.int>.

69. World Bank Group. (2021). *GDP growth (annual %)*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>.

70. World Bank Group. (2021). *TCdata360. Travel and Tourism direct contribution to GDP*. URL: https://tcdata360.worldbank.org/indicators/tot.direct.gdp?country=BRA&indicator=24648&countries=ESP&viz=line_chart&years=1995,2028.

71. World Economic Forum. *How Many Jobs Were Lost in 2020 due to COVID-19?* 2021. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2021/02/covid-employment-global-job-loss/>

72. World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*, Geneva, Switzerland. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>

73. World Health Organization. *WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard*. 2022. URL: <https://covid19.who.int/>

74. World Statistics. *Understand the world*. URL: <https://world-statistics.org/>

75. World Tourism and Travel Council. «*Economic Impact Reports: Country Factsheet Ukraine*», London, 2020. URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

76. WTTC. (2021). *A net zero roadmap for travel & tourism. Proposing a new target framework for the travel & tourism sector*.

URL:https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/WTTC_Net_Zero_Roadmap.pdf.

77. WTTC. (2021). *WTTC now estimates over 100 million jobs losses in the Travel & Tourism sector and alerts G20 countries to the scale of the crisis*. URL: <https://wttc.org/News-Article/WTTC-now-estimates-over-100-million-jobs-losses-in-the-Travel-&-Tourism-sector-and-alerts-G20-countries-to-the-scale-of-the-crisis>

78. WYSE 2020, 2.

79. Yang, Y., Zhang, C. X., & Rickly, J. M. (2021). A review of early COVID-19 research in tourism: Launching the Annals of Tourism Research's Curated Collection on coronavirus and tourism. *Annals of Tourism Research*, 91, 103313. URL:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103313>

80. *Zaawanasowane prace nad bonem turystycznym*. URL: <https://www.pot.gov.pl/pl/nawosci/polecane/nie-odwoluj-podrozy-zmien-termin-wspierajmy-turystyke>

81. Zopiatis, A., Pericleous, K., & Theofanous, Y. (2021). COVID-19 and hospitality and tourism research: An integrative review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 275–279. URL:<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.07.002>

82. *Алгоритм надання амбулаторної та стаціонарної медичної допомоги при COVID-19*. URL: <https://moz.gov.ua/article/for-medical-staff/algoritm-nadannja-ambulatornoi-ta-stacionarnoi-medichnoi-dopomogi-pri-covid-19-infografika>

83. Бейдик О.О. *Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії*. К.: Палітра, 1997. – 86 с.

84. Беляєва С.С., Куракін О.Б., Бишовець Л.Г. Організаційно-економічні аспекти якості послуг готелів і закладів розміщення під час пандемії на COVID-19. *Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія Економіка*. 2020. Вип. 57. С. 54-63.

85. Благун І., Румянцева І. Тренди туристичних потоків в умовах пандемії. *Науковий журнал. Вісник Хмельницького національного університету*.

Економічні науки. 2022. № 6. Том 1. С. 115-123.
URL:[https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(1\)-17](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(1)-17)

86. Благун І.С., Лещук Г.В., Кифор М.В. Економічне моделювання попиту на туристичні послуги в регіонах. *Регіональна економіка.* 2019. №4 (94). С. 87-93.
URL:http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8062/1/re201904_087_VlahunI%2cLeshchukHV%2cKyforMV.pdf

87. Благун І.С., Лещук Г.В., Кифор М.В. Прогностична модель оцінки туристичних потоків з врахуванням фактору адитивної сезонності на прикладі Івано-Франківської області. *Проблеми економіки.* 2019. №4. С. 250–256.
URL:<https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-4-250-256>

88. Благун І.С., Румянцева І.Б. Особливості функціонування туристичного попиту в умовах кризових явищ. *Наука і техніка сьогодні (Серія «Економіка»).* 2022. № 14(14) 2022. С. 110-121.
URL:<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/46701/1/ВИКОРИСТАННЯ%20ІКТ%20В%20ПРОЦЕСІ.pdf>

89. Бондаренко Ю.Г., Кулиняк І.Я., Гвоздь М.Я. Роль і вплив державних важелів управління на сферу відпочинку населення в кризовій ситуації. *Review of transport economics and management* 2020. Вип. 3(19). С. 33-47. URL: [https://doi.org/10.15802/rtem.v0i3\(19\).201197](https://doi.org/10.15802/rtem.v0i3(19).201197).

90. Валовий внутрішній продукт виробничим методом та валова додана вартість за видами економічної діяльності. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

91. Гавдей С.В. Аналіз традиційних та новітніх чинників розвитку туристичного сектору України. *Бізнес Інформ.* 2022. № 8. С.151-158. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-8-151-158>

92. Гавдей С.В. Інституційні важелі забезпечення розвитку туристичного сектору в кризовий період. *Věda a perspektivy.* 2023. № 2(21). С.38-50. DOI: URL: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-2\(21\)-38-50](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-2(21)-38-50)

93. Гавдей С.В. Модельний конструкт економічного розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії. *Наукові перспективи*. 2022. № 8. С.132-145. (0,8 д.а.). DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-8\(26\)-132-145](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-8(26)-132-145)

94. Гавдей С.В. Особливості розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Матеріали V Міжнародної наукової конференції «Science and Global Studies» (Прага, Чехія). 30 грудня 2020 р. International Scientific Journal «Internauka»*. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16108281191418.pdf>

95. Гавдей С.В. Особливості управління коронавірусною кризою в туризмі. *Матеріали VIII Міжнародної науково-методичної конференції «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» (Чернівці). 20-21 квітня 2023 р. С.81-83.*

96. Гавдей С.В. Формування новітніх чинників розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Економіка та суспільство*. 2020. 22. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-66>

97. Гавдей С.В. Функціонування туристичного сектору в умовах кризи. *Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих економістів-кібернетиків «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід» (Львів). 25 листопада 2022 р.*

98. Гайдук А.Б. *Фактори формування та розвитку туристичної системи в ринкових умовах.* URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9710/1/30.pdf>

99. Графська О.І. *Потенціал розвитку туристично-рекреаційної сфери в економіці територіальних громад.* Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. Львів, 2020, 44 с.

100. Грицишин В.О. *Організаційно-економічне забезпечення управління підприємствами соціально-економічної інфраструктури міста: Автореф. дис.*

канд. екон. наук: 08.06.01. Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. Луганськ, 2004. 23 с.

101. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>

102. Державне агентство з розвитку туризму (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua/>

103. Дишкантюк О.В., Потьомкін Л.М., Власюк К.В. Індустрія гостинності та туризму в умовах Covid-19: світова практика та українські реалії. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 61. С. 11-17.

104. Діденко Д.Ф. *Удосконалення механізмів управління регіональними туристичними кластерними системами*. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Київ, 2019, 212 с.

105. Дмитришин Л.І., Гавдей С.В. Економічне та організаційне забезпечення розвитку туристичного сектору України. *Бізнес Інформ*. 2022. 2. С.75-80. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-2-75-80>

106. Дмитришин Л.І., Гавдей С.В. Зарубіжний досвід забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії. *Причорноморські економічні студії*. 2021. № 70. С.19-24.

107. Дмитришин Л.І., Гавдей С.В. Інноваційні інструменти підтримки туристичного сектору в умовах пандемії. *Матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Управління інноваційним розвитком на макро-, мезо- та мікрорівнях» (Одеса). 27-28 травня 2021 р.* https://economics.net.ua/files/science/innov_roz/2021/tezy.pdf

108. Дмитришин Л.І., Павлюк Т.Д. Методичні основи дослідження факторів конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіонах. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2014. Вип. 4(56). С.112-119.

109. Довгань Л.Є., Лулукало О.Г. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2012. С. 48–56.

110. Єріна А.М. *Статистичне моделювання та прогнозування* : Навч. посіб. / А. М. Єріна; Київ. нац. екон. ун-т. - К., 2001. - 170 с.
111. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 року №325/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
112. *Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців».* URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>
113. *Звіт за результатами опитування «Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон».* URL: <https://drive.google.com/file/d/1rltoXVxPX-ZXAUbFh6MX682sYRP48ZQ2/view>
114. *Інституційні важелі розвитку об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації управління.* URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2017-08/vazheli_rozvtuku-a6b6a.pdf
115. *Класифікація видів економічної діяльності. ДК 009:2010.* Видання офіційне. Київ, 2010. URL: https://ukrstat.gov.ua/klasf/nac_kls/dc_009.pdf
116. Клебанова Т.С. та ін. *Бізнес-аналітика багатомірних процесів.* Мультимедійний навчальний посібник. Харків, 2020. URL: <http://ebooks.git-elt.hneu.edu.ua/babap/index.html>
117. *Клінічне ведення пацієнтів з COVID-19 «Жива» клінічна настанова.* URL: https://www.dec.gov.ua/wp-content/uploads/2021/01/2021_01_kn_covid-19.pdf
118. Копець Г.Р., Кулиняк І.Я. Сучасні напрями розвитку підприємств у сфері туризму в Україні. *Вісник НУ «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління».* 2020. Вип. 4, № 2. С. 37-48. URL: <https://doi.org/10.23939/semi2020.02.037>.
119. Копець Г.Р., Кулиняк І.Я., Дзюрах Ю.М. Теоретичні аспекти розвитку туристичних підприємств із застосуванням сучасних концепцій

менеджменту при роботі з персоналом. *Modern Economics*. 2019. № 16 (2019). С. 27-33.

120. Краснова Ю.А., Антонова А.В. Поняття та юридичні ознаки туризму в Україні. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2014. Вип. 197. Ч. 3. С. 132-140.

121. Кулиняк І.Я., Жигало І.І., Ярмола К.М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. *Бізнес Інформ*. 2021. № 1. С. 177-184. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-177-184>.

122. Кучер С.Ф. *Організаційно-економічне забезпечення перетворень у курортно-рекреаційній системі приморського міста*: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.05 / НАН України, Ін-т екон.-прав. дослідж. – Донецьк, 2009. – 24 с.

123. Лебедик Т.М. *Організаційно-економічне забезпечення регіонального розвитку підприємництва в сфері послуг*: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.01. Рада по вивченню продуктивних сил України Національної Академії Наук України. К., 2006. 23 с

124. Лещук Г.В. Аналіз інвестиційної привабливості туристичного сектору України. *Наукові інновації та передові технології*, № 11(25). 2023. С. 379 - 390. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-11\(25\)-379-390](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-11(25)-379-390)

125. Лещук Г.В. Інвестиційне забезпечення розвитку туристичного сектору України. *Наукові перспективи*, 2023. – Вип. № 8(38). С. 365-377. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-8\(38\)-365-377](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-8(38)-365-377)

126. Лещук Г.В. Методичні підходи до оцінювання інвестиційної привабливості туристичного сектору України. *Наукові інновації та передові технології*, № 11(25). 2023. С. 391 – 403. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-11\(25\)-391-403](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-11(25)-391-403)

127. Літвінов О.С., Капталан С.М. Сутність та види механізмів в економіці. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 6 (11). 2017. С.146-149.

128. Мальська М.П. Худо В.В., Цибух В.І. *Основи туристичного бізнесу: навч. посібн.* К.: Центр навч. літ-ри, 2004. – 272 с.

129. Мартиненко В. О. Державне регулювання готельно-ресторанного бізнесу в умовах пандемії COVID-19. *Бізнес Інформ*. 2021. №5. С. 241 – 245.
130. Міжвідомчий комітет з туризму: новий світовий рекорд для відвідувачів Франції. URL: <https://www.gouvernement.fr/en/interministerial-tourism-committee-a-new-world-record-for-visitors-to-france>
131. Мінфін. *Коронавірус в Україні*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/reference/coronavirus/ukraine/>
132. Молла М.Г. Формування системи показників оцінки організаційних складових конкурентоспроможності підприємства // *Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ*. 2012. №44. С. 252-257.
133. Найпопулярніший напрямок. Туристи назвали найкращу країну для подорожей у 2022 році. URL: <https://travel.rbc.ua/ukr/show/samoe-populyarnoe-napravlenie-turisty-nazvali-1643725542.html>
134. Ніколюк О.В., Хаустова В.Є., Петрів І.М. Державне регулювання розвитку сільського зеленого туризму в умовах пандемії COVID-19. *Наукові записки Інституту законодавства ВРУ*. 2020. № 5. С. 119-127.
135. Організаційно-економічне забезпечення розвитку туристичного сектору *це*. URL: https://scholar.google.com.ua/scholar?hl=uk&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=організаційно-економічне+забезпечення+розвитку+туристичного+сектору+це&btnG=
136. Очікування підприємств сфери послуг щодо перспектив розвитку їх ділової активності за видами економічної діяльності (2015-2022). URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
137. Писарева І., Рябев А., Тонкошкур М., Колонтаєвський О., & Покоłodна М. Організаційно-економічне забезпечення діяльності підприємств туризму та готельного господарства. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2022. 6(47). 139–149. URL: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57202504873>
138. Писарева І.В., Александрова С.А., Сегеда І.В. Туризм і готельний бізнес в умовах пандемії та невизначеності *Наукові інновації та передові*

технології. 2022. № 2(4) 2022. С. 134-142. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/1044>

139. *План туризму*. URL: <https://www.gouvernement.fr/en/tourism-plan>

140. Пономарьова Г.О. *Організаційно-економічне забезпечення випереджувального управління підприємством*: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01. Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. Луганськ, 2004. 25 с.

141. *Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року*. Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р. Київ. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80?find=1&text=%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D1%80%D1%8F%D0%B4%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F#w1_5

142. *Просування та інвестиції: два пріоритети амбітної політики в галузі туризму*. URL: <https://www.gouvernement.fr/en/promotion-and-investment-two-priorities-of-an-ambitious-policy-for-tourism>

143. *Сателітний рахунок охорони здоров'я в Україні у 2020 році*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

144. Семенов В., Галасюк С., Шикіна О. *Поняття і зміст організаційно-економічного забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості*. *Actual problems of economics*. №10(172). 2015. С. 202-212.

145. *Сильна політика WTCC COVID-19*. URL: <https://tourismknowledgecenter.com/publication/wttc-covid-19-strong-policies-894>

146. *Словник іншомовних слів*. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%D1%E5%EA%F2%EE%F0>

147. *Словник української мови*. URL: <http://sum.in.ua/s/ghaluzi>

148. *Сторонянська І., Дуб А. Світовий досвід стимулювання розвитку туризму в гірських регіонах // Функціональні типи територій як об'єкти державної регіональної політики: методологія ідентифікації та*

інструментарій стимулювання розвитку: монографія; наук. ред. Сторонянська І.З. / ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І.Долішнього НАН України». Львів, 2021. 507 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»).

149. Сторонянська І.З., Бенюк Л.Я. Економіка регіонів в умовах коронакризи: тенденції розвитку та їх вплив на податкові доходи місцевих бюджетів. *Економіка України*. 2021. №5. С.59-77.

150. Філюк С. М. Візія стратегії екосистемного відновлення безпеки туристично-рекреаційного потенціалу. *Академічні візії*. Вип. 8-9. С. 124–131. URL: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/125>

151. Філюк С. М. Екосистемна безпека як парадигма державної соціально-економічної політики у сфері відновлення туристично-рекреаційного потенціалу (на прикладі кризи COVID-19). *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна*. 2022. Вип. 32. С. 339-346. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/675>

152. Філюк С. М. Особливості впливу пандемії COVID-19 на безпеку світового туристично-рекреаційного потенціалу. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна*. 2021. Вип. 30. С. 298-307. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/673>

153. Філюк С. М. Ретроспективний аналіз політики екосистемного відновлення безпеки туристично-рекреаційного потенціалу у період кризи (на прикладі світової пандемії COVID-19). *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна*. 2022. Вип. 33. С. 223-229. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/676>

154. Філюк С. М. Шляхи удосконалення економічної політики у сфері відновлення туристично-рекреаційного потенціалу України на тлі загрози Covid-19. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна*. 2021. Вип. 31. С. 200-205. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/674>

155. Хринюк О.С., Дергалюк М.О. Генезис наукової думки щодо поняття «організаційно-економічний механізм». *Економічний вісник*

Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2017. № 14. С. 267-274.

156. Час ікс для українського туризму. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/01/26/681795/>

157. Через війну надходження до держбюджету від туристичної галузі впали на 18%. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/06/14/688142/>


158. Шилова О.Ю. Організаційно-економічне забезпечення розвитку підприємства: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04. Донецький національний технічний університет. Донецьк, 2009. 24 с.

159. Шуплат О.М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. *Ефективна економіка*. № 12. 2015. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4659>


160. Щоб відродився туризм, зацікавлюйте іноземців Україною вже сьогодні. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3561536-sob-vidrodivsa-turizm-zacikavljte-inozemciv-ukrainou-vze-sogodni.html>

ДОДАТКИ

Довідки про впровадження



NADIYA
HOTEL & RESTAURANTS



INTERNATIONAL
HOSPITALITY
AWARDS 2021
WINNER
BEST BUSINESS HOTEL 3*

Вих. 01-6/107 від 08.08 2023р.

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційної роботи
Гавдей Світлани Володимирівни
на тему «**Організаційно-економічне забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії**»


Видана аспірантці спеціальності 051 Економіка Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника Гавдей Світлані Володимирівні про те, що наукові результати її дисертаційної роботи використано в діяльності ТОВ «Фірма «Надія».

Зокрема, результати дисертаційної роботи Гавдей Світлани Володимирівни на тему «Організаційно-економічне забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії» в частині аналізу та оцінки новітніх чинників, які характеризують пандемічні умови функціонування туристичної галузі, впроваджено в діяльності ТОВ «Фірма «Надія». Запропонована модель формування новітніх чинників розвитку туристичного сектору дозволила визначити потенціал її розвитку як динамічну сукупність наявних ендогенних та екзогенних чинників, що оптимально використовуються у поточній діяльності даного регіонального суб'єкта туристичної діяльності, та приховані невикористані можливості, які під впливом цих чинників спроможні забезпечити якісні та кількісні зміни параметрів ТОВ «Фірма «Надія» на мезорівні і сприяти переходу на нову траєкторію розвитку в умовах пандемії.


В цілому результати дисертаційної роботи Гавдей Світлани Володимирівни на здобуття освітнього рівня доктора філософії, зважаючи на їх практичну значущість в розвитку туристичного сектору, заслуговують високої оцінки.

Довідка видана для подання у спеціалізовану вчену раду за місцем захисту Гавдей С.В. дисертаційної роботи.


Заступник директора



ТОВ «Фірма»Надія»
76018, Україна, м.Івано-Франківськ, вул.Незалежності, 46
Тел.: +38 (0342) 72 70 75; Факс: +38 (0342) 72 70 76
ЄДРПОУ 13660888



Роговська Т. М.





Міністерство освіти і науки України
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ, 76018, тел. (0342) 75-23-51, факс (0342) 53-15-74
імейл office@pnu.edu.ua, сайт https://pnu.edu.ua, код ЄДРПОУ 02125266

03.08.2023 № 03.04-29/09

На № _____ від _____

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційної роботи
Гавдей Світлани Володимирівни

Основні теоретичні положення та практичні рекомендації дисертаційної роботи Гавдей Світлани Володимирівни «Організаційно-економічне забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії» використані авторкою в навчальному процесі при викладанні курсів «Моделювання економіки», «Логістичні системи», «Прогнозування економічних процесів», «Менеджмент», «Маркетинг» для студентів спеціальності 051 Економіка на економічному факультеті Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Довідка видана для подання у спеціалізовану вчену раду за місцем захисту Гавдей С.В. дисертаційної роботи.

Перший проректор

Завідувач кафедри
економічної кібернетики



Валентина ЯКУБІВ

Леся ДМИТРИШИН

Вик. : Судук Н.В., тел. (097)2280838

Список публікацій Гавдей С.В. за темою дисертації

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Гавдей С.В. Формування новітніх чинників розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. (0,6 д.а.). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-66>

URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/133>

2. Дмитришин Л.І., Гавдей С.В. Зарубіжний досвід забезпечення розвитку туристичного сектору в умовах пандемії. *Причорноморські економічні студії*. 2021. № 70. С.19-24. *Особистий внесок (0,5 д.а.): проаналізовано допандемічні та наявні економічні та організаційні інструменти підтримки малих та середніх підприємств туристичної галузі (0,8 д.а.)*. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.70-3>

URL: http://bses.in.ua/journals/2021/70_2021/5.pdf

3. Дмитришин Л.І., Гавдей С.В. Економічне та організаційне забезпечення розвитку туристичного сектору України. *Бізнес Інформ*. 2022. № 2. С.75-80. *Особистий внесок (0,4 д.а.): запропоновано інструменти економічного та організаційного розвитку туристичного сектору України (0,5 д.а.)*. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-2-75-80>

URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-2_0-pages-75_80.pdf

4. Гавдей С.В. Модельний конструкт економічного розвитку туристичного сектору України в умовах пандемії. *Наукові перспективи*. 2022. № 8. С.132-145. (0,8 д.а.). DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-8\(26\)-132-145](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-8(26)-132-145)

URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/2369>

5. Гавдей С.В. Аналіз традиційних та новітніх чинників розвитку туристичного сектору України. *Бізнес Інформ*. 2022. № 8. С.151-158. (0,6 д.а.). DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-8-151-158>

URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-8_0-pages-151_158.pdf

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав:

6. Гавдей С.В. Інституційні важелі забезпечення розвитку туристичного сектору в кризовий період. *Věda a perspektivy*. 2023. № 2(21). С.38-50. (0,8 д.а.).

DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-2\(21\)-38-50](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-2(21)-38-50)

URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vp/article/view/3767>

Матеріали наукових конференцій

7. Гавдей С.В. Особливості розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Матеріали V Міжнародної наукової конференції «Science and Global Studies» (Прага, Чехія). 30 грудня 2020 р. International Scientific Journal «Internauka».* (0,2 д.а.). URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16108281191418.pdf>

8. Дмитришин Л.І., Гавдей С.В. Інноваційні інструменти підтримки туристичного сектору в умовах пандемії. *Матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Управління інноваційним розвитком на макро-, мезо- та мікрорівнях» (Одеса). 27-28 травня 2021 р. Особистий внесок (0,1 д.а.): сформовано набір інноваційних інструментів підтримки туристичного сектору в умовах пандемії (0,14 д.а.).* URL: https://economics.net.ua/files/science/innov_roz/2021/tezy.pdf

9. Гавдей С.В. Функціонування туристичного сектору в умовах кризи. *Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих економістів-кібернетиків «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід» (Львів). 25 листопада 2022 р. (0,14 д.а.).*

10. Гавдей С.В. Особливості управління коронавірусною кризою в туризмі. *Матеріали VIII Міжнародної науково-методичної конференції «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» (Чернівці). 20-21 квітня 2023 р. С.81-83. (0,11 д.а.).*

Додаток В1

Таблиця 1

Побудова дискримінантної функції для групи 2. Підтримка МСП в туристичному секторі (крок 0)

N=11	Variables currently not in the model (Spreadsheet2) Df for all F-tests: 2,8					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F to enter	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
фінансова підтримка МСП	0,916667	0,916667	0,363636	0,706067	1,000000	0,00
створення спеціального інвестиційного фонду	0,687500	0,687500	1,818182	0,223404	1,000000	0,00
фінансування скасованих бронювань	0,733333	0,733333	1,454545	0,289205	1,000000	0,00
банківські та страхові гарантії	0,916667	0,916667	0,363636	0,706067	1,000000	0,00
створення спеціальної онлайн-платформи підтримки МСП	0,916667	0,916667	0,363636	0,706067	1,000000	0,00

Таблиця 2

Побудова дискримінантної функції для групи 2. Підтримка МСП в туристичному секторі (крок 1)

N=11	Discriminant Function Analysis Summary (Spreadsheet2) Step 1, N of vars in model: 1; Grouping: Кластер (3 grps) Wilks' Lambda: ,68750 approx. F (2,8)=1,8182 p< ,2234					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F-remove (2,8)	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
створення спеціального інвестиційного фонду	1,000000	0,687500	1,818182	0,223404	1,000000	0,00

Таблиця 3

Побудова дискримінантної функції для групи 2. Підтримка МСП в туристичному секторі (крок 2)

N=11	Discriminant Function Analysis Summary (Spreadsheet2) Step 2, N of vars in model: 2; Grouping: Кластер (3 grps) Wilks' Lambda: ,60262 approx. F (4,14)=1,0086 p< ,4359					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F-remove (2,7)	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
створення спеціального інвестиційного фонду	0,916667	0,657407	1,823944	0,230368	0,525926	0,474074
банківські та страхові гарантії	0,687500	0,876543	0,492958	0,630531	0,525926	0,474074

Таблиця 4

Побудова дискримінантної функції для групи 2. Підтримка МСП в туристичному секторі (крок 5)

N=11	Discriminant Function Analysis Summary (Spreadsheet2) Step 5, N of vars in model: 5; Grouping: Кластер (3 grps) Wilks' Lambda: ,30556 approx. F (10,8)=,64725 p< ,7449					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F-remove (2,4)	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
створення спеціального інвестиційного фонду	0,570370	0,535714	1,733333	0,286990	0,238095	0,761905
банківські та страхові гарантії	0,509259	0,600000	1,333333	0,360000	0,200000	0,800000
створення спеціальної онлайн-платформи підтримки МСП	0,504167	0,606061	1,300000	0,367310	0,363636	0,636364
фінансування скасованих бронювань	0,346296	0,882353	0,266667	0,778547	0,882353	0,117647
фінансова підтримка МСП	0,331018	0,923077	0,166667	0,852071	0,923077	0,076923

Таблиця 7

Статистичні характеристики класифікації

Відстань Махаланобіса

Матриця класифікації

Case	Squared Mahalanobis Distances from Group Incorrect classifications are marked with *			
	Observed Classif.	G_1:1 p=,18182	G_2:2 p=,54545	G_3:3 p=,27273
Франція	G_3:3	17,60000	13,06667	5,33333
*Італія	G_3:3	10,40000	4,26667	2,93333
Німеччина	G_2:2	10,40000	4,26667	2,93333
Греція	G_2:2	4,00000	1,06667	2,93333
Ісландія	G_2:2	14,40000	6,66667	11,73333
Португалія	G_2:2	4,00000	1,06667	2,93333
Болгарія	G_1:1	4,00000	17,06667	18,93333
Литва	G_2:2	14,40000	6,66667	11,73333
Хорватія	G_2:2	4,00000	1,06667	2,93333
*Польща	G_3:3	4,00000	1,06667	2,93333
*Словаччина	G_1:1	4,00000	1,06667	2,93333

Classification Matrix (Spreadsheet2)				
Rows: Observed classifications				
Columns: Predicted classifications				
Group	Percent Correct	G_1:1 p=,18182	G_2:2 p=,54545	G_3:3 p=,27273
G_1:1	50,0000	1	1	0
G_2:2	100,0000	0	6	0
G_3:3	33,3333	0	2	1
Total	72,7273	1	9	1

Класифікація спостережень

Апостеріорні ймовірності

Case	Classification of Cases (Spreadsheet2)			
	Observed Classif.	1 p=,18182	2 p=,54545	3 p=,27273
Франція	G_3:3	G_3:3	G_2:2	G_1:1
*Італія	G_3:3	G_2:2	G_3:3	G_1:1
Німеччина	G_2:2	G_2:2	G_3:3	G_1:1
Греція	G_2:2	G_2:2	G_3:3	G_1:1
Ісландія	G_2:2	G_2:2	G_3:3	G_1:1
Португалія	G_2:2	G_2:2	G_3:3	G_1:1
Болгарія	G_1:1	G_1:1	G_2:2	G_3:3
Литва	G_2:2	G_2:2	G_3:3	G_1:1
Хорватія	G_2:2	G_2:2	G_3:3	G_1:1
*Польща	G_3:3	G_2:2	G_3:3	G_1:1
*Словаччина	G_1:1	G_2:2	G_3:3	G_1:1

Case	Posterior Probabilities (Spreadsheet2)			
	Observed Classif.	G_1:1 p=,18182	G_2:2 p=,54545	G_3:3 p=,27273
Франція	G_3:3	0,001386	0,040119	0,958495
*Італія	G_3:3	0,007804	0,502666	0,489530
Німеччина	G_2:2	0,007804	0,502666	0,489530
Греція	G_2:2	0,060382	0,785226	0,154391
Ісландія	G_2:2	0,006665	0,955408	0,037927
Португалія	G_2:2	0,060382	0,785226	0,154391
Болгарія	G_1:1	0,994807	0,004340	0,000853
Литва	G_2:2	0,006665	0,955408	0,037927
Хорватія	G_2:2	0,060382	0,785226	0,154391
*Польща	G_3:3	0,060382	0,785226	0,154391
*Словаччина	G_1:1	0,060382	0,785226	0,154391

Додаток В2

Таблиця 1

Побудова дискримінантної функції для групи 3. Формування механізмів відновлення туристичного сектору (крок 1)

N=11	Discriminant Function Analysis Summary (Spreadsheet2) Step 1, N of vars in model: 1; Grouping: Кластер (3 grps) Wilks' Lambda: ,40741 approx. F (2,8)=5,8182 p< ,0275					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F-remove (2,8)	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
розвиток туристичної інфраструктури	1,000000	0,407407	5,818182	0,027550	1,000000	0,00

Таблиця 2

Побудова дискримінантної функції для групи 3. Формування механізмів відновлення туристичного сектору (крок 2)

N=11	Discriminant Function Analysis Summary (Spreadsheet2) Step 2, N of vars in model: 2; Grouping: Кластер (3 grps) Wilks' Lambda: ,27500 approx. F (4,14)=3,1742 p< ,0472					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F-remove (2,7)	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
розвиток туристичної інфраструктури	0,550000	0,500000	3,500000	0,088388	1,000000	0,00
оцифрування туристичних послуг	0,407407	0,675000	1,685185	0,252676	1,000000	0,00

Таблиця 3

Побудова дискримінантної функції для групи 3. Формування механізмів відновлення туристичного сектору (крок 3)

N=11	Discriminant Function Analysis Summary (Spreadsheet2) Step 3, N of vars in model: 3; Grouping: Кластер (3 grps) Wilks' Lambda: ,23656 approx. F (6,12)=2,1121 p< ,1274					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F-remove (2,6)	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
розвиток туристичної інфраструктури	0,448980	0,526882	2,693878	0,146265	1,000000	0,000000
оцифрування туристичних послуг	0,275000	0,860215	0,487500	0,636533	0,888889	0,111111
вдосконалення Національної туристичної стратегії	0,275000	0,860215	0,487500	0,636533	0,888889	0,111111

Таблиця 4

Побудова дискримінантної функції для групи 3. Формування механізмів відновлення туристичного сектору (крок 4)

N=11	Discriminant Function Analysis Summary (Spreadsheet2) Step 4, N of vars in model: 4; Grouping: Кластер (3 grps) Wilks' Lambda: ,21185 approx. F (8,10)=1,4658 p< ,2803					
	Wilks' Lambda	Partial Lambda	F-remove (2,5)	p-level	Toler.	1-Toler. (R-Sqr.)
розвиток туристичної інфраструктури	0,443548	0,477630	2,734181	0,157662	0,866667	0,133333
оцифрування туристичних послуг	0,219203	0,966465	0,086747	0,918258	0,525253	0,474747
вдосконалення Національної туристичної стратегії	0,256667	0,825397	0,528846	0,618952	0,825397	0,174603
надання високоякісних послуг через навчання та освіту	0,236559	0,895556	0,291563	0,758982	0,541667	0,458333

Таблиця 5

Статистичні характеристики побудови дискримінантної функції
 Квадрати відстані Махаланобіса F-значення р-рівні

Кластер	Squared Mahalanobis Distances		
	G_1:1	G_2:2	G_3:3
G_1:1	0,00000	2,051282	15,17949
G_2:2	2,05128	0,000000	8,61538
G_3:3	15,17949	8,615385	0,00000

Кластер	F-values; df = 4,5 (Spreadsheet2)		
	G_1:1	G_2:2	G_3:3
G_1:1		0,480769	2,846154
G_2:2	0,480769		2,692308
G_3:3	2,846154	2,692308	

Кластер	p-levels (Spreadsheet2)		
	G_1:1	G_2:2	G_3:3
G_1:1		0,751112	0,140807
G_2:2	0,751112		0,153263
G_3:3	0,140807	0,153263	

Таблиця 6

Значення коефіцієнтів дискримінантної функції для кожного кластера за показниками 3. Формування механізмів відновлення туристичного сектору

Variable	Classification Functions; grouping		
	G_1:1 p=,18182	G_2:2 p=,54545	G_3:3 p=,27273
розвиток туристичної інфраструктури	-0,00000	0,30769	9,84615
оцифрування туристичних послуг	-0,00000	1,53846	1,23077
вдосконалення Національної туристичної стратегії	-0,00000	2,15385	4,92308
надання високоякісних послуг через навчання та освіти	-0,00000	0,61538	3,69231
Constant	-1,70475	-1,63178	-8,88903

Таблиця 7

Статистичні характеристики класифікації

Відстань Махаланобіса

Матриця класифікації

Case	Squared Mahalanobis Distances from Group C Incorrect classifications are marked with *			
	Observed Classif.	G_1:1 p=,18182	G_2:2 p=,54545	G_3:3 p=,27273
Франція	G_3:3	27,38462	20,20513	3,17949
Італія	G_3:3	20,00000	14,05128	3,17949
Німеччина	G_2:2	9,84615	3,28205	5,33333
Греція	G_2:2	0,00000	2,05128	15,17949
Ісландія	G_2:2	0,00000	2,05128	15,17949
Португалія	G_2:2	6,46154	4,20513	11,79487
*Болгарія	G_1:1	0,00000	2,05128	15,17949
Литва	G_2:2	9,84615	4,51282	12,71795
Хорватія	G_2:2	6,46154	4,20513	11,79487
*Польща	G_3:3	9,84615	3,28205	5,33333
*Словаччина	G_1:1	0,00000	2,05128	15,17949

Group	Classification Matrix (Spreadsheet2) Rows: Observed classifications Columns: Predicted classifications			
	Percent Correct	G_1:1 p=,18182	G_2:2 p=,54545	G_3:3 p=,27273
G_1:1	0,0000	0	2	0
G_2:2	100,0000	0	6	0
G_3:3	66,6667	0	1	2
Total	72,7273	0	9	2

Класифікація спостережень

Апостеріорні ймовірності

Case	Classification of Cases (Spreadsheet2) Incorrect classifications are marked with *			
	Observed Classif.	1 p=,18182	2 p=,54545	3 p=,27273
Франція	G_3:3	G_3:3	G_2:2	G_1:1
Італія	G_3:3	G_3:3	G_2:2	G_1:1
Німеччина	G_2:2	G_2:2	G_3:3	G_1:1
Греція	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3
Ісландія	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3
Португалія	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3
*Болгарія	G_1:1	G_2:2	G_1:1	G_3:3
Литва	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3
Хорватія	G_2:2	G_2:2	G_1:1	G_3:3
*Польща	G_3:3	G_2:2	G_3:3	G_1:1
*Словаччина	G_1:1	G_2:2	G_1:1	G_3:3

Case	Posterior Probabilities (Spreadsheet2) Incorrect classifications are marked with *			
	Observed Classif.	G_1:1 p=,18182	G_2:2 p=,54545	G_3:3 p=,27273
Франція	G_3:3	0,000004	0,000402	0,999595
Італія	G_3:3	0,000147	0,008638	0,991215
Німеччина	G_2:2	0,010503	0,839067	0,150431
Греція	G_2:2	0,481589	0,518045	0,000365
Ісландія	G_2:2	0,481589	0,518045	0,000365
Португалія	G_2:2	0,096390	0,893564	0,010046
*Болгарія	G_1:1	0,481589	0,518045	0,000365
Литва	G_2:2	0,022455	0,969531	0,008013
Хорватія	G_2:2	0,096390	0,893564	0,010046
*Польща	G_3:3	0,010503	0,839067	0,150431
*Словаччина	G_1:1	0,481589	0,518045	0,000365