

*Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА  
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

*Тем:* Обґрунтування конкурентних переваг туристичного підприємництва в Україні на міжнародному рівні / Substantiation of competitive advantages of tourism business in Ukraine at the international level

*Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
Освітня програма 6.076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»*

*Завідувач кафедри:* \_\_\_\_\_ /Карінцева О.І./

*Керівник роботи:* \_\_\_\_\_ /Гончаренко О.С./

*Виконавець:* \_\_\_\_\_ / Сухоставець Р.І. /  
П.І.Б.

*Група:* \_\_\_\_\_ ПЕз-71С \_\_  
шифр

Суми 2021

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота 39 стор., 3 таблиці, 10 рисунків, 34 джерел.

Мета роботи – полягає в обґрунтування конкурентних переваг туристичного підприємництва в Україні на міжнародному рівні.

**Об'єктом дослідження** є процес управління системою туристичним бізнесом в соціально-економічних системах на міжнародному рівні.

**Предметом дослідження** є механізм взаємодії суб'єктів туристичного бізнесу на міжнародному рівні.

**Методи дослідження.** У процесі дослідження управління, вибору та обґрунтування стратегії розвитку туристичного бізнесу в Україна. Застосувались: методи економічного та статистичного аналізу, групування, графічного моделювання організаційних структур, метод порівняння.

У першому розділі визначені теоретико- методологічні основи туристичного бізнесу на міжнародному рівні.

У другому розділі досліджено значення туризму та його економічна цінність.

У третьому розділі проведено оцінку туристичної конкурентоспроможності України на міжнародному рівні

Фактологічну (інформаційну) основу дослідження складають наукові публікації вітчизняних і зарубіжних вчених, законодавчо-нормативні акти, власні розрахунки автора.

## Зміст

Вступ	4
1. Теоретико- методологічні основи туристичного бізнесу на міжнародному рівні	5
1.1 Теоретичні основи туристичного бізнесу	
1.2 Значення туристичного бізнесу на міжнародному рівні	7
1.3 Обґрунтування передумов розвитку туристичного бізнесу на міжнародному рівні	10
2. Значення туризму та його економічна цінність	12
2.1 Визначення економічної складової індустрії туризму - рамки ролі та значення туризму	12
2.2 Методичні основи оцінки попиту та пропозиції в туристичному бізнесі на міжнародному рівні	14
3. Оцінка туристичної конкурентоспроможності України на міжнародному рівні	31
3.1 Складові індексу туристичної конкурентоспроможності України на міжнародному рівні	31
3.2 Зміни та наслідки у сфері туризму під впливом пандемії	30
Висновки	34
Список літератури	36

## ВСТУП

Розвиток певних видів економічної діяльності держави відбувається в умовах сучасних трансформаційних процесів, що притаманні вітчизняній економіці [19, 20, 21, 22, 23, 24, 30, 31, 32, 33, 34]. Зокрема, це характерно й для туристичної галузі.

Туризм - це така цікава та наповнена хвилюючими видами діяльності, яку ми або робили, або хотіли б зробити. Це також дуже цікаво знати, оскільки це означає і охоплює набагато більше того, що ми вже знаємо про нього, або яку картину робить наш розум, коли ми замислюємось про туризм. Знання цього допомагає зрозуміти його природу. Ви також знаєте чи коли-небудь замислювались над тим, чи є у туризму продукти, чи є, то які вони?

Це одна тема або діяльність, яка має набагато більше, ніж те, що спадає вам на думку, коли про це запитують, і це туризм. Так, напевно, фотографії вже почали формуватися у вашій свідомості ще до того, як ми запитали вас, що таке туризм або як він визначається, як це робили більшість або всі ми. Назвемо це туризмом або туризмом. Однак для того, щоб правильно зрозуміти значення, визначення поняття туризму, а потім зрозуміти всю його динаміку, включаючи його природу та типи туризму, потрібно більше, ніж робити. Туризм - це насправді поняття. Отже, давайте розглянемо це ще раз, трохи глибше.

Як зрозуміти, що таке поняття туризму з його значенням та визначеннями.

Ми мало що робимо або любимо робити, і це пов'язано з поїздкою кудись. Ми любимо якесь місце завдяки його красі, природі, зручностям тощо, і любимо часто туди ходити; ми любимо досліджувати нові місця, щоб регулярно їх відвідувати; ми хочемо провести відпустку, вихідні, вихідні і т. д. в іншому місці, крім нашого будинку, або в якомусь цілому і приємному місці; або ми просто любимо ходити місцями або просто кудись виходити. Це звучить щось подібне? Чи це приносить деякі спогади або фактичні дії чи речі, якими ви займаєтеся часто або навіть зрідка? Правильно, це те, що ми знаємо як туризм.

# 1. Теоретико- методологічні основи туристичного бізнесу

## 1.1 Теоретичні основи туристичного бізнесу

Слово туризм є надто звичним для всіх нас, ми знаємо, що воно означає. Лише згадка цієї назви принесе стільки образів (які ви вже створили) прекрасних місць, природи, пляжів, міст, подорожей та розваг. Але нам, можливо, доведеться подумати трохи важче, ніж це, коли запитують, як визначити туризм. Або що таке туризм? Дві основні речі, які ми всі знаємо про це, - це подорож та відвідування нового місця або місця далеко від вашого дому. Якщо ви думали про це, то ви підсумували це цілком добре.

### Концепція туризму

Туризм - це поняття насправді . Це ідея чи поняття. Туризм - це загалом або в основному те, що ми знаємо як подорожі , проте це набагато більше. Туризм - це дуже особливий або досить мало конкретних способів подорожей.

Туризм - це поняття подорожі. Це означає і охоплює подорожі з різними, але конкретно визначеними цілями.

Ви також знали, що подорож також є фактором відстані?

Це означає, що якщо ви не проїхали певну або мінімальну відстань, це не буде вважатися туризмом. Багато країн мають або мали свої власні критерії охоплення відстані, щоб визначити, що таке туризм .

Це робить туризм концепцією . Давайте тепер детально розберемося, що таке визначення туризму та його значення.

### Визначення туризму

#### Туризм за визначенням UNWTO

Слово або діяльність в галузі туризму, визначені Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО), звучать так: "Туризм включає діяльність осіб, які подорожують та перебувають у місцях поза їх звичним

середовищем не більше одного року поспіль для відпочинку, бізнесу та інші цілі".

Давайте трохи детальніше розробимо це визначення туризму. Як це визначення співвідноситься з тим, що ми про це думали. По-перше, туризм - це подорожі для дозвілля, бізнесу чи будь-якого іншого. Загалом ціль може бути підсумована як дозвілля або бізнес. По-друге, це збирання та перебування у місцях, які знаходяться поза межами звичного оточення. Згадане тут середовище означає місце звичайного перебування туриста, яке є його рідним містом, містом чи країною. У випадку внутрішнього туризму навколишнім середовищем буде рідне місто чи місто, а у випадку міжнародного туризму - країною, в якій вони проживають.

Третім важливим фактором є період. Якщо хтось їде в інше місто чи країну і залишається там на більш тривалий період, це не враховується як туризм. Четверте, що ми можемо сюди додати, - це туризм - добровільний та мотивований характер, а не оплачуване перебування. А подорожі - це невід'ємна частина туризму.

Просте визначення туризму - як ми визначаємо та описуємо туризм

Що таке туризм дуже простими словами?

Дуже просте визначення туризму полягає в тому, що туризм означає подорож у далеке місце або з певною метою, або з обома.

Більшість людей розуміють туризм як просто подорож для розваги. Це задоволення - мета. І якщо ми подивимося на різні види туризму, то цілей є безліч, і не всі цікаві. Двома основними і широкими відмінностями та видами туризму є відпочинок та діловий туризм.

Тому ми визначаємо туризм простими словами як подорож, яка є з певною метою або до місця, або до обох. Ми вважаємо, що це найпростіше визначення туризму охоплює будь-який вид туризму або кожен вид подорожі, що стосується туризму. Це просте і просте визначення туризму також опосередковано висвітлює або висвітлює одну ключову особливість

туризму, яка полягає в тому, що туризм не є рутиною чи чисто робочою поїздкою.

## 1.2 Значення туристичного бізнесу на міжнародному рівні

Значення туризму - розуміння того, що таке туризм

Туризм - це цільова подорож - Туризм - це більше, ніж просто подорожі

Туризм також можна назвати цілеспрямованою подорожжю

Ви можете планувати поїхати в якесь місце лише для того, щоб не бути удома на канікулах чи у відпустці, і все ж робити те, що в основному визначено як туризм вище. Це один із видів туризму, і ви можете конкретно назвати його відпочинком чи відпочинком. Ми не придумали ці умови. Щоб знати значення відпочинку або відпочинку, зверніться до цих речень:



The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "vacationing meaning". Below the search bar, there are navigation tabs for "All", "News", "Videos", "Images", "Maps", and "More". The "All" tab is selected. Below the tabs, it says "About 27,80,000 results (0.31 seconds)". A dictionary widget is displayed, titled "Dictionary". It has a search input field with the placeholder "Search for a word" and a magnifying glass icon. Below the input field, the word "vacation" is shown in a large font. Underneath, the phonetic transcription is given as "/vəˈkeɪʃ(ə)n, veɪˈkeɪʃ(ə)n/". The word is identified as a "verb" and "NORTH AMERICAN". The gerund or present participle is listed as "vacationing". A definition is provided: "take a holiday." followed by an example sentence: "I was vacationing in Europe with my family". Synonyms are listed: "holiday, take a holiday, be on holiday, take a break, travel, tour, stay, visit, stop over; formal sojourn". Another example sentence is provided: "I was vacationing in Europe with my family".



Давайте візьмемо приклад із наведених термінів, щоб трохи чіткіше пояснити, що таке туризм і що означає туризм.

Скажімо, у вас будуть свята, канікули чи, можливо, довгі вихідні, і ви плануєте провести їх десь у іншому місці та розважитись, а не просто сидіти вдома всі ці дні. Ви підете до сусіднього готелю, зупинитесь там і поїдете на свої звичні ринки за покупками? Це означало б проводити відпустку інакше, ніж звичайні дні? Це принесло б якесь задоволення? Чи будете ви в захваті відправитися туди, і коли повернетесь, чи зможете ви сказати, що провели свої канікули досить добре, а не так, як зазвичай? **НЕМАЄ!**

Отже, перше, що під туризмом означає, зазвичай їдемо до якогось туристичного місця. Це також означає виїзд у місце, яке не є вашим домом, оскільки тоді це місце створює для вас інтерес, і ви стаєте туристом у цьому місці та для людей, які там зупиняються. Ви не є туристом за місцем проживання або на сусідніх торгових ринках.

Що робити далі?

Ви плануєте поїхати в туристичне місце. Місце, якого ви ще не бачили, і де ви можете планувати робити захоплюючі речі. Отже, ви вибираєте місце, де можна запропонувати щось захоплююче, запланувати свою поїздку, забронювати подорожі та квитки в готелі, дістатися туди, поїхати до запланованих напрямків, зробити цікаві справи, можливо, поїхати на місцеві



ринки за покупками (ви турист тут, і це не ваші місцеві ринки), сфотографуйте, з'їжте їжу, подивіться більше місць і поверніться.

Це добре проводить свої канікули, це відпочиває чи відпочиває. І що ще важливіше.

Ось що означає туризм.

Туризм означає подорож до іншого місця з різними цілями. Це повна діяльність подорожі до місця, для якоїсь діяльності та перебування там деякий час, як вимагає мета подорожі та діяльність, для якої ви збираєтеся.

Ці цілі або причини для туризму роблять туризм величезним і широким, і це можуть бути відпочинок, відпочинок, друзі та сім'я, здоров'я чи оздоровлення, культура чи навіть релігія та багато інших подібних. Це всі види подорожей або туризму, які ми перелічимо та пояснимо нижче.

Наприклад, подорожі для дозвілля називають дозвіллевим туризмом, подорожі з діловою метою - діловим туризмом, а поїздки до іншого міста чи країни для зустрічі з друзями чи родичами - це те, що класифікується як інший туризм.

Тут можна спостерігати три речі щодо туризму і які створюють основу визначення та розуміння туризму. І це ви можете помітити у видах туризму вище або у списку видів туризму, який ми згадаємо нижче. Вони є добровільними, не оплачуються, не надто короткими, не надто довгими або подібними до постійних.

Подорожі та туризм або туризм через подорожі - ще один спосіб зрозуміти - значення та визначення туризму

Найчастіше ми називаємо туризм подорожами.

Туризм часто називають подорожами, наприклад, ви плануєте поїздку за кордон, а не туризм, або ви запитуєте, який у вас план подорожей на цей рік, а не ваш план туризму, тощо тощо. Чи не так? Подорож має два значення, одне як синонім та більш бажаний та простий спосіб туризму та туристичної діяльності; та інші, як це насправді означає, переїзд з одного місця в інше.

Подорожі мають зовсім інше значення для туризму. Щоб подорож була виправданою як туризм, це повинно означати і включати всі речі та види діяльності, як зазначено у визначенні. Це можна зрозуміти дещо кращим чином, подивившись знову на сенс відпочинку, тут. Ось зображення знову для вас.

### 1.3 Обґрунтування передумов розвитку туристичного бізнесу на міжнародному рівні

Отже, подорож, яку слід називати туризмом, повинна означати і включати заходи, згадані вище. Це знову спосіб побачити, зрозуміти та визначити туризм. Отже, туризм означає і включає екскурсію (що включає туристичну діяльність), подорож (до місця), відвідування місця, перебування десь і перебування, бажано в такому порядку.

Отже, туризм, який часто називають подорожами, який починається з подорожей і є в основному подорожньою діяльністю, насправді набагато більше, ніж просто подорож. Ми хотіли б вказати на деякі наші власні відмінності між туризмом та подорожами, що принесе трохи більше ясності щодо туризму.

Туризм означає:

- Подорож, яка не є звичайною подорожжю будь-якого виду
- Подорож, яка передбачає не лише місцевий транспорт
- Подорожі, які зазвичай використовують більше, ніж місцеві та міжміські або міжміські перевезення
- Подорож, яка зазвичай передбачає перебування

- Подорожі, які є добровільними повністю або принаймні частково
- Подорож, яка закінчується у джерела подорожі, яке є місцем проживання

З іншого боку туризму зрозуміти

Туризм - це діяльність. Це сукупність багатьох видів діяльності, які ми робимо для певних цілей. Туризм як сукупність видів діяльності передбачає подорожі та багато інших видів діяльності. Подорож є важливою частиною. Всі ці види діяльності, крім подорожей, складають туризм.

Ці заходи дуже важливі для розуміння того, що таке туризм, і відіграють дуже важливу роль у визначенні, що таке туризм.

Отже, туризм в основному базується на подорожах і місці призначення, а також на меті чи причині подорожі. Інші заходи, які він зазвичай включає, - це планування, транспорт, проживання, харчування та кілька інших речей.

Оскільки для здійснення туризму ці види діяльності є або мають бути, це надає туризму іншого кута. Це комерційний кут щодо туризму і, зокрема, до видів діяльності, які охоплює туризм. Всі ці види діяльності та їх комерційна сторона висвітлюються та пояснюються як туристична галузь .

Туризм та всі ці види діяльності в ньому роблять туризм важливим для економіки, суспільства та всієї соціально-економічної інфраструктури кожної країни та її зростання. Туризм допомагає створити величезний попит на економічну діяльність та потребу в соціальних та інфраструктурних покращеннях. Ви можете прочитати 5 важливість туризму тут.

## 2. Значення туризму та його економічна цінність

### 2.1 Визначення економічної складової індустрії туризму - рамки ролі та значення туризму

Важливість туризму обумовлена численними перевагами та перевагами, які він приносить будь-якій приймаючій країні. Але справжнє значення туризму походить від його природи та того, як він визначається та структурований. І це ми тут пояснимо. Туризм сприяє повному зростанню та розвитку країни: один, приносячи численні економічні цінності та переваги; і, по-друге, допомога у формуванні вартості бренду, іміджу та ідентичності країни. Туристична галузь виходить за рамки привабливих напрямків і стає важливим фактором економічного зростання.

Ми поговоримо і пояснимо, як туризм додає країні економічної (та неекономічної) цінності та чому він має так важливе значення для кожної країни. Чому кожна країна розглядає туризм не просто як залучення туристів, а як платформу, що підтримує економічне зростання та повний розвиток. Чому він зараз набуває визнання та значення як показник та барометр не лише зростання та розвитку, але й соціально-економічних факторів.

Тут ми не просто перераховуємо моменти, що мають важливе значення для туризму. Ми хочемо насправді знати, чому туризм важливий для країн, економіки та світу. Ми хочемо зрозуміти причини та фактори, які насправді роблять туризм важливим. Для цього нам потрібно зрозуміти поняття та значення туризму та його структуру. Саме природа, значення та склад робить туризм важливим і приносить усі його переваги та переваги.

Це розуміння лише створить основу для знання та розуміння економічної цінності та значення туризму. Ми будемо знати, як туризм

відіграє таку важливу роль для країн, економік та його значення для широкомасштабного зростання та розвитку. І лише тоді ми зможемо посправжньому зрозуміти та оцінити значення туризму та ту важливу роль, яку він відіграє.

Отже, ми надаємо вам 5 ключових факторів, які підкреслюють і виявляють значення туризму для країни, для економіки, для зростання і розвитку, для світу, а також для суспільства, природи та навколишнього середовища.

Туризм дуже цікавий для розуміння, як ми пояснимо пізніше. Це діяльність, це галузь і важливий двигун зростання для країни, її економіки, а також для її соціального прогресу та моніторингу. Туризм, без сумніву, приносить величезну економічну цінність для країни. Він безпосередньо торкається та впливає на декілька галузей промисловості, а також значно більше опосередковано через витрати на туризм. Туризм є одним із важливих джерел зайнятості та валютних надходжень для країни. Завдяки цьому туризм набуває набагато більше економічного значення для будь-якої країни.

Ми можемо зрозуміти туристичну галузь із визначення та опису туризму у наведеному вище розділі. Ми просто повинні рухатись вперед і ставити його в перспективу галузі. Туризм - це здебільшого сфера послуг. Цікаво, що туризм як галузь не має належного визначення як галузь.

Це пов'язано з тим, що ми не можемо належним чином визначити туризм як галузь, обмежену певним комплексом пов'язаних видів економічної діяльності. Він не має заздалегідь визначених меж як галузь. І тоді більшість послуг, що споживаються туристами, не можна називати виключно такими, що надаються спеціально для туристів, таких як подорожі, готелі, харчування та проживання.

Отже, коли ми намагаємось визначити та структурувати туризм як галузь, нам потрібно враховувати ці обмеження або, скоріше, говорити про необмежену присутність туризму в різних інших галузях.

Найкращий спосіб описати, структурувати та визначити туристичну галузь - це переглянути її через визначення та пояснення туризму.

Визначення туризму, наведене вище, показує, що це сукупність дій чи заходів, тобто подорож до місця, перебування там та подальші місцеві подорожі. Виходячи з цього, ми можемо визначити туристичну галузь як споживання або використання всіма послугами та продуктами мандрівниками протягом усієї подорожі, орієнтованої на туризм. Це визначення сторони попиту туристичної галузі .

## 2.2 Методичні основи оцінки попиту та пропозиції в туристичному бізнесі на міжнародному рівні

Визначення індустрії туризму з боку пропозиції буде таким: Індустрія туризму - це група галузей, що надають послуги та товари для різноманітних потреб туристів та мандрівників у подорожах із дозвіллям, бізнесом та іншими пов'язаними з туризмом. Те, що туристи витрачають на споживання цих послуг та продуктів, стає доходом туристичної галузі [25, 26, 27, 28, 29].

UNWTO (Світова туристична організація ООН) називає його сектором туризму, який складається з декількох галузей, орієнтованих на туризм, які зазвичай пропонують характерні для туризму товари (та послуги). Просуваючись вперед, ЮНВТО визначає 12 галузей туризму, про які можна сказати, що обслуговують туристів загалом. Ці галузі:

1. Житло для відвідувачів
2. Діяльність з подачі їжі та напоїв
3. Залізничний пасажирський транспорт
4. Автомобільний пасажирський транспорт
5. Водний пасажирський транспорт
6. Повітряний пасажирський транспорт
7. Оренда транспортного обладнання

8. Туристичні агентства та інші послуги з бронювання
9. Культурна діяльність
10. Спортивно-оздоровчі заходи
11. Роздрібна торгівля товарами, характерними для конкретної країни
12. Інші характерні для країни види туризму

Туристична індустрія насправді є великою групою цих галузей, які надають асортимент товарів та послуг, спрямованих на обслуговування туризму та потреби мандрівників чи відвідувачів. Ця група або ланцюг також вказує на та підводить нас до ланцюжка доданої вартості туристичної галузі.

Туристична галузь має важливе значення для вигод, які вона приносить, і завдяки своїй ролі комерційної діяльності, яка створює попит та зростання для багатьох інших галузей. Туризм не тільки сприяє збільшенню економічної діяльності, але також приносить більше зайнятості, доходів та відіграє значну роль у розвитку.

Спочатку туризм створює попит як діяльність, а потім задовольняє цей попит як група галузей.

Туризм - це індивідуальний вид подорожей та відвідування місць. Він створив і пропагував різні стилі або типи подорожей та подорожей. Ми називаємо цих мандрівників туристами, які відвідують різні туристичні місця та напрямки. Ці туристи хочуть, і вони подорожують по місцях і роблять ці місця більш популярними. Таким чином вони приносять можливості заробляти. Вони також заохочують розвиток цих місць, прилеглих місць і фактично всієї країни чи регіону для сприяння зростаючій туристичній діяльності.

Це унікальний аспект туризму, оскільки це створює попит на економіку в глобальному масштабі і, що важливіше для кожної країни, і навіть глибше створює можливості попиту та зростання на рівні міста та місцевого рівня для різних громад.

Це робить туристів важливими для країни. Їх роль і значення зростають, оскільки вони також є одними з найкращих послів брендів для будь-якої країни. Туристи приїжджають з різних країн, повертають із собою образ і уявлення про свою країну та діляться нею з багатьма іншими.

Туризм також є комерційною діяльністю, оскільки весь туристичний процес передбачає споживання послуг та продуктів. Отже, туристи стають надзвичайно важливими, оскільки вони є рушіями зростання та послами брендів. Це підкреслює важливість туристів та значення їх ролі для економік та країн.

Туризм додає споживчому населенню країни, яке протягом короткого періоду часу робить майже всі речі і споживає більшу частину послуг та продуктів, які роблять корінне населення або споживачі.

Вони туристи. Туризм простими словами збільшує загальний попит в економіці країни на стійкій основі.

Це належним чином підсумовує роль, значення, вплив та важливість туризму. Це також пояснює та обґрунтовує, чому туристи важливі для кожної країни.

## 5 Важливість та переваги туризму - Економічне значення та соціально-економічні переваги туризму

Туристична галузь має 5 значення. Це також переваги туризму і насправді є його 5 основними характеристиками, що вказує на важливість туризму для економік, країн та їх суспільств, а також у світовому масштабі. Завдяки цим 5 факторам лише туризм створює попит, задовольняє його, збільшує споживання та забезпечує зростання та розвиток країн та економік.

1. Туристична діяльність створює попит
2. Ланцюжок створення вартості туристичної галузі відповідає та розподіляє попит по галузях та сприяє збільшенню економічної діяльності
3. Туризм вимагає повноцінного розвитку країни
4. Спонукає досягти Глобальних стандартів



5. Туризм стимулює більше споживання

# THE 5 Importance & Advantages OF TOURISM

## 1 Tourism activity creates demand



Tourism as an individual activity of touring & travelling involves consumption and commercial activities at each step

## 2 Tourism industry meets & spreads demand

Tourism industry value chain meets & spreads demand across many industries & therefore boosts more economic activities



## 3 Tourism requires country development

A country needs to provide tourist attractions with infrastructure and facilities to attract tourists and make tourism grow



## 4 Motivates to reach Global Standards



The infrastructure and facilities need to be of global standard because tourists are a global consumer



## 5 Tourism induces more consumption

Tourists want to enjoy and experience to the fullest and take back good memories hence are inclined to do more

and therefore may consume more



## 1. Туристи створюють попит

Туристи (туристична діяльність) створюють попит на туризм та інші галузі - чому туристи важливі

## IMPORTANCE OF TOURISM POINT 1

### TOURISTS CREATES DEMAND

Tourists (Tourism activity) creates demand for tourism and other industries

#### *Why Tourists are Important*



Що таке галузь? Група компаній, що виробляють товари та послуги для споживання. Це загальне визначення галузі. Це означає, що існує попит, який галузі задовольняють, забезпечуючи товари для споживання. Ви завжди будете читати і чути, що в таких і таких галузях спостерігається зростання через збільшення попиту. Ви коли-небудь чули про галузь, яка насправді створює попит?

Туризм - одна з таких галузей чи галузей, яка створює попит насамперед. Це пов'язано з індивідуальною та комерційною діяльністю. Туризм як діяльність - це те, що створює попит. Вся діяльність в галузі туризму - це, в основному, триступеневий процес потреб і запитів, який ми перерахували нижче.

#### 1А. Туристичні пам'ятки та подорожі

Існує дві основні потреби, які сприяють попиту на туризм. Одне - цікавість, бажання чи потреба відвідати та побачити різні туристичні місця; знати, відчувати і бачити чудеса природи місць, культур тощо. Друге - це подорож. Потреба у подорожах полягає в тому, щоб задовольнити бажання побачити туристичні місця, і це могло бути пов'язано з бажанням просто подорожувати; проводити дозвілля чи канікули в різних місцях; тощо

Усі ці потреби створюють попит на світовому та регіональному рівні на туристичні та транспортні послуги та товари. Попит на бронювання та бронювання турів та подорожей також є значним тут, оскільки вони задовольняють потреби лише туристів та мандрівників.

#### 1В. Місцевий туризм та перебування

Прибувши до країни та міста, тепер туристам потрібно розпочати свою основну туристичну діяльність. Це створює специфічну потребу в країні та місті у проживанні та проживанні, їжі та напоях, місцевих подорожах та гастролях та інших розважальних та розважальних заходах. Так туристи створюють специфічний попит на країну та місцевий регіон.

### 1С. Допоміжна діяльність

Третій момент, на який ми можемо звернути увагу, полягає в тому, що туризм як вид діяльності може виходити за рамки основних видів туристичної діяльності чи споживання. Коли туристи відвідують місця, вони можуть робити так багато інших речей, наприклад, ходити по магазинах, відвідувати інші місцеві місця, їсти, купувати роздрібні товари чи багато інших послуг.

Це ще не спеціальна туристична діяльність, це додає до існуючого попиту на багато галузей. Таким чином туристи також виробляють або допомагають у створенні додаткового або індукованого попиту на багато інших суміжних і не дуже пов'язаних галузей.

## 2. Індустрія туризму поширюється та задовольняє попит

Ланцюг вартості туризму розподіляє туристів, витрачених ширше, у багатьох галузях, що приносить більшу цінність для економіки - економічне значення туристичної галузі

### IMPORTANCE OF TOURISM POINT 2

#### TOURISM INDUSTRY SPREADS & MEETS DEMAND

Tourism Value Chain spreads tourists spent wider across many industries, bringing more value for economy

#### Economic Importance of Tourism Industry



Туризм як галузь задовольняє потреби та попит, створені туризмом як видом діяльності. Зараз туризм, як згадується у його визначенні, не є галуззю як такою, а скоріше групою галузей. Це створює вартість або ланцюжок

поставок туристичної галузі. Перелічені вище 12 основних типів галузей, класифікованих ЮНВТО, є галузями туристичного ланцюжка вартості

Туризм складається з цих галузей промисловості та їх продуктів тощо. Це ланцюжок створення вартості туризму, де різні галузі та гравці надають товари та послуги для задоволення попиту та потреб туристів.

Цей туристичний ланцюжок створення вартості створений на основі трьох згаданих вище потреб, які створюють попит на різні різні товари та послуги. Але що означає цей ланцюжок створення вартості, так це те, що туризм створює попит не лише на одну чи дві галузі, а настільки багато різних галузей разом. Це робить це дуже важливим з точки зору економічного зростання, оскільки воно забезпечує доходи та інші вигоди, такі як створення робочих місць для цих галузей.



По-перше, серед туристичних потреб, які він створює, є подорожі та транспортна галузь для досягнення туристичних напрямків. Це стосується повітряного, водного, залізничного та автомобільного транспорту. По-друге, це створює різний попит на індустрію гостинності, що включає житло, їжу та напої, курорти тощо. Третя потреба, яка є основною і часто витісняє ці дві, стосується галузі бронювання та бронювання.

Ці галузі, зокрема транспорт та гостинність, самі по собі величезні і охоплюють різні підгалузі, а тому відіграють важливу роль в економіці будь-якої країни. Це також деякі найосновніші типи галузей. Це робить туризм дуже важливим.

Другий попит, який він створює, поширюється на індустрію розміщення та гостинності, харчову промисловість та напої, місцеву галузь туристичних та транспортних послуг, управління призначеннями та рекреаційні послуги.

Туризм стимулює набагато більше галузей, що виходять за межі ланцюжка створення вартості

Третій попит - на підтримуючий і відносно невизначений сегмент попиту. Сюди можуть входити послуги місцевих ресторанів, місцевих закладів харчування та закладів харчування; місця розваг кінотеатри та тематичні парки або культурні або спортивні заходи; і може навіть включати роздрібну торгівлю продуктами та послугами; Торгівельні центри; або електроніка та телекомунікаційні продукти та послуги. Туристи можуть відчути та насолодитися, тому немає остаточного обмеження щодо того, що вони можуть робити або купувати додатково до запланованих туристичних заходів. Це ще більше посилює роль і значення туризму для країни та її економіки.

Усі ці послуги та відповідні галузі є частиною туризму і в сукупності складають ланцюжок вартості туристичної галузі.

12 галузей, перелічених ЮНВТО, загалом визначають і описують ланцюжок створення вартості туристичної галузі. Відповідно до типового процесу, який здійснює турист, вирушаючи на екскурсію, ми можемо переставити ці 12 галузей таким чином:

Основна діяльність:

1. Туристичні агентства та інші послуги з бронювання
2. Залізничний пасажирський транспорт
3. Автомобільний пасажирський транспорт
4. Водний пасажирський транспорт
5. Повітряний пасажирський транспорт
6. Житло для відвідувачів
7. Діяльність з подачі їжі та напоїв

8. Оренда транспортного обладнання

Вторинні види діяльності:

9. Культурна діяльність

10. Спортивно-оздоровчі заходи

11. Інші характерні для країни види туризму

12. Роздрібна торгівля товарами, характерними для конкретної країни

Отже, за своїм визначенням і складом туризм може бути названий як велика вартість і велика витратна комерційна діяльність. Але що робить це більш важливим, так це широкий розподіл доходів від туризму в декількох галузях. Це змушує туризм більше і сильніше сприяти економіці. Таким чином, це призводить до збільшення і ширшого зайнятості, збільшення доходів у галузі, набагато більше стимульованих витрат цих галузей, значного внеску до податків тощо

Отже, туризм створює величезний попит на різні товари та послуги для всієї економіки. Цей сектор постійно залучає нових споживачів і для цих галузей.

### 3. Туризм приносить розвиток

Туризм вимагає, а отже, і загального зростання та розвитку країни - соціально-економічного значення туризму

## IMPORTANCE OF TOURISM POINT 3

### TOURISM BRINGS DEVELOPMENT

Tourism requires, and therefore brings, country's overall Growth and Development



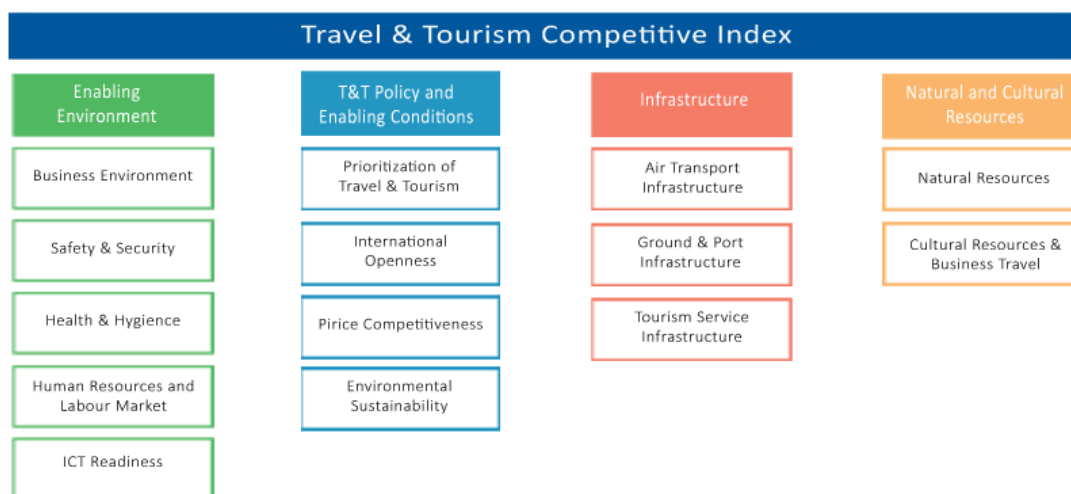
*Socio-Economic Importance of Tourism*

Це причина, яка, можливо, робить туризм набагато важливішим за будь-яку іншу галузь чи сектор. Це, мабуть, сильніша причина, ніж інші, про які йшлося вище. І ми використаємо глобальний і дуже важливий туристичний індекс для посилення цього пункту. Туризм насправді допомагає та сприяє загальному розвитку країни, розвитку та добробуту суспільства.

Для того, щоб постійно залучати нових туристів, створювати потужний ринок в'їзного туризму та підтримувати ріст туризму, країні потрібно зробити багато речей. Зростання туризму для країни є десь синонімом загального зростання та розвитку цієї країни, а також безпеки, здоров'я, відкритості країни як суспільства. Країна також повинна створити вдосконалену інфраструктуру для своїх громадян та туристів.

Погляньмо на це з більш фактичної та доведеної точки зору. Протягом багатьох років Світовий економічний форум (ВЕФ) здійснює моніторинг туристичної конкурентоспроможності країн та їх зростання та прогресу до того, щоб стати конкурентоспроможним ринком в'їзного туризму. Вони роблять це, оцінюючи країни за параметрами, які вони створили, і контролюють це за допомогою Індексу конкурентоспроможності подорожей та туризму (ТТСІ). За даними WEF, індекс ТТСІ вимірює "сукупність факторів та політик, що забезпечують стійкий розвиток туристичного та туристичного сектору, що, у свою чергу, сприяє розвитку та конкурентоспроможності країни".





Джерело діаграми: Звіт про ТТС за 2017 рік

Індекс ТТС за 2017 рік, який охопив 136 країн та їх економік для звіту, вимірює їх конкурентоспроможність за трьома ключовими сферами, а саме - нормативною базою; ділове середовище та інфраструктура; а також людські, культурні та природні ресурси. Ці 3 ключові субіндекси спільно вимірюють конкурентоспроможність кожної країни за 14 ключовими параметрами. Це політичні правила та норми; інфраструктура повітряного транспорту; інфраструктура наземного транспорту; туристична інфраструктура; цінова конкурентоспроможність у галузі Т&Т; Інфраструктура ІКТ; пріоритетність подорожей та туризму; людські ресурси; безпека та безпека; здоров'я та гігієна; екологічна стійкість; спорідненість до подорожей та туризму; природні ресурси; та культурні ресурси.

Дивлячись на індекс і чому він вимірює конкурентоспроможність країни в багатьох сферах, щоб оцінити її туристичну конкурентоспроможність, ми можемо впевнено сказати, що туризм впливає і вимагає внеску від багатьох галузей, що перебувають поза його ланцюгом створення вартості, цілого ряду різних частин країни, а також загальне суспільство та політичне середовище.

Отже, лише повне зростання та розвиток країни в різних галузях, суспільстві, політичному ландшафті, безпеці тощо може призвести до



зростання в'їзного туризму. Отже, країна, яка прагне зростання туризму, повинна забезпечити багато речей на всіх цих фронтах.

#### 4. Туристи приносять Глобальні стандарти

Туристи як глобальні клієнти створюють гостру потребу у світових стандартах у сфері послуг та інфраструктури - значення туристів

### IMPORTANCE OF TOURISM POINT 4

#### TOURISTS BRING GLOBAL STANDARDS

Tourists being global customers create strong need of global standards in services & infrastructure

#### Importance of Tourists



Іншим важливим зауваженням щодо сектору подорожей та туризму, яке ми хочемо підкреслити, є те, що туристи, які є споживачами цього сектору, є глобальними та діють відповідно до сприйняття та споживання туризму та супутніх послуг у цілому. Це спостереження або характеристика цієї галузі є тим, що ще більше посилює її вплив на вищезгаданий спектр галузей.

Давайте спершу відповімо, чому споживач туризму справді глобальний. Оскільки він або вона є мандрівником, тобто вони їдуть у різні місця для бізнесу та відпочинку. Що це означає? Це має критичне значення, серед іншого, що впливає як з боку попиту, так і з боку пропозиції. Якщо дивитись з боку попиту, це означає, що мандрівники (споживачі) споживають майже однаковий набір або пакет послуг у різних напрямках та місцях проведення заходів у всьому світі, і тому в момент споживання цих послуг, в даний час чи в майбутньому, вони порівнюватимуть ці на глобальному рівні. Наслідки цього попиту спонукають країну чи регіон, які хочуть

залучити туристів, запровадити якість та глобальні стандарти в інфраструктурі та туристичних послугах, які вони надають.

Сторона пропозиції того самого підтексту полягає в тому, що ці послуги доступні в різних країнах і місцях (які є місцями подій та місцями призначення), і вони можуть вибрати їх у будь-якому місці. Отже, мандрівник оцінює та порівнює інфраструктуру та послуги, пов'язані з туризмом, у будь-який момент часу на глобальному рівні. Це спонукає постачальників послуг бути більш конкурентоспроможними та додавати більше цінності своїм послугам, а також впроваджувати інновації та ідеї.

Отже, постачальник інфраструктури та послуг повинен буде дотримуватися світових стандартів, а не просто задовольнятися лише обслуговуванням своїх споживачів.

А для свого блага країні потрібно створити та забезпечити сучасні та кращі умови та послуги, щоб змусити туристів більше споживати та збільшити доходи від туризму або експорт туристичних послуг.

Додамо сюди, у разі ділового туризму та МІСЕ-туризму, очікування; стандарти або параметри; послуги та інфраструктура; а рівень якості - усе мало. Отже, туристична індустрія, крім того, що є настільки широкою, має також широкі та глибокі наслідки не лише на галузях, до яких вона залучена, але й на кілька інших галузей, інфраструктуру та економіку країни, а також її соціальне, культурне та політичне середовище. І так, ваша група споживачів міжнародна. Отже, стандарти або параметри оцінки є міжнародними. Тому рівень обслуговування вашої групи споживачів повинен бути на міжнародному рівні.

#### 5. Туристична природа стимулює більше споживання

Сама природа туризму спонукає туристів більше відчувати (і тим самим споживати) - Важливість основної природи туризму

## IMPORTANCE OF TOURISM POINT 5

### TOURISM NATURE INDUCES MORE CONSUMPTION

The very tourism nature motivates tourists to experience (& thus consume) more

*Importance of Tourism's basic nature*



### 3. Оцінка туристичної конкурентоспроможності України на міжнародному рівні

#### 3.1 Складові індексу туристичної конкурентоспроможності України на міжнародному рівні

Потреба та значення туризму в 2020 році (під час Корони)

Важливість туризму та його галузі зараз стає набагато помітнішою. У 2020 році всі країни всіма силами намагаються стримати пандемію коронавірусу та її наслідки і намагаються вийти з неї.

Вони також зараз дивляться на свою економіку та на те, як повернути їх до зростання. Перше найважливіше завдання, яке потрібно вирішити, - зупинити падіння та уникнути спаду.

Поетапно ці країни відновлюють свою економічну діяльність. Хоча туризм є найбільш постраждалою галуззю, оскільки він розглядається як дуже ризикована діяльність.

Проте багато країн зараз розпочали або планують відновити туризм. Це тому, що вони знають, наскільки туризм важливий для економік, і як туризм може допомогти повернути зростання, а також створити безліч можливостей для працевлаштування.

З іншого боку, це розвинені країни, такі як США, Великобританія, Австралія, Німеччина та такі країни, як Китай та Сінгапур. Тут туризм як галузь набагато більш розвинений і поширений. Ці країни можуть повністю виграти від туризму. Ці країни також отримують усі переваги та переваги з 5 пунктів важливості туризму, про які ми говорили вище.

Туристична цінність та переваги - висновок

Щоб підсилити справжню роль, важливість і значення туристичної галузі в цілому, ми хотіли б процитувати пана Мутяндасвіка, генерального директора курорту The Elephant Hills, який сказав в інтерв'ю The Sunday

News of Zimbabwe, що проведення конференцій та зустрічей суттєво сприяло до доходів готелів, але бізнес MICE в цілому допомагає в брендингу місця призначення, створенні робочих місць та розвитку інфраструктури.

Туризм привертає людей звідусіль у світі. Це пов'язує місця з людьми; місця з місцями; і люди з людьми. Цей сектор об'єднує розвинені, зростаючі, що розвиваються та економіки, що розвиваються, на єдиній платформі, тим самим стимулюючи їх стати конкурентоспроможними у всьому світі та покращити рівень послуг, принаймні, щоб бути конкурентоспроможними у сфері туризму. Це може навіть спонукати країни до стабільного та надійного політичного середовища, а також до більш розвиненого суспільства.

Туризм приносить багато переваг, включаючи, але не обмежуючись такими:

1. Зростання та стимулювання економічної діяльності
2. Збільшити широкомасштабні доходи галузі
3. Розвиток інфраструктури
4. Покращений імідж країни
5. Джерело валютних надходжень
6. Джерело створення зайнятості
7. Зв'язок та зростання місцевих, регіональних та навіть найвіддаленіших районів
8. Глобальний зв'язок
9. Покращення інфраструктури та рівня життя
10. Культурне зростання
11. Поліпшення суспільства
12. Впровадження нових технологій

Таким чином подорожі та туризм можуть дати поштовх економіці з точки зору споживчих витрат, створення робочих місць тощо. Для країн, що розвиваються та країн, що розвиваються, туризм може створити великий поштовх для економіки.

Цей сектор стимулює зростання галузей промисловості, фактично штовхаючи ці галузі та економіку до кращих результатів. Ця унікальність подорожей та туризму та його вплив можуть бути більш вираженими у сегменті ділових подорожей. Таким чином, туризм як якийсь час, так і всередині нього МІСЕ або ділові події є, або можуть бути, важливим фактором розвитку інфраструктури світового класу та рівня послуг.

### **3.2 Зміни та наслідки у сфері туризму під впливом пандемії**

Туризм, маючи древню історію, не привертав до себе достатньої уваги до початку ХХ ст. Необхідність вивчення туристичного феномену виникла після сталого збільшення туристичних потоків та доходів від туризму, зростання економічного значення туристичної індустрії[1].

Визначальна роль туристичної діяльності полягає у відчутному її вкладі у розвиток економіки країни при невеликих капітальних вкладеннях. Туризм – галузь економіки, яка не лише охоплює прямо чи опосередковано більшість супутніх галузей господарства, в тому числі транспорт, будівництво, торгівлю, громадське харчування, сільське господарство, житлово-комунальне господарство, культуру, мистецтво, спорт тощо, але й стимулює їх розвиток. Це зумовлює збільшення робочих місць, особливо у депресивних регіонах, де інша господарська діяльність неможлива чи недоцільна через високі витрати виробництва. Витрати на створення одного робочого місця в туризмі в декілька разів менші, ніж в інших галузях економіки[1].

За перші десять місяців 2020 року кількість міжнародних прибуттів впала на 72%, що пов'язано з обмеженнями на поїздки, низьким рівнем довіри споживачів і глобальною боротьбою за стримування вірусу COVID-19

- все це стало найгіршим роком в історії туризму. Згідно з останніми даними від Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), напрямки відвідало на 900 мільйонів менше іноземних туристів в період з січня по жовтень в порівнянні з тим же періодом 2019 року. Це призводить до втрати \$ 935 мільярдів доларів США в експортних надходженнях від міжнародного туризму, що більш ніж в 10 разів перевищує збиток в 2009 році під впливом світової економічної кризи[3].

Згідно з отриманими даними, у першому кварталі 2020 року вже спостерігалось скорочення подорожей у 22%, а прибуття в березні впали до рівня 57% на всіх ринках. Це означає втрату 67 мільйонів міжнародних туристів і близько 80 мільярдів доларів США надходжень[2, ст.8].

Потенційні глобальні наслідки у 2020 році (порівняно з 2019 роком):

- зменшення кількості прибуттів міжнародних туристів із 850 мільйонів до 1,1 млрд;

- втрата експортних надходжень від туризму на суму від 910 мільярдів до 1,2 трильйона доларів США;

- ризик втрати від 100 до 120 мільйонів робочих місць у сфері туризму[2,ст.10].

Станом на сьогодні Україна значно відстає у впровадженні заходів підтримки туристичного сектора, що ставить під серйозну загрозу конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку протягом прогнозованого відновлення у 2021 році [2ст.10].

До кризи COVID-19 туризм в Україні перебував у стані покращення після значного занепаду, пов'язаного з подіями 2014 року.

Київ, Одеса та Львів є найрозвинутішими туристичними напрямками з точки зору формування вартості туристичних послуг та популярності для переважної більшості міжнародних туристів.

Ключові міжнародні ринки українського туризму:

- сусідні країни — Молдова, Білорусь, Польща, Туреччина;
- Європа — Німеччина, Велика Британія, Франція, Італія;

- Америка — США, Канада;

- Азія та Тихоокеанський регіон — Китай, Японія, Республіка Корея та Індія;

- Близьній Схід — Ізраїль, ОАЕ, Саудівська Аравія.

З огляду на перелічені вище країни можна зробити висновок, що міжнародна доля українського туризму лише частково залежить від сусідніх країн. [2]

Туризм України має високий потенціал розвитку в таких продуктах, як тури вихідного дня та діловий туризм (MICE), а також в області природних і культурних ресурсів (наприклад, гастро-туризм, сільський туризм, медичні заклади/центри оздоровлення), однак через відсутність ефективного управління галуззю, неправильне статистичне охоплення та неконкурентність на міжнародному ринку її розвиток суттєво гальмувався [2,ст. 17].

Наразі тривають активні дискусії щодо частки внесків туризму в економіку України; за різними оцінками вона дорівнює близько 7–10%.

Пов'язана з туризмом економіка в Україні залежить здебільшого від внутрішнього туризму, а також внутрішньої складової виїзного туризму. При цьому в'їзний потік із-за кордону формує трохи більше третьої частини усієї економіки національного туризму. Для порівняння: у середньому частка в'їзного туризму в загальній сумі туристичних витрат у країнах ЄС складає 90 %.

Отже туризм робить важливий внесок у національну економіку. Наслідки пандемії COVID-19 мають бути не такими болючими як в інших європейських країнах, оскільки обсяг міжнародної туристичної складової України в загальній економіці туризму є набагато меншим [2, ст.18].



## Висновки

У першому пункті ми стверджували, що туризм створює попит, тобто додає кількість споживачів. Тепер, скільки вони споживають і споживають вони чи ні, зовсім інше. Але туризм, завдяки своїй природі, спонукає до споживання послуг та продуктів через дві причини. Перша причина полягає в тому, що туризм як термін включає сукупність видів діяльності, пов'язаних із використанням послуг та продуктів. Це ми обговорюємо в наступному пункті про ланцюжок створення вартості туристичної галузі. Друга причина полягає в тому, що туризм значною мірою означає насолоду, вивчення та досвід місця в повній мірі, а також своєрідні експерименти та нові справи.

Ми всі хочемо глибоко насолодитися нашим туризмом. Отже, окрім основних та необхідних витрат, туристів може спонукати робити багато інших видів діяльності, споживати та витратити на інші речі, щоб зробити час подорожі більш приємним та незабутнім. Як якщо ви планували подорожувати до кількох пунктів призначення, то ви також можете взяти трохи відпочинку, щоб відвідати деякі сусідні місцеві місця. Ви можете найняти місцевий транспорт і просто відвідати місцеві ринки, зробити покупки, щоб придбати місцеві речі, скуштувати їх місцеву їжу (відому або яка представляє їх культуру тощо). Отже, за своєю природою та станом, в якому ви перебуваєте під час подорожі, відвідувач споживає і витрачає.

### Внесок та значення туризму для країн

На сьогодні ми вже повністю зрозуміли, що туризм має високе економічне значення, а також соціальне та культурне значення, цінність та вплив. Отже, туризм так багато в чому сприяє зростанню та розвитку всіх країн.

Вклад туризму в різній пропорції і різний для кожної країни. Важливість та внесок туризму для країн, що розвиваються, відрізняється від його значення, впливу та підтримки для розвинених країн.

Якщо спочатку взяти такі країни, що розвиваються та зростають, як Індія, Філіппіни, Малайзія, Шрі-Ланка. Потім є інший набір країн, що

розвиваються, таких як Гана, Нігерія, Непал, Ямайка, де темпи розвитку трохи повільніші. Внесок та значення туристичної індустрії тут, скоріше, одна з галузей, що приносять дохід. Туризм також підтримуватиме велику кількість людей та громад шляхом працевлаштування.

З іншого боку, це розвинені країни, такі як США, Великобританія, Австралія, Німеччина та такі країни, як Китай та Сінгапур. Тут туризм як галузь набагато більш розвинений і поширений. Ці країни можуть повністю виграти від туризму. Ці країни також отримають усі переваги та переваги з 5 пунктів важливості туризму, про які ми говорили вище

## Список літератури

1. Dwyer, Larry, and C. Kim ( 2003). "Destination Competitiveness: Determinants and Indicators ." *Current Issues in Tourism* , 6 (5): 369-414.
2. Dwyer, L., R. Mellor, Z. Livaic, D. Edwards, and C. Kim (2004). «Attributes of Destination Competitiveness: A Factor Analysis.» *Tourism Analysis* , 9 (1): 91-101.
3. Ritchie, J.R.B. and Crouch, G.I. (2000). *The Competitive Destination: A Sustainability Perspective*. *Tourism Management*, 21(1).
4. Ritchie J.R.B., Crouch G.I. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. — Oxon, UK: CABI Publishing, Wallingford, 2003.
5. Crouch, G.I. (2014). *Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of com-petitiveness attributes*. Sustainable Tourism Cooperative Research Centre's Monograph series, Australia, Queensland, 2007. Available at : [http://www.sustainabletourisonline.com/awms/Upload/Resource/book-shop/Crouch\\_modelDestnComp-web.pdf](http://www.sustainabletourisonline.com/awms/Upload/Resource/book-shop/Crouch_modelDestnComp-web.pdf) (accessed 5 October 2014).
6. Chacko, H.E. (1998). 'Positioning a Tourism Destination to Gain a Competitive Edge', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, [On-line], <http://www.hotelonline.com/Neo/Trends/AsiaPacificJournal/PositionDestination.html>.
7. Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, NewYork.
8. Hassan, S.S. (2000). 'Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry', *Journal of Travel Research*, 38(3): 239-245.
9. Морозова, Н.С. Концепция формирования и развития конкуренции в туризме: монография [Текст] / Н.С. Морозова.- М.: РосНОУ, 2011.
10. Морозов М.А. Дестинация – важнейший элемент туризма / М.А. Морозов, О.Д. Коль // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 1998. - №1. – С.8 -10

11.Павлова Э. Н. Туристские дестинации в контексте развития качества профессионального туристского образования [Текст]: Монография / О.Г. Павлов, Э.Н. Павлова // – Петрозаводск: Изд-во. КарНЦ РАН, 2008. – 107 с.206

12.Павлова Э.Н. Дестинация как концепт развития региональной системы непрерывного профессионального туристского образования: автореферат дис.... д-ра пед. наук. – М., 2010. – 39 с.

13.Сафиуллин Л.Н., Сафиуллин Н.З. Конкурентоспособность: теория и методология / Монография. - Казань : Центр инновационных технологий, 2008.

14.Hawkins, D. E. & Calnan, L. (2009). A Comparative Study of the Sustainability of Donor-Supported Tourism Clusters in Developing Economies. *Tourism Recreation Research*, Vol.34(3), pp. 269–282. Available at : [http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/48EA/148E/19AC/BB41/5091/C0A8/0164/579A/080926\\_handbook\\_e-marketing\\_excerpt.pdf](http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/48EA/148E/19AC/BB41/5091/C0A8/0164/579A/080926_handbook_e-marketing_excerpt.pdf). Last accessed on 15 August 2011.

15.Hudson, S., Ritchie, J.R.B & Timur, S. Measuring Destination Competitiveness: An Empirical Study of Canadian Ski Resorts. *Tourism Hospitality Planning and Development*, 1(1), 2004

16.US Competitiveness Ranking Continues to Fall; Emerging Markets Are Closing the Gap [электронный ресурс] URL:<http://www.weforum.org/news/uscompetitiveness-ranking-continues-fall-emerging-markets-are-closing-gap>.

17.UNWTO World Tourism Barometer. Edition 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа до журн.: <http://unwto.org/facts/eng/barometer.htm>. – Назва з титул. екрану.

18.The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 [электронный ресурс] [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf)

19. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315>

20. Сотник І.М. (2016) Мотиваційні механізми дематеріалізаційних та енергоефективних змін національної економіки : монографія / за заг. ред. доктора екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : Університетська книга, 2016. – 368 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80197>

21. Экономика развития: учебное пособие / под ред. д.-ра экон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. экон. наук А. Вик. Кубатко. Сумы : «Университетская книга», 2017. 352 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80184>

22. Melnyk L., Sommer H., Kubatko O., Rabe M., Fedyna S. (2020). The economic and social drivers of renewable energy development in OECD countries. *Problems and Perspectives in Management*,18(4), 37-48. doi:10.21511/ppm.18(4).2020.04 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82719>

23. Melnyk L.G., Kubatko O. (2017) The impact of green-innovations on environmental quality and energy resource consumption. *International economic relations and sustainable development : monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics T. Kurbatova. – RudaŚląska :Drukarnia i Studio GraficzneOmnidiumю* 272 p. ISBN 978-83-61429-11-1

24. The effects of the management of natural energy resources in the European Union / V. Voronenko, B. Kovalov, D. Horobchenko, P. Hrycenko // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – Craiova: ASERS Publishing, 2017. – Vol. 8, Issue Number 7(23), P. 1410-1419. Available at: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1777>

25. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. - 864 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80106>

26. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754>

27. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – К.: Універсальна книга, 2018. – 572с.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>

28. Мельник Л. Г., Карінцева О. І. (2021) Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>

29. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. Mechanism of economic regulation. – 2019. – №3. – С. 73–82. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448>

30. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов'єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство // Механізм регулювання економіки. 2020. № 2. С. 9-28. DOI:

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236>

31. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180.

<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>

32. Melnyk L. H., Derykolenko O. M., Mazin Yu. O., Matsenko O. I., Piven V. S. Modern Trends in the Development of Renewable Energy: the Experience of the EU and Leading Countries of the World // Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 117-133. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81810>

33. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Kubatko, O., Karintseva, O., & Derykolenko, A. (2019). Disruptive technologies for the transition of digital

economies towards sustainability. *Economic Annals-XXI*, 179(9-10), 22-30. doi:  
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85476>

34. Melnyk, L., Matsenko, O., Dehtyarova, I. & Derykolenko, O. (2019).  
The formation of the digital society: social and humanitarian aspects. *Digital  
economy and digital society*. T. Nestorenko & M. Wierzbik-Strońska (Ed.).  
Katowice: Katowice School of Technology.  
[in Ukrainian]. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74570>