

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.18664/btie.72-73.280111>

ПІДХІД ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Торопова Д. Д., аспірант (УкрДУЗТ)

Сучасні тенденції розвитку туристичної індустрії свідчать про те, що внаслідок поширення пандемії коронавірусу та посилення соціальної ізоляції країн відбулося критичне скорочення туристичних потоків і, як наслідок, поглиблення кризового стану галузі. На основі дослідження особливостей розвитку світової туристичної індустрії встановлено, що провідними країнами як альтернатива міжнародного туризму на сьогодні розглядається стимулювання внутрішнього попиту на туристичні послуги. Встановлено, що Україною до сьогодні туристична галузь не розглядалася як стратегічний пріоритет соціально-економічного розвитку країни і відповідно державою ігнорувалася необхідність розвитку її туристичного потенціалу. Зважаючи на стійку тенденцію скорочення туристичних потоків Україною доведено доцільність розроблення нових механізмів та інструментів забезпечення сталого зростання туристичної індустрії. На основі встановлення глобальних трендів розвитку туризму розроблено підхід до забезпечення сталого розвитку підприємств туристичної індустрії, що враховує принципи комплементарності та синергетичності і розкриває етапи забезпечення сталого зростання підприємств галузі.

Ключові слова: *підприємства туристичної індустрії, глобальні тренди, комплементарність, синергетичність, сталий розвиток, підхід, міжсекторальна співпраця.*

APPROACH TO ENSURING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF UKRAINIAN TOURISM INDUSTRY ENTERPRISES

Toropova D. D., post-graduate student (USURT)

Current trends in the development of the tourism industry indicate that due to the spread of the coronavirus pandemic and the increased social isolation of countries, there has been a critical reduction in tourist flows and, as a result, a deepening of the crisis state of the industry. Based on the study of the peculiarities of the development of the global tourism industry, it is established that the leading countries today consider stimulating the development of the domestic market of tourist services as an alternative to international tourism. Taking into account the significant contribution of the tourism industry to the formation of the country's GDP and ensuring its socio-economic development, today many countries have initiated

projects aimed at activating its development and developing modern related infrastructure. Currently, new tourist routes are being actively developed, an information campaign is being implemented to promote tourist locations, regional tourist hubs and specialized communication platforms for cooperation are being formed. It is established that Ukraine has not yet considered the tourism industry as a strategic priority of the country's socio-economic development, and accordingly the state ignored the need to develop its tourism potential. Taking into account the steady trend of reducing tourist flows, Ukraine has proved the expediency of developing new mechanisms and tools to ensure the sustainable growth of the tourism industry. Based on the definition of global trends in tourism development, an approach to ensuring the sustainable development of tourism industry enterprises has been developed that takes into account the principles of complementarity and synergy and reveals the stages of ensuring sustainable growth of industry enterprises. Within the framework of the approach, alternatives to the sustainable development of tourism industry enterprises in Ukraine are formed and innovative tools for their implementation are revealed. The following scenarios for the development of tourism industry enterprises in Ukraine are highlighted as the main ones: a policy of high-quality modernization and radical transformation.

Keywords: *tourism industry enterprises, global trends, complementarity, synergy, sustainable development, approach, intersectoral cooperation.*

Постановка проблеми. В умовах поширення пандемії коронавірусу і соціальної ізоляції країн туристична індустрія переживає етап глибокої кризи. Протягом 2020 р. кількість міжнародних туристичних прибуттів скоротилася на 74 % порівняно з попереднім роком, зумовивши втрату доходів від експорту туристичних послуг на рівні 1,3 трлн дол., що багатократно перевищує збитки від глобальної економічної кризи 2009 р. Крім того, під загрозою опинилося близько 120 млн робочих місць у цій сфері, що здійснило вагомий негативний вплив на економічне та соціальне становище країн.

Зважаючи на вагомий внесок туристичної галузі в формування ВВП країни і забезпечення її соціально-економічного розвитку, на сьогоднішній день провідні держави знаходяться в активному пошуку дієвих механізмів подолання кризи в туристичній сфері, вихід з якої вбачають у стимулюванні внутрішнього туризму. На сьогодні багатьма країнами ініційовано проекти, спрямовані на активізацію його розвитку і розбудову сучасної супутньої інфраструктури. Активно розвиваються нові туристичні маршрути, реалізується інформаційна кампанія щодо популяризації туристичних

локацій, формуються регіональні туристичні хаби і спеціалізовані комунікаційні платформи для співпраці.

Однак, попри зазначені глобальні тенденції розвитку туристичної індустрії, в Україні внутрішній туризм до нині не розглядався як альтернатива закордонних подорожей. Діяльність вітчизняних підприємств туристичної індустрії наразі орієнтована переважно на задоволення попиту українців у відвідуванні закордонних туристичних дестинацій. Оскільки ігнорування державою потреби розвитку туристичної та супутньої інфраструктури призвело до її критичного становища, що знаходить відображення в катастрофічному стані автомобільних доріг та залізничної мережі, низькорозвиненій готельній інфраструктурі, невідповідності ціни і якості послуг, що надаються в курортних містах країни. Ці та інші негативні фактори перешкоджають повноцінному розвитку сегмента внутрішнього туризму, нівелюючи його конкурентні переваги порівняно із закордонними туристичними локаціями, і зумовлюючи зниження конкурентоспроможності вітчизняних підприємств туристичної індустрії на світовому ринку туристичних послуг.

З огляду на вище зазначене важливого значення набуває розбудова туристичної інфраструктури і популяризація локального туризму як базису забезпечення сталого зростання підприємств туристичної індустрії України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці забезпечення сталого розвитку вітчизняних підприємств, у т. ч. туристичної індустрії, присвячено наукові праці багатьох вчених, серед яких: В. Дикань, М. Корінь, Л. Малик, В. Овчиннікова, С. Панченко, О. Полякова, Т. Рябова, І. Токмакова, А. Толстова, О. Трегубов, Ю. Уткіна, О. Шраменко, Ю. Юрченко та ін. [1-9]. Науковцями досліджено стан і тенденції розвитку підприємств туристичної галузі, а також розкрито передумови забезпечення сталого розвитку суб'єктів господарювання в Україні. Віддаючи належне їх науковому внеску у вирішення проблем туристичної сфери, слід зазначити, що наразі потребує врегулювання питання розвитку внутрішнього ринку туристичних послуг і забезпечення на цій основі сталого розвитку підприємств туристичної індустрії України.

Метою наукової статті є розроблення інструментарію сталого зростання підприємств туристичної індустрії в аспекті розвитку локального туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Безумовно, сьогодні пандемія і пов'язані з нею глобальні кризові явища зумовили корінні трансформації в туристичній індустрії. Разом із традиційними для туристичної галузі тенденціями та циклічними коливаннями формуються нові тренди, зумовлені трансформацією структури попиту на туристичні послуги. На сьогодні активного розвитку набув сталий соціально-відповідальний туризм, зокрема екотуризм, а також зафіксовано зростання попиту на solo- (поодинокі), wellness- (під

егідію здорового способу життя), bleisure- (поєднання бізнес-подорожей та відпочинку) і slow-тури (так званий «повільний» відпочинок).

Туристичні галузі країн світу поступово адаптуються до нових паттернів поведінки споживачів. Найбільш показовим у цьому сенсі є приклад Китаю, що реалізував комплексний підхід до розвитку локального туризму. Так, рекламні акції з продажу турів персоналізовані для різних цільових аудиторій, уряд сприяє проведенню фестивалів і надає підтримку авіакомпаніям та турфірмам. Завдяки системі «кодів здоров'я», в якій використовуються популярні додатки для смартфонів і QR-коди, країні вдалося досягти значного обсягу внутрішніх поїздок і підтримати індустрію «на плаву». На світовому рівні загалом туристи стали обережнішими при виборі маршрутів та оцінки ризиків, підвищилися їхні запити до організації відпочинку та умов гігієни. При цьому потреба в подорожах не зменшилася. Завдання учасників ринку – проявити гнучкість, не чекаючи закінчення пандемії, адаптуватися до нових умов, адже відкладений попит на звичний закордонний відпочинок може реалізуватися не скоро [10].

Поряд з цим пандемія коронавірусу прискорила і цифрову трансформацію туристичної індустрії. З'являються нові цифрові сервіси, створюються нові можливості для організації персоналізованих турів і розширюються цифрові формати міжнародної співпраці у сфері туризму. Так, ще в березні 2019 р. дослідницька компанія Market Research Future прогнозувала, що темпи зростання світового ринку онлайн-туризму в найближчі чотири роки будуть складати понад 13 % на рік, а світовий ринок онлайн-подорожей виросте з 570,25 млрд дол. у 2017 р. до 1134,55 млрд дол. у 2023 р. Зважаючи на прискорення темпів цифровізації ці значення можуть бути ще

вищими [11]. Оскільки все більшої популярності набувають віртуальні екскурсії в режимі реального часу. Реалізація таких проектів туристичними компаніями сприяє створенню привабливого образу внутрішніх туристичних локацій, формуючи тим самим у населення відкладений попит на подорожі. У випадку формування позитивних вражень у людини від віртуальної подорожі, існує висока ймовірність реального відвідування туристичної локації в майбутньому.

У цьому сенсі активного розвитку набувають імерсивні технології, які забезпечують інтеграцію реального і віртуального простору. Використання технологій доповненої реальності створює безліч можливостей для розвитку туристичної індустрії і на сьогодні вже знайшло відображення в програмах та проектах розвитку туристичної галузі багатьох країн. Так, на сьогодні набули поширення туристичні продукти Lonely Planet's AR City Guides і FlippAR Go, що надають змогу ознайомлення з культурною спадщиною міст у форматі доповненої реальності на основі візуальних, аудіальних і навігаційних даних.

Такого роду інструменти фрагментарно використовуються і в Україні. Так, компанія Lenovo запустила масштабний проект віртуального контенту – «Київ: з ранку до світанку». Це VR-додаток для віртуальної подорожі знаковими, але для багатьох ще не відомими, місцями столиці України. Під час VR-туру учасники проживають день в весняному Києві, відвідуючи шість туристичних локацій (Будинок звукозапису Українського Радіо, Київський Велотрек, Технопарк UNIT City, Театр на Подолі, Арт-завод Платформа і Національна бібліотека ім. Вернадського). Пройти віртуальну екскурсію містом можна за допомогою VR-шолома Lenovo Explorer, безкоштовно скачавши додаток з офіційного веб-сайту

компанії [12]. Також, AR та VR технології використовують для проведення креативних промоційних кампаній з метою популяризації нових або давно відомих туристичних дестинацій.

Отже, на сьогодні вимоги населення до рівня забезпечення їх цифрового комфорту постійно зростають, що визначає потребу адаптації підприємств туристичної індустрії України до цифрових викликів. Важливого значення на цьому етапі набуває формування стійких цифрових екосистем співпраці стейкхолдерів, у т.ч. на основі проведення телемостів, цифрових роуд-шоу, вебінарів, воркшопів та ін., і розроблення адаптованих під клієнтів цифрових додатків. У межах такого роду цифрових рішень стане можливим забезпечення безшовної організації подорожей на основі інтеграції транспортних сервісів, послуг готельного розміщення, доставки їжі, організації дозвілля, що сприятиме реалізації індивідуальних туристичних маршрутів.

Дослідження тенденцій розвитку туристичної діяльності в Україні дає змогу дійти висновку щодо нестабільності її функціонування і низьку привабливість внутрішніх туристичних локацій для населення (рис. 1). Так, зростає кількість українців, які виїжджають за кордон, у т.ч. з метою туристичної подорожі. Якщо у 2000 р. громадяни України здійснили 13,4 млн зарубіжних поїздок, то у 2019 р. їх кількість перевищила позначку 30 млн. Фактично це означає перебіг валютних надходжень до економіки інших країн.

Щодо іноземних громадян, які відвідали Україну, слід зазначити, що у 2019 р. їх кількість склала 13,7 млн осіб (у 2000 р. – 6,4 млн осіб). У свою чергу, минулий 2020 р. виявився надзвичайно складним для туристичної галузі. Оскільки кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, знизилася в чотири рази порівняно з 2019 р. і досягла рівня 3,4 млн осіб. Найбільше іноземних відвідувачів прибуло з Молдови – понад

930 тис. осіб; Білорусі – близько 464 тис. осіб; Росії – понад 390 тис. осіб; Румунії – 229 тис. осіб і Туреччини – 149 тис. осіб [13]. Незважаючи на позитивну динаміку зростання кількості іноземних туристів у докоронакризові роки, слід вказати загалом на нестабільність показника протягом 2000-2020 рр. Це дає змогу дійти висновку, що Україні не вдалося сформувати позитивний імідж для іноземних туристів, які не розглядають

країну як привабливу локацію для відвідування.

Зважаючи на вагому значущість туристичної індустрії для нарощення економічного потенціалу України і покращення її іміджу на світовій арені державою приділяється активна увага пошуку ефективних механізмів та інструментів активізації розвитку туристичної індустрії.

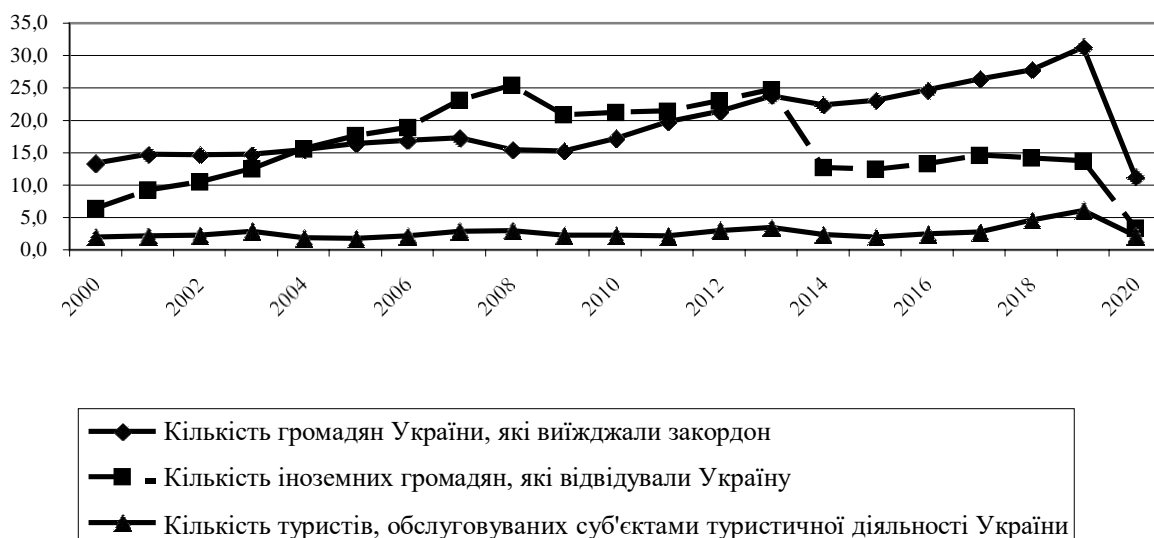


Рис. 1. Динаміка туристичних потоків України, млн осіб [14]

Так, у березні 2017 р. представлено Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 р., спрямовану на формування сприятливих умов для активізації розвитку зазначеної сфери діяльності згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі. Стратегією визначено інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів,

який передбачає поєднання таких складових [15]:

- галузевої (міжгалузева координація та системний розвиток складових сфери туризму та курортів);
- територіальної (міжрегіональна кооперація, досягнення рівномірного та збалансованого розвитку туристичних регіонів, територій, зон);
- секторальної (створення системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні).

У свою чергу, на початку лютого 2021 р. Кабінетом Міністрів України затверджено План заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій

та туризму, яким передбачено реалізацію комплексу заходів щодо забезпечення відродження та ефективного використання об'єктів культурної спадщини, розбудову сучасної туристичної інфраструктури і сприяння розвитку креативних індустрій. Серед заходів, спрямованих на розбудову туристичної інфраструктури, визначено: розроблення та реалізацію Державної цільової програми розвитку внутрішнього та в'їзного туризму «Мандруй Україною»; визначення механізму і джерел фінансування організації туристичних подорожей; розроблення та реалізація проекту «Туристичні магніти України»; запровадження Єдиного туристичного реєстру (національної системи збору і аналізу туристичних даних); проведення аналітичних досліджень у сфері туризму; реалізацію заходів з популяризації туристичних послуг; проведення різного роду конференцій та ін. [16].

Також, у цьому році планується запуск проєктів, спрямованих на цифрову трансформацію сфери культури та туризму, серед яких: е-Спадщина, е-Мистецтво, е-Туризм та е-Книга. Так, проєкт цифрової трансформації туризму та курортів е-Туризм передбачає [17]:

- розроблення реєстру суб'єктів туристичної діяльності України, який акумулюватиме інформацію та статистику про всі суб'єкти туристичної діяльності, реалізує можливість формування запитів на отримання категорії готелем чи ліцензії туроператора Держтуризму, а також реалізує автоматичну перевірку інформації, необхідної для надання ліцензії в страховій компанії і банківській установі (запуск проєкту заплановано на 3 квартал 2022 р.);

- створення туристичного порталу як інформаційного ресурсу з систематизацією даних про туристичну привабливість України, який міститиме інформацію для потенційного туриста, як внутрішнього так і іноземного; спрощуватиме процес планування мандрівки та висвітлення івентів у містах

подорожі (запуск проєкту заплановано на 3 квартал 2022 р.).

Загалом аналізуючи досвід розвитку туристичної індустрії в Україні стає зрозуміло, що на сьогодні державна політика в цій сфері має фрагментарний і непослідовний характер. Наразі вдалося започаткувати лише декілька локальних проєктів у цій сфері. Так, наприклад, при Міністерстві культури та інформаційної політики України діє програма «Малі міста – великі враження», на реалізацію якої у 2020 р. було передбачено 40 млн грн. Ці кошти після завершення карантину можна було використати для розвитку культурних подій у регіонах. Крім того, урядом країни запущено проєкт «Магніти України» з пошуку успішних українських проєктів-символів, які зможуть залучити інвесторів і стати центрами інновацій. Серед основних критеріїв відбору слід вказати на такі: проєкт повинен бути символічним, містити елемент культурної дипломатії, бути реалізованим за термін не більше п'яти років, мати довгостроковий соціально-економічний ефект (20+ років), великий масштаб (понад 10 млн євро) і соціальну підтримку суспільства. Серед прикладів успішних «магнітів» України названі: острів Хортиця, Дунайська рів'єра, Чорнобильська зона, Пилипець, Інноваційний центр Промприлад [18].

На сьогодні слід відзначити процеси пошуку такого роду «туристичних магнітів» на регіональному та місцевому рівні. Наразі розроблено і частково запущено такі проєкти популяризації внутрішнього туризму: проєкти нових туристичних маршрутів у Харкові, до яких ввійшли проєкти підземного маршруту, а також маршрутів, пов'язаних з польською і німецькою спадщиною XIX-XX ст.; новий маршрут для мандрівників під назвою «Місто великих планів і звершень, місто великої води і міцної землі» (Кременчук, Полтавська обл.); інтерактивний музей побуту козаків другої половини XIX ст.

(Батурин, Чернігівська обл.); проекти розвитку закарпатських «магнітів» Малого Карпатського кола – Синевир та Боржава; «Просування історико-культурної та природної спадщини Ужанської долини через формування нових партнерств та створення спільних продуктів», що передбачає відкриття десяти нових туристичних маршрутів (Закарпаття) та ін. [19].

Безумовно реалізація таких проектів в Україні сприятиме популяризації внутрішнього туризму і підвищенню привабливості туристичних локацій країни для іноземних туристів. Однак, поряд з цим слід зазначити, що сталий розвиток туристичної індустрії

потребує системного та зваженого підходу до його забезпечення, у т.ч. і гармонізації стратегічних та локальних ініціатив сталого зростання туристичної галузі, а також забезпечення злагодженої та взаємоузгодженої співпраці суб'єктів туристичної діяльності, що сприятиме отриманню довгострокових ефектів від реалізації проектів розвитку туризму.

З огляду на вище зазначене сформовано підхід до забезпечення сталого розвитку підприємств туристичної індустрії, що враховує принципи комплементарності та синергетичності при формуванні політики їх зростання і розкриває етапи забезпечення сталого розвитку підприємств цієї сфери (рис. 2).



Рис. 2. Підхід до забезпечення сталого розвитку підприємств туристичної індустрії України (розроблено автором)

Так, на першому етапі слід провести дослідження ринку туристичних послуг в Україні, проаналізувати його динаміку та структуру і визначити конструктивні та деструктивні фактори, які впливають на рівень розвитку туристичної індустрії в Україні. Другий етап пов'язаний із аналізом сучасного стану та проблем розвитку підприємств туристичної індустрії України, який включає ретроспективний аналіз динаміки їх розвитку, виявлення внутрішніх бар'єрів для забезпечення ефективного функціонування підприємств туристичної індустрії і визначення основних стейкхолдерів та особливостей їх взаємодії в процесі забезпечення сталого розвитку туристичної індустрії.

Третій етап – вивчення світового досвіду розвитку суб'єктів туристичної галузі та ідентифікація детермінант сталого зростання туристичної індустрії України, що передбачає дослідження світової практики розвитку підприємств цієї сфери, визначення можливостей її використання у вітчизняних реаліях і на цій основі виявлення ключових детермінант сталого розвитку підприємств туристичної індустрії України.

На четвертому етапі відбувається формування альтернатив сталого розвитку підприємств туристичної індустрії в Україні та інноваційного інструментарію їх реалізації. Як основні можна виділити такі сценарії розвитку підприємств туристичної індустрії в Україні: політика якісної модернізації і політика корінної трансформації.

Відповідно в межах кожної з альтернатив слід виділити інструменти їх реалізації: інструментами забезпечення якісної модернізації підприємств туристичної індустрії є рекламна компанія щодо популяризації туристичних дестинацій; локальні проекти інноваційної модернізації; єдина інформаційно-комунікаційна платформа співпраці підприємств; маркетинг взаємодії та ін.; інструментами забезпечення корінної

трансформації є міжсекторальна колаборація підприємств; цифрові формати комунікації стейкхолдерів; інноваційні технології трансформації діяльності; нові сегменти ринку туристичних послуг; приваблива цінова політика і персоналізовані пакети послуг для туристів та ін.

Заключний п'ятий етап – це моніторинг ефективності реалізації обраного сценарію забезпечення сталого розвитку туристичної індустрії в Україні і внесення відповідних коректив до його змісту.

Висновки. Досліджено сучасні тенденції розвитку туристичної індустрії і встановлено, що внаслідок поширення пандемії коронавірусу та посилення соціальної ізоляції країн відбулося критичне скорочення туристичних потоків і, як наслідок, поглиблення кризового стану галузі. Зазначено, що провідними країнами як альтернатива міжнародного туризму розглядається стимулювання внутрішнього попиту на туристичні послуги. Активно розвиваються нові туристичні маршрути, реалізується інформаційна кампанія щодо популяризації туристичних локацій, формуються регіональні туристичні хаби і спеціалізовані комунікаційні платформи для співпраці. Встановлено, що Україною до сьогодні туристична галузь не розглядалася як стратегічний пріоритет соціально-економічного розвитку країни і відповідно державою ігнорувалася необхідність розвитку її туристичного потенціалу. Зважаючи на стійку тенденцію скорочення туристичних потоків Україною доведено доцільність розроблення нових механізмів та інструментів забезпечення сталого зростання туристичної індустрії. Розроблено підхід до забезпечення сталого розвитку підприємств туристичної індустрії, що враховує принципи комплементарності та синергетичності і розкриває етапи забезпечення сталого зростання підприємств галузі.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1 Дикань В. В., Дикань Е. В., Белецкая Д. А. Формирование имиджевой привлекательности региона. 2019. *Сучасні тенденції та інноваційні напрями розвитку туристичних дестинацій* : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (29 березня 2019 р., м. Харків). Харків : Цифра-Принт, 2019. С. 156 – 161.

2 Дикань В. Л., Толстова А. В. Развитие экономики Украины на основе принципу рівноправності відносин держави, бізнесу та суспільства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 63. С. 9 – 19.

3 Дикань В. Л., Токмакова І. В., Овчиннікова В. О., Корінь М. В., Толстова А. В. Основы бизнеса : навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 290 с.

4 Малик Л. В. Развитие туризма в Украине как фактор реализации национальных интересов страны. *Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Економіка*. 2015. № 10. С. 53 – 61.

5 Панченко С. В., Дикань В. Л., Шраменко О. В., Полякова О. М., Уткіна Ю. М. Підприємництво. Ч. 2 : Реалізація підприємницької діяльності у сучасних ринкових умовах. Харків : УкрДУЗТ, 2018. 241 с.

6 Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4_2018/51.pdf (дата звернення: 28.02.2021).

7 Токмакова І. В., Шатохіна Д. А., Мельник С. В. Стратегічне управління розвитком підприємств в умовах цифровізації економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 64. С. 283 – 291.

8 Трегубов О. С. Особливості туристичної індустрії та її роль в економіці. *Економіка і організація управління*. 2016. № 1 (21). С. 190 – 200.

9 Юрченко Ю. Ю. Концептуальные направления развития внутреннего

туризма в Украине. *Економіка України*. 2016. № 6 (647). С. 29 – 39.

10 Сергей Пирожников: Пять трендов индустрии туризма в 2021 году. *snob.ru: веб-сайт*. URL: <https://snob.ru/entry/200532/> (дата звернення: 27.02.2021).

11 Как коронавирус меняет мировую туриндурию. *vedomosti.ru: веб-сайт*. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/12/20/851707-antivirus-puteshestvii> (дата обращения: 27.02.2021).

12 VR-приложение «Киев: с утра до рассвета» - первый виртуальный тур по столице Украины. *lenovo.ua: веб-сайт*. URL: <https://lenovo.ua/ru/blog/vr-dodatok-kiyiv-z-ranku-do-svitanku-pershij-virtualnij-tur-stoliceyu-ukrayini> (дата обращения: 01.03.2021).

13 Украинув прошлом году посетили в четыре раза меньше иностранцев, чем в 2019-м – Гостуризм. *УкрИнформ: веб-сайт*. URL: <https://www.ukrinform.ru/rubric-tourism/3200687-ukrainu-v-proslom-godu-posetili-v-cetyre-raza-mense-inostrancev-cem-v-2019m-gosturizm.html> (дата обращения: 02.03.2021).

14 Статистична інформація. *Державна служба статистики України: веб-сайт*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.03.2021).

15 Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/168-2017-%D1%80#n5> (дата звернення: 01.03.2021).

16 Про затвердження плану заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 03.02.2021 р. № 84-р. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/84->

2021-%D1%80#Text (дата звернення: 28.02.2021).

17 МКІП представило проекти цифрової трансформації у сфері культури та туризму. *Міністерство культури та інформаційної політики України: веб-сайт*. URL:

<https://mkip.gov.ua/news/5022.html> (дата звернення: 03.03.2021).

18 Магниты України. Правительство запустило проект по поиску новых символов страны, среди «жюри» - президент и премьер. *Новости бизнеса: веб-сайт*. URL:

<https://nv.ua/ukraine/events/novye-simvoly-ukrainy-pravitelstvo-zapustilo-proekt-podat-zayavku-novosti-ukrainy-50051433.html> (дата звернення: 02.03.2021).

19 Новости в сфере туризма. *УкрІнформ: веб-сайт*. URL: <https://www.ukrinform.ru/tag-turizm> (дата звернення: 04.03.2021).

REFERENCES

1 Dikan V. V., Dikan E. V. and Beleckaja D. A. (2019), "Formation of the image attractiveness of the region", *Suchasni tendentsii ta innovatsiini napriamy rozvytku turystychnykh destynatsii* [Current trends and innovative directions of development of tourist destinations], Kharkiv, Ukraine, March 29, pp. 156 – 161.

2 Dykan V. L. and Tolstova A. V. (2018) Rozvytok ekonomiky Ukrainy na osnovi pryntsyphu rivnopravnosti vidnosyn derzhavy, biznesu ta suspilstva [Development of the Ukrainian economy based on the principle of equal relations between the state, business and society], *Bulletin of Economics of Transport and Industry*, № 63, pp. 9 – 19.

3 Dykan V. L., Tokmakova I. V., Ovchynnikova V. O., Korin M. V. and Tolstova A. V. (2018), Osnovy biznesu [Business basics], USURT, Kharkiv, Ukraine.

4 Malik L. V. (2015) Razvitie turizma v Ukraine kak faktor realizacii nacional'nyh interesov strany [Development of tourism in Ukraine as a factor of realization of national

interests of the country], *Bulletin of Mariupol State University. Series: Economics*, № 10, pp. 53 – 61.

5 Panchenko S. V., Dykan V. L., Shramenko O. V., Poliakova O. M. and Utkina Yu. M. (2018), Pidprijemnytstvo. Realizatsiia pidprijemnytskoi diialnosti u suchasnykh rynkovykh umovakh [Entrepreneurship. Implementation of entrepreneurial activity in modern market conditions], USURT, Kharkiv, Ukraine.

6 Riabova T. A. (2018) Stan ta perspektyvy rozvytku turystychnoi haluzi v Ukraini [State and prospects of development of the tourism industry in Ukraine], *Efficient economy*, № 4, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/51.pdf (Accessed 28 Feb 2021).

7 Tokmakova I. V., Shatokhina D. A. and Melnyk S. V. (2018) Stratehichne upravlinnia rozvytkom pidprijemstv v umovakh tsyvrovizatsii ekonomiky [Strategic management of enterprise development in the context of digitalization of the economy], *Bulletin of Economics of Transport and Industry*, № 64, pp. 283 – 291.

8 Trehubov O. S. (2016) Osoblyvosti turystychnoi industrii ta yii rol v ekonomitsi [Features of the tourism industry and its role in the economy], *Economics and management organization*, № 1 (21), pp. 190 – 200.

9 Jurchenko Ju. Ju. (2016) Konceptual'nye napravlenija razvitija vnutrennego turizma v Ukraine [Conceptual directions of development of domestic tourism in Ukraine], *Economy of Ukraine*, № 6 (647), pp. 29 – 39.

10 *snob.ru: website* (2020), "Sergey Pirozhnikov: Five trends of the tourism industry in 2021", available at: <https://snob.ru/entry/200532/> (Accessed 27 Feb 2021).

11 *vedomosti.ru: website* (2020), "How the coronavirus is changing the global travel industry", available at: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/12/20/>

851707-antivirus-puteshestvii (Accessed 27 Feb 2021).

12 *lenovo.ua: website* (2018), “VR app “Kiev: from morning till dawn” – the first virtual tour of the capital of Ukraine”, available at: <https://lenovo.ua/ru/blog/vr-dodatok-kiyiv-z-ranku-do-svitanku-pershij-virtualnij-tur-stoliceyu-ukrayini> (Accessed 01 Mar 2021).

13 *ukrinform.ru: website* (2021), “Last year, Ukraine was visited by four times fewer foreigners than in 2019-Gosturizm”, available at: <https://www.ukrinform.ru/rubric-tourism/3200687-ukrainu-v-proslom-godu-posetili-v-cetyre-raza-mense-inostrancev-cem-v-2019m-gosturizm.html> (Accessed 02 Mar 2021).

14 *Official website of State statistics service of Ukraine* (2020), “Statistical information”, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 01 Mar 2021).

15 *Cabinet of Ministers of Ukraine* (2017), “On approval of the strategy for the development of Tourism and resorts for the period up to 2026”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/168-2017-%D1%80#n5> (Accessed 01 Mar 2021).

16 *Cabinet of Ministers of Ukraine* (2021), “On approval of the action plan to support the sphere of Culture, protection of cultural heritage, development of creative industries and tourism”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/84-2021-%D1%80#Text> (Accessed 28 Feb 2021).

17 *Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine* (2021), “MKIP presents digital transformation projects in the field of culture and tourism”, available at: <https://mkip.gov.ua/news/5022.html> (Accessed 03 Mar 2021).

18 *nv.ua: website* (2019), “Magnets of Ukraine. The government has launched a project to find new symbols of the country, among the “jury” - the president and the prime minister”, available at: <https://nv.ua/ukraine/events/novye-simvoly-ukrainy-pravitelstvo-zapustilo-proekt-podat-zayavku-novosti-ukrainy-50051433.html> (Accessed 02 Mar 2021).

19 *ukrinform.ru: website* (2021), “News in the field of tourism”, available at: <https://www.ukrinform.ru/tag-turizm> (Accessed 04 Mar 2021).