

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра туризму та країнознавства

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ

Гарант освітньої програми

к.пед.н., доцент

_____ Богатирьова Г.А.

« ____ » _____ 2022 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр»

зі спеціальності 242 «Туризм»

освітньої програми «Туризм»

на тему: «Аналіз соціально-економічних індикаторів розвитку туризму у
країнах ЄС»

Виконав здобувач вищої
освіти

Студентка 4 курсу групи зТУР-18

Таноніна Маргарита Денисівна

(підпис)

Керівник:

д.е.н., професор Горіна Г.О.

(підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань

Здобувач вищої освіти _____

Кривий Ріг
2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра туризму та країнознавства
Форма здобуття вищої освіти заочна
Ступінь «Бакалавр»
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми

к.пед.н., доцент

_____ Богатирьова Г.А.

« ____ » _____ 2022 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Таноніній Маргариті Денисівні

1. Тема роботи: «Аналіз соціально-економічних індикаторів розвитку туризму у країнах ЄС»
Керівник роботи д.е.н., професор Горіна Г.О.
Затверджені наказом ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського
від « ____ » _____ 2022 року №
2. Строк подання студентом роботи: «23» травня 2022 року
3. Вихідні дані до роботи: монографічна і періодична наукова література, статистичні та аналітичні данні міжнародних організацій (, World Tourism Organization, World Travel and Tourism Council, European Comission, Organization for Economic Co-operation and Development), данні мережі Інтернет.
4. Зміст (перелік питань, які потрібно розробити):
 - 1) аналіз теоретичних засад розвитку туризму в країнах ЄС;
 - 2) діагностика соціально-економічних індикаторів розвитку туризму у країнах ЄС;
 - 3) надання пропозицій щодо відновлення туризму після COVID-19 у країнах ЄС.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) графіки, таблиці, схеми, рисунки.

6. Дата видачі завдання «01» лютого 2022 року.

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Добір та аналіз літературних джерел, визначення об'єкту, предмету та завдань дослідження.	01.02.2022 - 15.02.2022	
2	Підготовка основної частини роботи	16.02.2022-01.04.2022 р.	
3	Підготовка висновків та рекомендацій роботи	02.04.2022 – 09.05.2022 р.	
5	Аналіз та інтерпретація отриманих результатів, оформлення роботи	10.05.2022-16.05.2022	
6	Надання виконаної та оформленої кваліфікаційної роботи на кафедрі відповідно до вимог STU 02.02-30-2020	21.05.2022 р.	

Здобувач В.О.

(підпис)

Таноніна М. Д.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Горіна Г.О.

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

сторінок – 48 рисуноків – 9 таблиць – 10 додатків – 0
графічного матеріалу - 0 використаних джерел – 35

Об'єкт дослідження: туризму у країнах ЄС.

Предмет дослідження: соціально-економічні індикатори розвитку туризму у країнах ЄС.

Мета дослідження: здійснення аналізу соціально-економічних індикаторів розвитку туризму у країнах ЄС та надання пропозицій щодо відновлення туризму після COVID-19 у країнах ЄС.

Методи дослідження: аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія, логічне узагальнення та наукова абстракція; порівняльні, графічні й табличні методи (для наочного зображення матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень).

Основні результати дослідження: розглянуто особливості політики ЄС в сфері туризму; проаналізовано динаміку обсягів експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, обсягів імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС; проаналізовано зовнішньоторговельний обіг послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС; картографічно побудовано просторовий розподіл країн світу за зовнішньоторговельним обігом послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами; розраховано сальдо зовнішньої торгівлі та зовнішньоторговельний обіг послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС; проаналізовано Динаміку обсягів ВВП, створюваного безпосередньо в туризмі за країнами ЄС, млн. дол. США, 2015-2019 рр.; проаналізовано ВВП, створюваний безпосередньо в туризмі за країнами ЄС, % від ВВП; досліджено динаміку обсягів кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС; надано пропозиції щодо відновлення туризму після COVID-19 у країнах ЄС зі збереження кадрового потенціалу.

Ключові слова: країни ЄС, соціально-економічні індикатори, туризм, туристичні послуги, ВВП, зайнятість населення, туристичні потоки, COVID-19.

ЗМІСТ

Вступ	7
Основна частина	9
Висновки та рекомендації	41
Список використаних джерел	49

ВСТУП

Туристична галузь XXI століття – унікальне суспільно-економічне явище. Поставши, як напрямок задоволення рекреаційних та пізнавальних потреб людини, вона швидко еволюціонувала до механізму створення споживчого ринку для продажі товарів власного виробництва. Розширившись зі сфери послуг до виробництва, ІТ технологій, туризм все більше інтегрувався з іншими галузями. Як результат, 2019 року частка доходів отриманих від туризму склала 10% світового ВВП. Прикладом до наслідування у принципах розвитку туризму та протидії загрозам сучасності виступають країни ЄС. За кількістю туристичних відвідувань та отриманих прибутків вони не перший рік є лідером галузі. Близькість же розташування України до найбільшого туристичного ринку відкриває перед нею значні перспективи розвитку.

Туристична галузь відіграє важливу роль в світовій економіці та економіці країн Європейського Союзу (ЄС), зокрема, та демонструє швидкі темпи післякризового відновлення. Туристичний сектор посідає третє місце за соціально-економічною активністю у ЄС та робить важливий внесок у ВВП та зайнятість населення країн ЄС. Європейські країни займають лідируючі місця серед туристичних дестинацій та є найпривабливішими туристичними напрямками. Туризм сприяє розвитку європейських регіонів, допомагає зберегти і зміцнити культурну і природну спадщину, він розглядається не тільки як сектор, що забезпечує значну частку робочих місць, зростання і соціально-економічну єдність, але і в якості основного фактору, що сприяє економічному відновленню держав-членів ЄС. З огляду на це, велику зацікавленість викликають теоретичні та аналітичні питання дослідження економіки туризму у країнах ЄС, а саме соціально-економічних індикаторів розвитку.

Об'єкт дослідження: туризму у країнах ЄС.

Предмет дослідження: соціально-економічні індикатори розвитку туризму у країнах ЄС.

Мета дослідження: здійснення аналізу соціально-економічних індикаторів розвитку туризму у країнах ЄС та надання пропозицій щодо відновлення туризму після COVID-19 у країнах ЄС.

Завдання дослідження

- здійснити аналіз теоретичних засад розвитку туризму в країнах ЄС;
- провести діагностику соціально-економічних індикаторів розвитку туризму у країнах ЄС;
- надати пропозиції щодо відновлення туризму після COVID-19 у країнах ЄС.

Кваліфікаційна робота складається з вступу, основної частини, висновків та рекомендацій, списку використаних джерел з 35 найменувань. Загальний обсяг роботи складає 48 сторінок.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

Володіючи багатою культурною спадщиною і різноманітністю, і включаючи в себе одні з найпопулярніших туристичних DESTИНАЦІЙ та основних ринків збуту в світі, Європа продовжує залишатися найбільш відвідуваним регіоном, приймаючи половину міжнародних туристичних прибуттів в світі. В межах Європи 28 країн Європейського союзу становлять основну частину міжнародних прибуттів у регіон, близько 81% від загального числа в Європі і 40% від світового показника. У країнах ЄС внесок туризму до ВВП дорівнює 10%, туристична галузь створює робочі місця для 26 мільйонів осіб – завдяки своєму прямому, непрямому і індукованому впливу на економіку. Окрім створення робочих місць, туризм допомагає розвивати зв'язки між суспільствами. Туризм є одним з найбільш швидкозростаючих секторів європейської економіки, демонструючи свою стійкість і гнучкість [1].

Разом з тим, туристична галузь, у тому числі країн ЄС, вимагає цілеспрямованої підтримки на всіх рівнях, щоб залишатися конкурентоспроможною в умовах посиленої конкуренції з боку країн, що не входять до ЄС. Підвищення інвестицій, підтримка малого та середнього бізнесу, використання можливостей цифрової економіки та опанування професіоналами у сфері туризму відповідних навичок – лише деякі сфери, на які повинна бути зосереджена увага політики в сфері туризму в країнах ЄС. Розуміння потенціалу європейського туризму – разом із його викликами та тенденціями – є незамінним при формуванні відповідної та перспективної політики в умовах, що постійно змінюються.

Політика ЄС в сфері туризму спрямована на збереження позиції Європи в якості провідного туристичного напрямку при максимальному збільшенні внеску галузі в зростання і зайнятість, а також просування співпраці між країнами ЄС, зокрема, шляхом обміну передовим досвідом. Компетенція ЄС в сфері туризму – це підтримка і координація дій в сфері туризму у доповнення до дій країн-членів ЄС [2].

У червні 2010 р. Європейська Комісія оприлюднила повідомлення до Європейського парламенту, Ради, Європейського економічного та соціального комітету та Комітету регіонів під назвою «Європа – світовий туристичний напрямок №1 – нова політична база для туризму в Європі» [3]. У цьому повідомленні було викладено нову стратегію та план дій щодо туризму в ЄС, а також визначено чотири пріоритети для дії:

- стимулювати конкурентоспроможність у європейському туристичному секторі;
- сприяти розвитку стійкого, відповідального та якісного туризму;
- закріпити імідж Європи як сукупності стійких, якісних DESTИНАЦІЙ;
- максимізувати потенціал фінансової політики ЄС щодо розвитку туризму.

Був розроблений регулярно оновлюваний план реалізації, в якому викладені основні ініціативи, які повинні бути реалізовані в рамках стратегії у

співпраці з державними органами, туристичними асоціаціями та іншими зацікавленими сторонами в сфері державного і приватного туризму.

На сьогоднішній день Комісія успішно виконала більшість дій, викладених в Повідомленні, зосередивши увагу на таких пріоритетах [2]:

- зростання попиту на туризм, як всередині ЄС, так і за його межами;
- поліпшення асортименту пропонованих туристичних продуктів і послуг;
- підвищення якості туризму, стійкості, доступності, навичок і використання ІКТ;
- зміцнення бази соціально-економічних знань в галузі;
- просування Європи як унікального туристичного напрямку;
- включення туризму в інші політики ЄС.

У грудні 2013 р. Європейська Комісія започаткувала дві громадські консультації, щоб отримати думку туристичного сектору щодо «Європейського туризму майбутнього» та «Нормативно-адміністративної бази щодо туризму в ЄС».

Метою першої Консультації було визначити ключові виклики та можливості європейської туристичної індустрії та допомогти переглянути план дій для туристичного сектору, прийнятий Європейською Комісією у 2010 р. у повідомленні «Європа - світовий туристичний напрямок № 1 - нова політична база для туризму в Європі». У другій Консультації зацікавленими сторонами було визначено політичні ініціативи чи адміністративні практики, які накладають тягар на туристичний бізнес, а також приклади належних практик, які позитивно впливають на галузь.

Ключовим індикатором сталого розвитку туризму є зовнішня торгівля туристичними послугами, її обіг та сальдо. У свою чергу позитивне сальдо торговельного балансу туристичними послугами свідчить, що туристична галузь є джерелом надходжень до ВВП країн, поповнення бюджетів усіх рівнів та пришвидшує інтенсифікацію відтворювального процесу.

Понятійно-категоріальний апарат зовнішньої торгівлі послугами в цілому та туристичними послугами, зокрема, надано у Методологічних положеннях зі статистики зовнішньої торгівлі послугами [4]. Так, *послуги з подорожей* «охоплюють товари і послуги, придбані в країні відвідування нерезидентами цієї країни для власного споживання або подальшої передачі третій особі. Сюди відносяться послуги з проживання, витрати на продукти харчування та напої, витрати на транспортне обслуговування на території країни відвідування (споживання яких здійснюється на території країни-виробника). Також включаються витрати на подарунки, сувеніри та будь-які інші предмети, придбані для особистого користування приїжджими, які можуть бути вивезені з відвідуваної країни. Уключаються куплені нерезидентом або надані нерезиденту під час подорожі товари і послуги для власного користування або подарунки, які за інших обставин можна було б віднести до інших груп, такі як поштові послуги, телекомунікаційні послуги та транспорт. Сюди також включаються транспортні

послуги, надані в межах країни відвідування, коли такі послуги надаються транспортними компаніями-резидентами такої країни, за винятком міжнародних пасажирських перевезень» [4]. Тоді як, «*туристичні послуги* охоплюють товари і послуги, придбані особами, що виїжджають за кордон, у цілях, відмінних від ділових, наприклад, для проведення відпустки, участі в розважальних і культурних заходах, відвідування друзів і родичів, паломництва, а також для навчання і проходження курсу лікування» [4].

За даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку (United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)) [5] та Світової організації торгівлі (World trade organization (WTO)) [6] найбільшими експортерами послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами серед країн ЄС у 2016-2018 р. були *Іспанія* (60462,25 млн. дол. США; 67943,63 млн. дол. США; 72857,56 млн. дол. США відповідно), *Франція* (54495,67 млн. дол. США; 60529,81 млн. дол. США; 65782,1 млн. дол. США відповідно), *Великобританія* (47906,25 млн. дол. США; 51210,87 млн. дол. США; 54181,56 млн. дол. США відповідно), *Італія* (40218,79 млн. дол. США; 44123,18 млн. дол. США; 48410,2 млн. дол. США відповідно) та *Німеччина* (37429,96 млн. дол. США; 39724,03 млн. дол. США; 42617,99 млн. дол. США відповідно) (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка обсягів експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торгівельний партнер – усі країни світу), млн. дол. США, 2016-2018 рр. (складено та розраховано автором за даними [5,6])

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Австрія	19248,15	20410,25	23215,09	3966,94	20,61
Бельгія	11554,86	12453,27	13404,22	1849,36	16,01
Болгарія	3633,63	4045,01	4416,03	782,4	21,53
Хорватія	9512,05	10641,9	11530,21	2018,16	21,22
Кіпр	2754,32	3120,36	3278,72	524,4	19,04
Чеська республіка	6308,66	6931,99	7414,07	1105,41	17,52
Данія	7495,06	7959,87	8266,53	771,47	10,29
Естонія	1533,79	1626,22	1768,77	234,98	15,32
Фінляндія	2645,92	3381,8	3591,01	945,09	35,72
Франція	54495,67	60529,81	65782,1	11286,43	20,71
Німеччина	37429,96	39724,03	42617,99	5188,03	13,86
Греція	14608,72	16486,53	18403,67	3794,95	25,98
Угорщина	5664,2	6173,92	6827,58	1163,38	20,54
Ірландія	5182,32	5601,77	6105,05	922,73	17,81
Італія	40218,79	44123,18	48410,2	8191,41	20,37
Латвія	898,2	944,34	1050,29	152,09	16,93
Литва	1210,06	1317,79	1412,46	202,4	16,73
Люксембург	4246,52	4540,24	4957,43	710,91	16,74

Продовження табл. 1

Мальта	1445,19	1721,89	1819,27	374,08	25,88
Нідерланди	14924,09	16601,69	18525,55	3601,46	24,13
Польща	10961,28	12693,73	13955,78	2994,5	27,32
Португалія	14027,11	17075,78	19311,44	5284,33	37,67
Румунія	1734,13	2522,34	2752,25	1018,12	58,71
Словацька Республіка	2746,35	2916,17	3173,53	427,18	15,55
Словенія	2422,92	2743,08	3168,66	745,74	30,78
Іспанія	60462,25	67943,63	72857,56	12395,31	20,50
Швеція	12746,64	14143,17	14926,98	2180,34	17,11
Об'єднане Королівство	47906,25	51210,87	54181,56	6275,31	13,10
ЄС	398017,1	439584,6	477124	79106,91	19,88

Зазначені країни-лідери експортери послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами серед країн ЄС також входять до Топ-10 найпопулярніших та найвідвідуваніших дестинацій у світі. Так, у 2018 р. на *Францію* припадало 89,400 тис. відвідувачів (1 місце світового рейтингу), на *Іспанію* – 82,773 тис. відвідувачів (2 місце світового рейтингу), на *Італію* – 62,146 тис. відвідувачів (5 місце світового рейтингу), на *Німеччину* – 38,881 тис. відвідувачів (8 місце світового рейтингу), на *Великобританію* – 36,316 тис. відвідувачів (10 місце світового рейтингу) [7].

У рейтингу країн світу за надходженнями від міжнародного туризму визначені країни також посідають лідируючі позиції чарту, а саме: *Іспанія* – 2 місце рейтингу (73,765 млн. дол. США), *Франція* – 3 місце рейтингу (67,370 млн. дол. США), *Великобританія* – 5 місце рейтингу (51,882 млн. дол. США), *Італія* – 6 місце рейтингу (49,262 млн. дол. США), *Німеччина* – 8 місце рейтингу (42,977 млн. дол. США) [7].

Найбільший приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС за аналізований період (2016-2018 рр.) відбувся у *Румунії* (+58,71, що становило 1018,12 млн. дол. США), *Португалії* (+37,67% – 5284,33 млн. дол. США), *Фінляндії* (+35,72% – 945,09 млн. дол. США), *Словенії* (+30,78% – 745,74 млн. дол. США) та *Польщі* (+27,32% – 2994,5 млн. дол. США). Загалом по ЄС приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами до інших країн світу склав 19,88% (79106,91 млн. дол. США).

Досліджуючи динаміку обсягів імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС доцільно дійти висновку про наявність наступних лідерів серед країн-імпортерів зазначених видів послуг у 2016-2018 рр., а саме: *Німеччина* (79735,84 млн. дол. США; 88842,95 млн. дол. США; 93035,63 млн. дол. США відповідно), *Великобританія* (73179,2 млн. дол. США; 71428,3 млн. дол. США; 76582,17 млн. дол. США відповідно), *Франція* (40244,01 млн. дол. США; 41325,34 млн. дол. США; 47272,17 млн. дол. США відповідно), *Італія* (24939,52 млн. дол. США; 27673,51 млн. дол. США; 29879,75 млн. дол. США відповідно) та *Іспанія* (19289,07 млн. дол. США; 22233,56 млн. дол. США; 25628,28 млн. дол. США відповідно) (табл. 2).

Таблиця 2 – Динаміка обсягів імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торгівельний партнер – усі країни світу), млн. дол. США, 2016-2018 рр. (складено та розраховано автором за даними [5, 6])

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Австрія	9734,14	10653,63	11821,57	2087,43	21,44
Бельгія	19401,9	20645,77	22313,44	2911,54	15,01
Болгарія	1356,86	1684,14	1857,39	500,53	36,89
Хорватія	943,16	1354,18	1646,78	703,62	74,60
Кіпр	1095,09	1315,08	1428,25	333,16	30,42
Чеська республіка	4919,01	5428,31	5931,78	1012,77	20,59
Данія	9175,83	9760,46	10515,12	1339,29	14,60
Естонія	1161,35	1246,12	1473,91	312,56	26,91
Фінляндія	5191,17	5571,35	6034,38	843,21	16,24
Франція	40244,01	41325,34	47272,17	7028,16	17,46
Німеччина	79735,84	88842,95	93035,63	13299,79	16,68
Греція	10277,59	11329,99	12784,6	2507,01	24,39
Угорщина	2161,76	2449,34	2617,12	455,36	21,06
Ірландія	6219,89	6551,74	7393,23	1173,34	18,86
Італія	24939,52	27673,51	29879,75	4940,23	19,81
Латвія	694,66	720,08	770,18	75,52	10,87
Литва	1012,28	1108,86	1189,66	177,38	17,52
Люксембург	2856,08	2981,75	3186,44	330,36	11,57
Мальта	407,84	466,53	511,52	103,68	25,42
Нідерланди	19893,48	21473,36	22434,17	2540,69	12,77
Польща	7966,96	8801,61	9685,02	1718,06	21,56
Португалія	4258,68	4837,74	5530,66	1271,98	29,87
Румунія	2134,7	3468,46	4281,59	2146,89	100,57
Словацька Республіка	2237,3	2394,87	2606,21	368,91	16,49
Словенія	944,54	994,03	1163,7	219,16	23,20
Іспанія	19289,07	22233,56	25628,28	6339,21	32,86
Швеція	14886,71	17023,94	18002,2	3115,49	20,93
Об'єднане Королівство	73179,2	71428,3	76582,17	3402,97	4,65
ЄС	366318,6	393765	427576,9	61258,3	16,72

Найбільший приріст обсягу імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС за аналізований період (2016-2018 рр.) відбувся у Румунії (+100,57%, що становило 2146,89 млн. дол. США), Хорватії (+74,60% – 703,62 млн. дол. США), Болгарії (+36,89% – 500,53 млн. дол. США), Іспанії (+32,86% – 6339,21 млн. дол. США) та Кіпрі (+30,42% – 333,16 млн. дол. США). Загалом по ЄС приріст обсягу імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами до інших країн світу склав 16,72%, що дорівнює 61258,3 млн. дол. США).

Досліджуючи зовнішньоторговельний обіг послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС, який відбиває обсяги міжнародного обміну відповідними послугами доцільно виокремити країни, які домінують у цьому напрямку, а саме: *Німеччина* – 117165,8 млн. дол. США у 2016 р., 128566,98 млн. дол. США у 2017 р., 135653,62 млн. дол. США у 2018 р., *Великобританія* – 121085,45 млн. дол. США, 122639,17 млн. дол. США, 130763,73 млн. дол. США відповідно, *Франція* – 94739,68 млн. дол. США, 101855,15 млн. дол. США, 113054,27 млн. дол. США відповідно, *Іспанія* – 79751,32 млн. дол. США у, 90177,19 млн. дол. США, 98485,84 млн. дол. США відповідно, *Італія* – 65158,31 млн. дол. США, 71796,69 млн. дол. США, 78289,95 млн. дол. США відповідно (рис. 1).

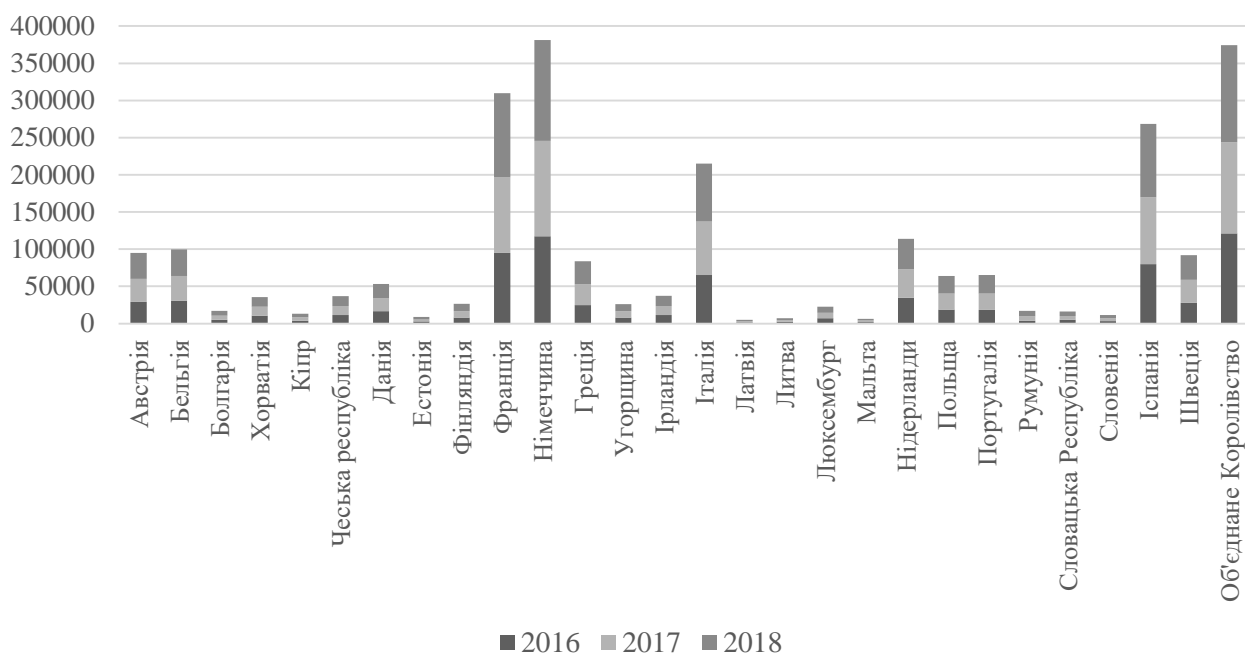


Рисунок 1 – Зовнішньоторговельний обіг послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торгівельний партнер – усі країни світу), млн. дол. США, 2016-2018 рр. (складено автором за даними [5,6])

Найменші обсяги зовнішньоторговельного обігу послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС за досліджуваний період було зафіксовано у Словенії, Естонії, Литві, Мальті та Латвії.

Порівнюючи країни ЄС з іншими країнами світу за зовнішньоторговельним обігом послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами виявляється очевидним, що вони не займають топові позиції, а знаходяться у середній ланці рейтингу (рис. 2). Лідерами ранжування за цим показником традиційно є США та Китай.

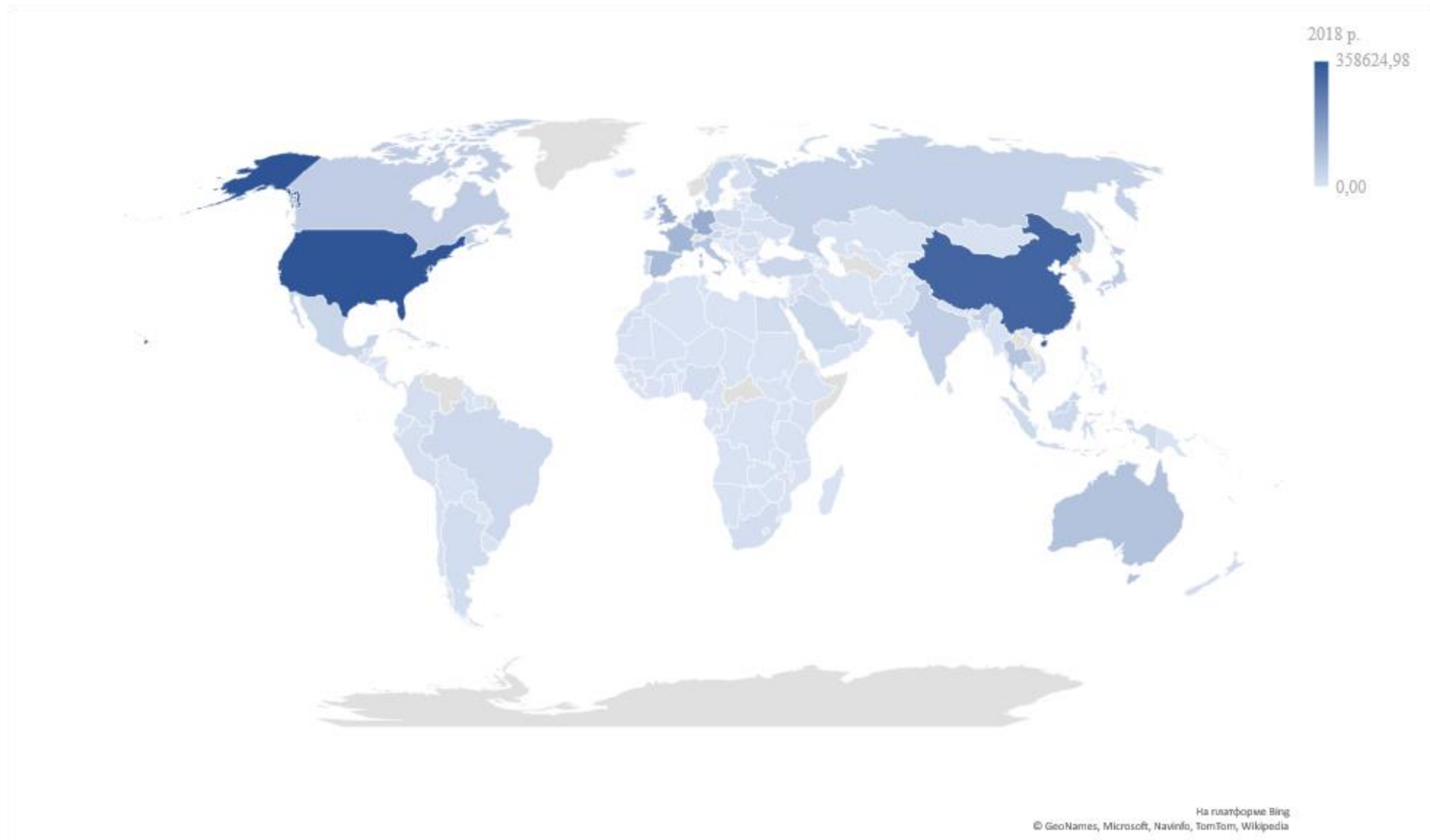


Рисунок 2 – Просторовий розподіл країн світу за зовнішньоторговельним обігом послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, млн. дол. США, 2018 р. (складено та розраховано автором за даними [5,6])

Ключовим показником зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами є *сальдо зовнішньої торгівлі* відповідними *послугами* – різниця між фінансовими надходженнями (як оплата за надані туристичні послуги українськими виробниками) й витратами (як оплата за отримані українськими споживачами від закордонних виробників туристичних послуг) за певний проміжок часу. Перевищення обсягу надходжень фінансів свідчить про позитивне сальдо, перевищення обсягу витрат – про негативне [4].

2016-2018 рр. відзначились для ЄС позитивним сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, а отже перевищенням експорту над імпортом і досягло 31698,47 млн. дол. США, 45819,63 млн. дол. США, 49547,08 млн. дол. США відповідно. За країновим розподілом у п'ятірку держав-лідерів увійшли *Іспанія, Італія, Франція, Португалія та Австрія*, позитивне сальдо яких у 2018 р. склало 47229,28 млн. дол. США, 18530,45 млн. дол. США, 18509,93 млн. дол. США, 13780,78 млн. дол. США та 11393,52 млн. дол. США відповідно (рис. 3).

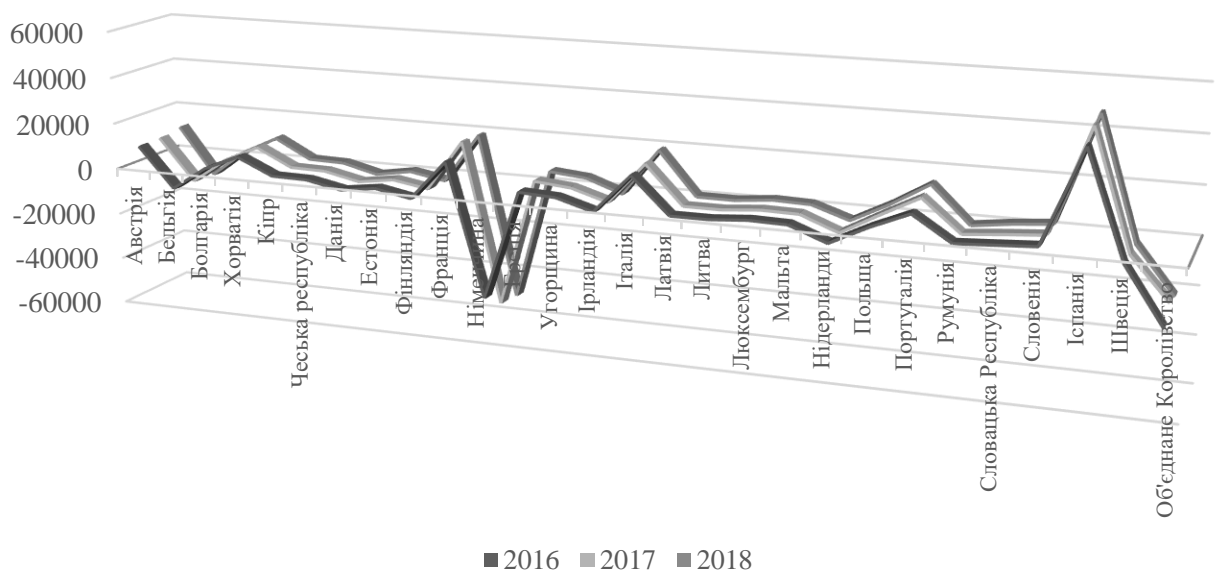


Рисунок 3 – Сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торгівельний партнер – усі країни світу), млн. дол. США, 2016-2018 рр. (складено автором за даними [5,6])

Найбільше негативне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами у 2016-2018 рр. було зафіксовано у *Швеції, Нідерландах, Бельгії, Об'єднаному Королівстві та Німеччині*, що свідчить про перевищення імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами над експортом, отже країни більше купують відповідні послуги, ніж продають.

Для більш ґрунтовного дослідження зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами в країнах ЄС доцільно проаналізувати

вищенаведені показники, проте розглядаючи торговельним партнером не усі країни світу, а виключно країни ЄС.

За даними UNCTAD та WTO найбільшими експортерами послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами серед країн ЄС до країн ЄС у 2016-2018 р. були Франція (29547,52 млн. дол. США; 32870,28 млн. дол. США; 37495,35 млн. дол. США відповідно), Італія (22974,77 млн. дол. США; 25797,01 млн. дол. США; 28526,44 відповідно), Німеччина (23338,7 млн. дол. США; 24843,44 млн. дол. США; 27214,27 млн. дол. США відповідно), Великобританія (23015,41 млн. дол. США; 24536,64 млн. дол. США; 25773,43 млн. дол. США відповідно) та Австрія (15752,71 млн. дол. США; 16564,17 млн. дол. США; 18907,11 млн. дол. США відповідно).

Найбільший приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС за аналізований період (2016-2018 рр.) у відносному вираженні відбувся у Румунії (+77,37%, що становило 885,07 млн. дол. США), Португалії (+33,6% – 3733,85 млн. дол. США), Фінляндії (+27,56% – 378,08 млн. дол. США), Словенії (+27,47% – 575,9 млн. дол. США) та Франції (+26,9% – 7947,83 млн. дол. США). Загалом по ЄС обсяги експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами до країн ЄС скоротились на 2,61%, що дорівнює 6567,02 млн. дол. США) (табл. 3).

Таблиця 3 – Динаміка обсягів експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торгівельний партнер – країни ЄС), млн. дол. США, 2016-2018 рр. (складено та розраховано автором за даними [5, 6])

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Австрія	15752,71	16564,17	18907,11	3154,4	20,02
Бельгія	10293,85	10974,79	11819,28	1525,43	14,82
Болгарія	2175,89	2472,9	2685,49	509,6	23,42
Хорватія	7767,52	8514,74	9546,48	1778,96	22,90
Кіпр	1662,55	1842,47	2063,78	401,23	24,13
Чеська Республіка	3865,96	4030,6	4260,37	394,41	10,20
Данія	5234,64	5558,48	5833,84	599,2	11,45
Естонія	1093,98	1146,16	1241,15	147,17	13,45
Фінляндія	1371,63	1664,42	1749,71	378,08	27,56
Франція	29547,52	32870,28	37495,35	7947,83	26,90
Німеччина	23338,7	24843,44	27214,27	3875,57	16,61
Греція	2218,17	2146,5	2572,5	354,33	15,97
Угорщина	3916,08	4266,51	4709,21	793,13	20,25
Ірландія	2914,71	3015,56	н/д	-	-
Італія	22974,77	25797,01	28526,44	5551,67	24,16
Латвія	609,49	673,88	751,13	141,64	23,24
Литва	522,82	581,7	628,26	105,44	20,17
Люксембург	4141,43	4425,3	4834,1	692,67	16,73
Мальта	1175,84	1408,61	1467,71	291,87	24,82

Продовження табл. 3

Нідерланди	12953,37	14137,97	15662,1	2708,73	20,91
Польща	6475,66	7041,17	7679,99	1204,33	18,60
Португалія	11113,51	13155,32	14847,36	3733,85	33,60
Румунія	1143,84	1825,49	2028,91	885,07	77,38
Словацька Республіка	2466,94	2566,83	2811,05	344,11	13,95
Словенія	2096,16	2355,88	2672,06	575,9	27,47
Іспанія	45614,38	50453,16	н/д	-	-
Швеція	6486,79	7197,53	7596,22	1109,43	17,10
Об'єднане Королівство	23015,41	24536,64	25773,43	2758,02	11,98
ЄС	251944,3	276067,5	245377,3	-6567,02	-2,61

Найбільший приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС за аналізований період (2016-2018 рр.) у відносному вираженні відбувся у *Румунії* (+77,37%, що становило 885,07 млн. дол. США), *Португалії* (+33,6% – 3733,85 млн. дол. США), *Фінляндії* (+27,56% – 378,08 млн. дол. США), *Словенії* (+27,47% – 575,9 млн. дол. США) та *Франції* (+26,9% – 7947,83 млн. дол. США). Загалом по ЄС обсяги експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами до країн ЄС скоротились на 2,61%, що дорівнює 6567,02 млн. дол. США).

Досліджуючи динаміку обсягів імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС з країн ЄС доцільно дійти висновку про наявність наступних лідерів серед країн-імпортерів зазначених видів послуг у 2016-2018 рр., а саме: *Німеччина* (54735,71 млн. дол. США; 60133,15 млн. дол. США; 63513,77 млн. дол. США відповідно), *Великобританія* (46186,05 млн. дол. США; 45075,81 млн. дол. США; 48099,87 млн. дол. США відповідно), *Франція* (24423,83 млн. дол. США; 25730,3 млн. дол. США; 29763,33 млн. дол. США відповідно), *Бельгія* (16188,53 млн. дол. США; 17318,06 млн. дол. США; 18840,8 млн. дол. США відповідно) та *Нідерланди* (15183,81 млн. дол. США; 15731,96 млн. дол. США; 17010,44 млн. дол. США відповідно) (табл. 4).

Таблиця 4 – Динаміка обсягів імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торгівельний партнер – країни ЄС), млн. дол. США, 2016-2018 рр. (складено та розраховано автором за даними [5, 6])

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Австрія	7761,87	8381,81	9178,22	1416,35	18,25
Бельгія	16188,53	17318,06	18840,8	2652,27	16,38
Болгарія	1009,29	1266,15	1405,29	396	39,24
Хорватія	549,34	798,45	925,14	375,8	68,41
Кіпр	919,21	1069,42	1143,28	224,07	24,38
Чеська республіка	4302,89	4758,46	5213,83	910,94	21,17
Данія	6016,24	6422,67	6858,5	842,26	14,00

Продовження табл. 4

Естонія	910,03	946,93	1099,19	189,16	20,79
Фінляндія	3692,33	4088,36	4255,95	563,62	15,26
Франція	24423,83	25730,3	29763,33	5339,5	21,86
Німеччина	54735,71	60133,15	63513,77	8778,06	16,04
Греція	1384,46	1365,68	1680,21	295,75	21,36
Угорщина	1701,33	1946,96	2138,27	436,94	25,68
Ірландія	4206,7	4584,19		-	-
Італія	12209,92	13988,55	15282,89	3072,97	25,17
Латвія	515,47	522,88	556,32	40,85	7,92
Литва	635,71	736,99	776,49	140,78	22,15
Люксембург	2627,11	2743,98	2930,65	303,54	11,55
Мальта	338,48	385,4	418,96	80,48	23,78
Нідерланди	15183,81	15731,96	17010,44	1826,63	12,03
Польща	6686,92	7403,98	8066,62	1379,7	20,63
Португалія	3262,04	3689,44	4269	1006,96	30,87
Румунія	1658,91	2889,09	3563,97	1905,06	114,84
Словацька Республіка	2132,66	2254,23	2436,5	303,84	14,25
Словенія	862,91	907,82	1071	208,09	24,11
Іспанія	13937,51	16681,37		-	-
Швеція	11385,69	13020,16	13768,27	2382,58	20,93
Об'єднане Королівство	46186,05	45075,81	48099,87	1913,82	4,14
ЄС	245425	264842,3	264266,8	18841,81	7,68

Данні UNCTAD свідчать, що за зовнішньоторговельним обігом послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС, коли торгівельним партнером виступають країни ЄС домінуючими є: *Німеччина* – 78074,41 млн. дол. США у 2016 р., 84976,59 млн. дол. США у 2017 р., 90728,04 млн. дол. США у 2018 р., *Великобританія* – 69201,46 млн. дол. США, 69612,45 млн. дол. США, 73873,3 млн. дол. США відповідно, *Франція* – 53971,35 млн. дол. США, 58600,58 млн. дол. США, 67258,68 млн. дол. США відповідно, *Італія* – 35184,69 млн. дол. США у, 39785,56 млн. дол. США, 43809,33 млн. дол. США відповідно, *Нідерланди* – 28137,18 млн. дол. США, 29869,93 млн. дол. США, 32672,54 млн. дол. США відповідно.

Найменшим обсягом зовнішньоторговельного обігу послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за досліджуваний період позначились *Кіпр* – 2581,76 млн. дол. США у 2016 р., 2911,89 млн. дол. США у 2017 р., 3207,06 млн. дол. США у 2018 р., *Естонія* – 2004,01 млн. дол. США у 2016 р., 2093,09 млн. дол. США у 2017 р., 2340,34 млн. дол. США у 2018 р., *Мальта* – 1514,32 млн. дол. США у 2016 р., 1794,01 млн. дол. США у 2017 р., 1886,67 млн. дол. США у 2018 р., *Литва* – 1158,53 млн. дол. США у 2016 р., 1318,69 млн. дол. США у 2017 р., 1404,75 млн. дол. США у 2018 р. та *Латвія* 1124,96 млн. дол. США у 2016 р., 1196,76 млн. дол. США у 2017 р., 1307,45 млн. дол. США у 2018 р. (рис. 4).

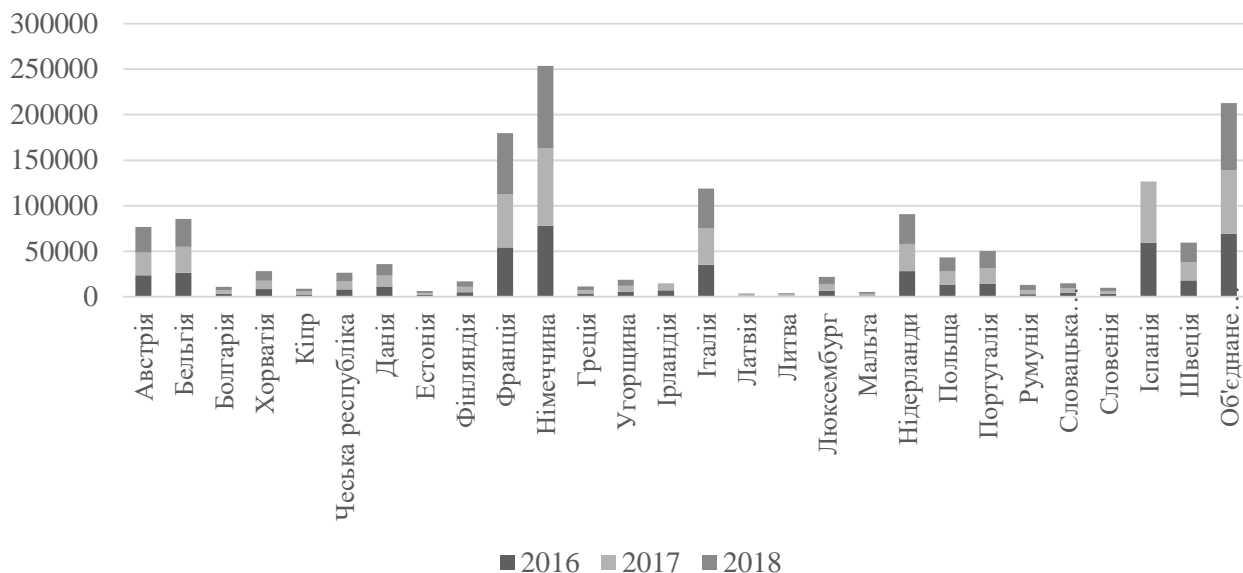


Рисунок 4 – Зовнішньоторговельний обіг послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торгівельний партнер – країни ЄС), млн. дол. США, 2016-2018 рр. (складено автором за даними [5,6])

Найбільше негативне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами у 2016-2018 рр. було зафіксовано у *Фінляндії, Швеції, Бельгії, Великобританії та Німеччині*, що свідчить про перевищення імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами над експортом, отже країни більше купують відповідні послуги, ніж продають (рис. 2.5).

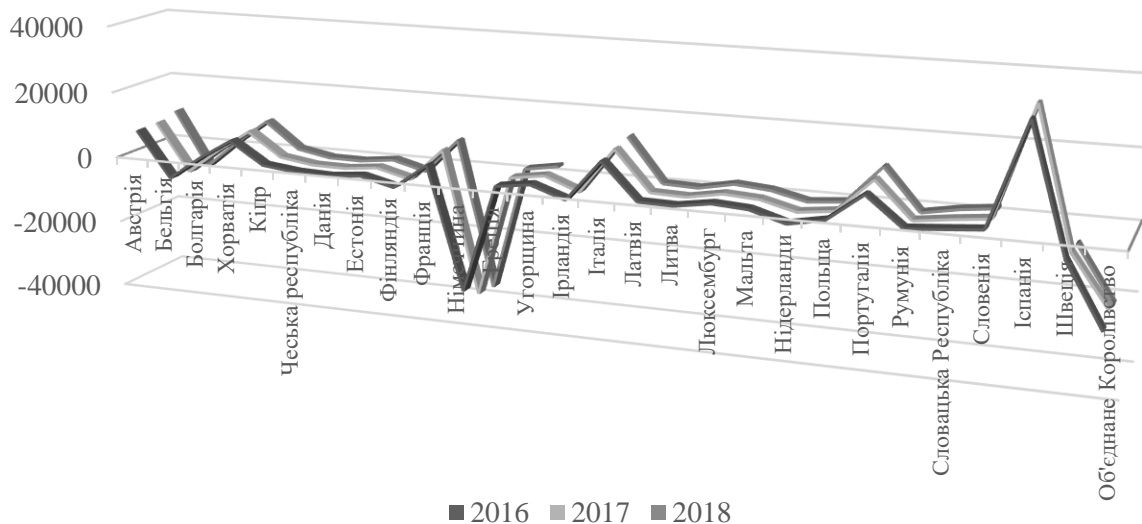


Рисунок 2.5 – Сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торгівельний партнер – країни ЄС), млн. дол. США, 2016-2018 рр. (складено автором за даними [5,6])

Топ-5 країн ЄС сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами яких є позитивним (торгівельний партнер – країни ЄС), а отже експорт перевищує імпорт є: *Італія, Португалія, Австрія, Хорватія та Франція*. Так, протягом 2016-2018 рр. позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами *Італії* склало 10764,85 млн. дол. США, 11808,46 млн. дол. США та 13243,55 млн. дол. США відповідно, *Португалії* - 7851,47 млн. дол. США, 9465,88 млн. дол. США та 10578,36 млн. дол. США відповідно, *Австрії* – 7990,84 млн. дол. США, 8182,36 млн. дол. США та 9728,89 млн. дол. США відповідно, *Хорватії* - 7218,18 млн. дол. США, 7716,29 млн. дол. США та 8621,34 млн. дол. США відповідно, *Франції* – 5123,69 млн. дол. США, 7139,98 млн. дол. США та 7732,02 млн. дол. США відповідно.

Об'єми зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами тісно пов'язані з туристичними потоками, адже вартість послуг з подорожей «складається з вартості видів послуг, наданих юридичною особою тим, хто в'їжджає/виїжджає з країни відвідування, та вартості товарів та послуг, придбаних ними в цій країні для особистого використання, за умови, що термін їх перебування у відвідуваній ними країні не перевищує одного року» [4]. Отже, наступним кроком аналізу стратегічних імперативів стійкого розвитку туризму в країнах ЄС є аналіз динаміки міжнародних туристичних та рекреаційних потоків до країн ЄС.

Взаємозв'язок туризму з широким спектром економічної діяльності обумовлює зростання уваги до оцінки його економічних результатів, в першу чергу в місцях відвідування, а також до аналізу його взаємозв'язків з іншими соціальними і економічними процесами [8].

Методологічна основа дослідження статистики туризму ґрунтовно досліджена в методологічних дослідженнях ООН та ЮНВТО «*Міжнародні рекомендації зі статистики туризму, 2008 рік*» (IRTS 2008) [9] та «*Допоміжний рахунок туризму: рекомендована методологічна основа, 2008 рік*» (TSA: RMF 2008) [8]. Метою публікацій є надання країнам єдиної довідкової основи для використання при складанні статистики туризму.

Основне завдання *Міжнародних рекомендацій зі статистики туризму, 2008 рік* – подання системи визначень, концепцій, класифікацій і показників, які є внутрішньо послідовними і які полегшують ув'язку, зокрема з концептуальними рамками «допоміжного рахунку туризму» в системі національних рахунків, статистики платіжного балансу та статистики праці [9].

Метою *Допоміжного рахунку туризму: рекомендована методологічна основа, 2008 рік* є здійснення докладного аналізу всіх аспектів попиту на товари і послуги, пов'язані з діяльністю відвідувачів; відстеження оперативного зв'язку з пропозицією таких товарів і послуг в рамках тієї ж економіки; а також встановлення того, як ця пропозиція співвідноситься з іншими видами економічної діяльності [8].

Отже, основними індикаторами соціально-економічного розвитку туризму, згідно IRTS 2008 та TSA: RMF 2008 є: *валовий внутрішній продукт,*

створюваний безпосередньо в туризмі, зайнятість в галузях туризму, капітальні інвестиції в туристичну галузь.

Валовий внутрішній продукт, створюваний безпосередньо в туризмі – величина валового внутрішнього продукту, створюваного безпосередньо в туризмі, являє собою суму частини валової доданої вартості (в базисних цінах), що створюється всіма галузями внаслідок споживання, що відноситься до туризму всередині країни, і величини чистих податків на продукти та імпортовані товари, включені в суму відповідних витрат за цінами покупців [8].

Згідно даних Світової ради з подорожей та туризму (World travel and tourism council (WTTC)) [10] динаміка обсягу ВВП, створюваного безпосередньо в туризмі за країнами ЄС за досліджуваний період (2015-2019 рр.) збільшилася на 97,103 млн. дол. США, що складає 19,145%. Це збільшення було спричинено переважно за рахунок сталого приросту обсягу експортеру послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, особливо за країнами Іспанія, Франція, Великобританія, Італія та Німеччина, а також збільшенням туристичних потоків до країн ЄС (табл. 5).

Таблиця 5 – Динаміка обсягів ВВП, створюваного безпосередньо в туризмі за країнами ЄС, млн. дол. США, 2015-2019 рр. (складено та розраховано автором за даними [1])

Країна	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення до 2015 р.	Відносне відхилення до 2015 р., %
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Австрія	24,719	25,595	27,307	30,669	29,970	5,251	21,242
Бельгія	7,435	7,345	8,043	8,788	8,597	1,162	15,631
Болгарія	1,498	1,768	1,997	2,210	2,126	0,628	41,936
Хорватія	5,379	5,770	6,427	6,858	6,851	1,471	27,349
Кіпр	1,028	1,143	1,286	1,373	1,296	0,269	26,164
Чеська Республіка	4,866	5,273	5,896	6,569	6,381	1,515	31,141
Данія	6,562	7,122	8,051	8,643	8,371	1,809	27,568
Естонія	1,277	1,320	1,443	1,597	1,593	0,316	24,711
Фінляндія	4,649	4,767	5,285	5,648	5,459	0,810	17,411
Франція	90,146	88,642	94,832	103,462	100,987	10,841	12,026
Німеччина	118,091	120,724	129,173	139,156	136,270	18,179	15,394
Греція	13,635	13,245	14,506	16,345	17,270	3,634	26,654
Угорщина	3,202	3,446	3,986	4,359	4,530	1,328	41,469
Ірландія	4,751	4,792	5,786	6,070	5,855	1,103	23,225
Італія	98,308	99,996	108,662	118,008	114,671	16,363	16,645
Латвія	1,123	1,147	1,101	1,214	1,182	0,059	5,283
Литва	0,716	0,754	0,904	0,984	0,948	0,232	32,417
Люксембург	2,577	2,634	2,852	3,107	3,068	0,490	19,018
Мальта	0,573	0,616	0,732	0,772	0,776	0,203	35,444
Нідерланди	12,941	13,269	14,201	15,679	15,857	2,916	22,536

Продовження табл. 5

Польща	8,989	9,066	10,413	11,875	11,923	2,934	32,637
Португалія	11,980	12,673	15,174	16,775	16,736	4,756	39,695
Румунія	2,954	3,194	3,958	4,440	4,390	1,437	48,646
Словацька Республіка	2,174	2,363	2,544	2,839	2,844	0,670	30,808
Словенія	1,442	1,496	1,681	1,837	1,779	0,337	23,392
Іспанія	64,625	68,391	76,089	83,674	81,627	17,002	26,308
Швеція	11,553	12,160	12,937	13,434	12,939	1,386	12,000
Об'єднане Королівство	88,010	78,844	77,621	82,700	81,487	-6,523	-7,412
ЄС	507,193	518,711	565,265	616,387	604,296	97,103	19,145

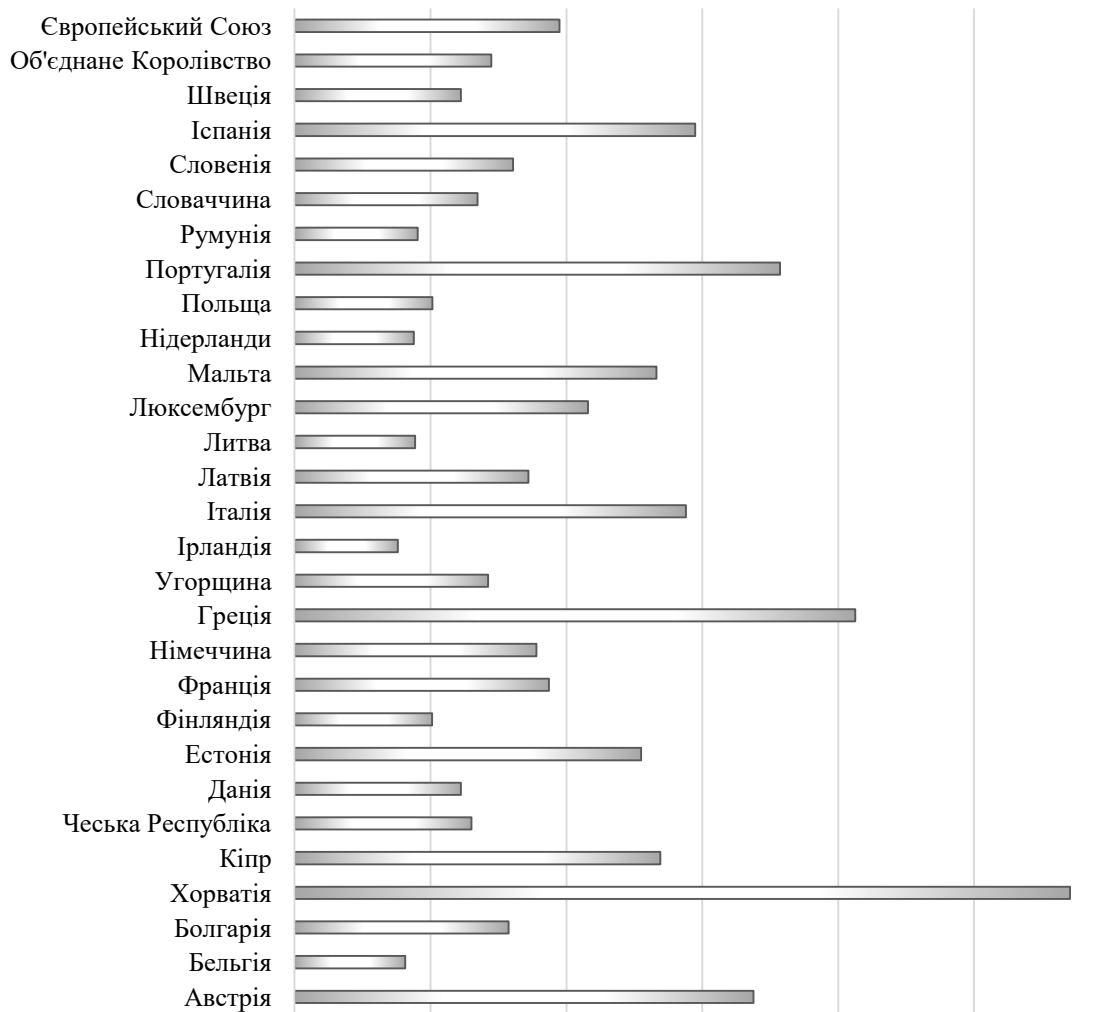
За абсолютними показниками найбільший приріст прямого внеску туризму до ВВП за країнами ЄС за аналізований період (2015-2019 рр.) спостерігався у *Німеччині* (18,179 млн. дол. США), *Іспанії* (17,002 млн. дол. США), *Італії* (16,363 млн. дол. США) та *Франції* (10,841 млн. дол. США). Від'ємну тенденцію було продемонстровано *Об'єднаним Королівством* (-6,523 млн. дол. США).

За відносними показниками найбільший приріст прямого внеску туризму до ВВП за країнами ЄС за аналізований період (2015-2019 рр.) спостерігався у *Румунії* – 48,6%, *Болгарії* – 41,9%, *Угорщини* – 41,4%, *Португалії* – 39,6%. *Польщі* – 32,6 та *Литви* – 32,4%.

У 2019 р. найбільшим обсягом ВВП, створюваним безпосередньо в туризмі за країнами ЄС позначились *Німеччина* (136,270 млн. дол. США), *Італія* (114,671 млн. дол. США), *Франція* (100,987 млн. дол. США), *Іспанія* (81,627 млн. дол. США) та *Об'єднане Королівство* (81,487 млн. дол. США).

Роль туристичної галузі у наповненні бюджетів усіх рівнів, а також її вплив на економіку держави в цілому можна дослідити проаналізувавши відсоток створюваного безпосередньо в туризмі ВВП від загального ВВП держави. В цілому за країнами ЄС у 2019 р. такий відсоток дорівнював 3,9 (рис. 5).

Лідером серед країн ЄС за відсотком внеску туризму до ВВП є *Хорватія* – відсоток внеску туризму до ВВП дорівнює 11,4, *Греція* – 8,2%, *Португалія* – 7,1%, *Австрія* – 6,8% та *Іспанія* – 5,9%.



Внесок туризму до ВВП, % від ВВП, 2019 р.

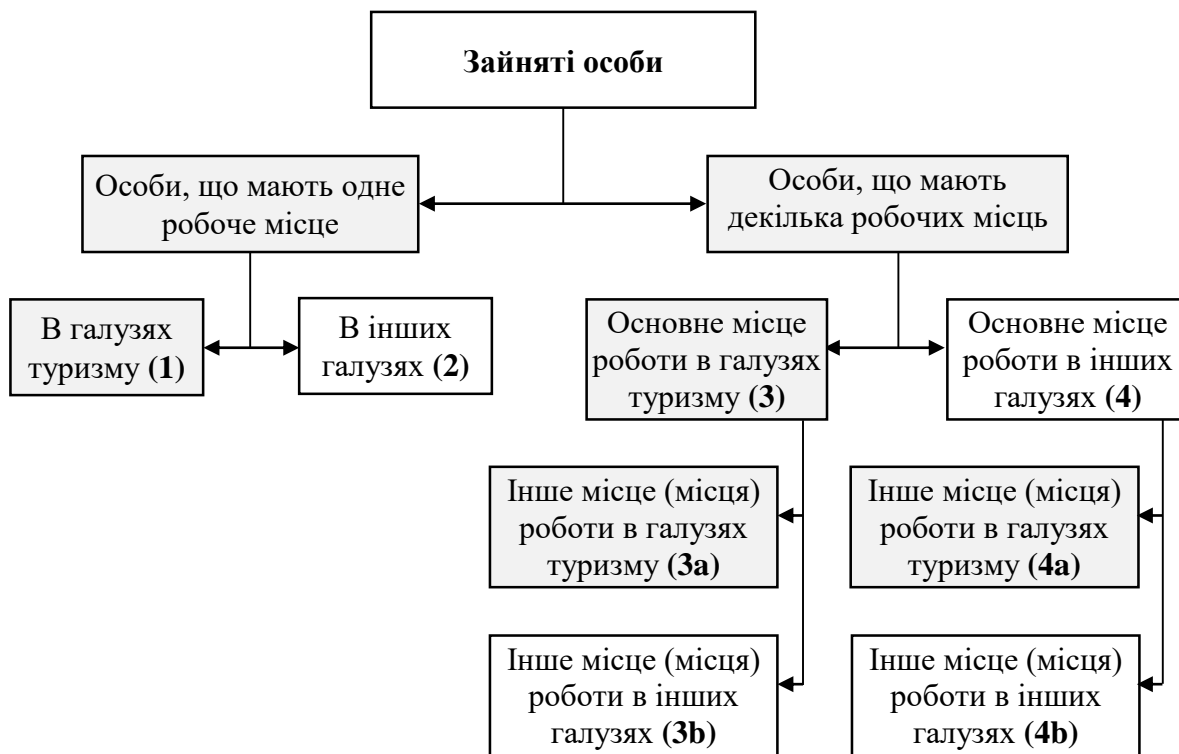
Рисунок 5 – ВВП, створюваний безпосередньо в туризмі за країнами ЄС, % від ВВП, 2019 р. (складено автором за даними [10])

Як і в будь-якому іншому секторі економіки, **зайнятість** є важливим показником при визначенні характеристик сфери туризму виходячи із значущості цієї сфери з виробничої, соціальної та стратегічної точок зору.

Оскільки характерні для туризму види діяльності зазвичай є трудомісткими, уряди держав з особливою увагою ставляться до вимірювання вкладу сфери туризму в створення робочих місць і забезпечення доступу населення до джерел доходу.

Згідно з міжнародними рекомендаціями зі статистики туризму [9] особи можуть мати два або більше місць роботи протягом облікового періоду, причому всі або деякі з цих робочих місць можуть відноситися до галузей туризму або жодне з них може не відноситися до них. Це веде до трьох різних *методів вимірювання зайнятості в галузях туризму*, які по-різному трактують різницю між зайнятими особами і робочими місцями.

Ця ситуація показана на рисунку 6. Зайнятість в галузях туризму можна виміряти: 1) як чисельність людей, зайнятих в галузях туризму на одному зі своїх робочих місць (1, 3 і 4а на рис. 3.2); 2) як чисельність людей, зайнятих в галузях туризму на своєму основному робочому місці (1 і 3 на рис. 3.2); 3) як число робочих місць в галузях туризму (1, 3, 3а і 4а на рис. 6).



Особи, зайняті в галузях туризму (всі робочі місця) = 1, 3, 4а

Особи, зайняті в галузях туризму (основне місце роботи) = 1, 3

Робочі місця в галузях туризму = 1, 3, 3а, 4а

Рисунок 6 – Порівняння осіб, що мають одне або кілька місць роботи в галузях туризму (джерело [9])

Кожен метод вимірювання служить різним цілям, і країни можуть прийняти один або кілька таких методів в залежності від передбачуваної мети.

За статистичною інформацією WTTC [10] за кількістю зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС у 2019 р. передові позиції займали *Німеччина* – 3154,53 тис. осіб, *Італія* – 1719,39 тис. осіб, *Об'єднане Королівство* – 1634,21 тис. осіб, *Франція* – 1309,3 тис. осіб та *Іспанія* – 1042,86 тис. осіб. (табл. 6).

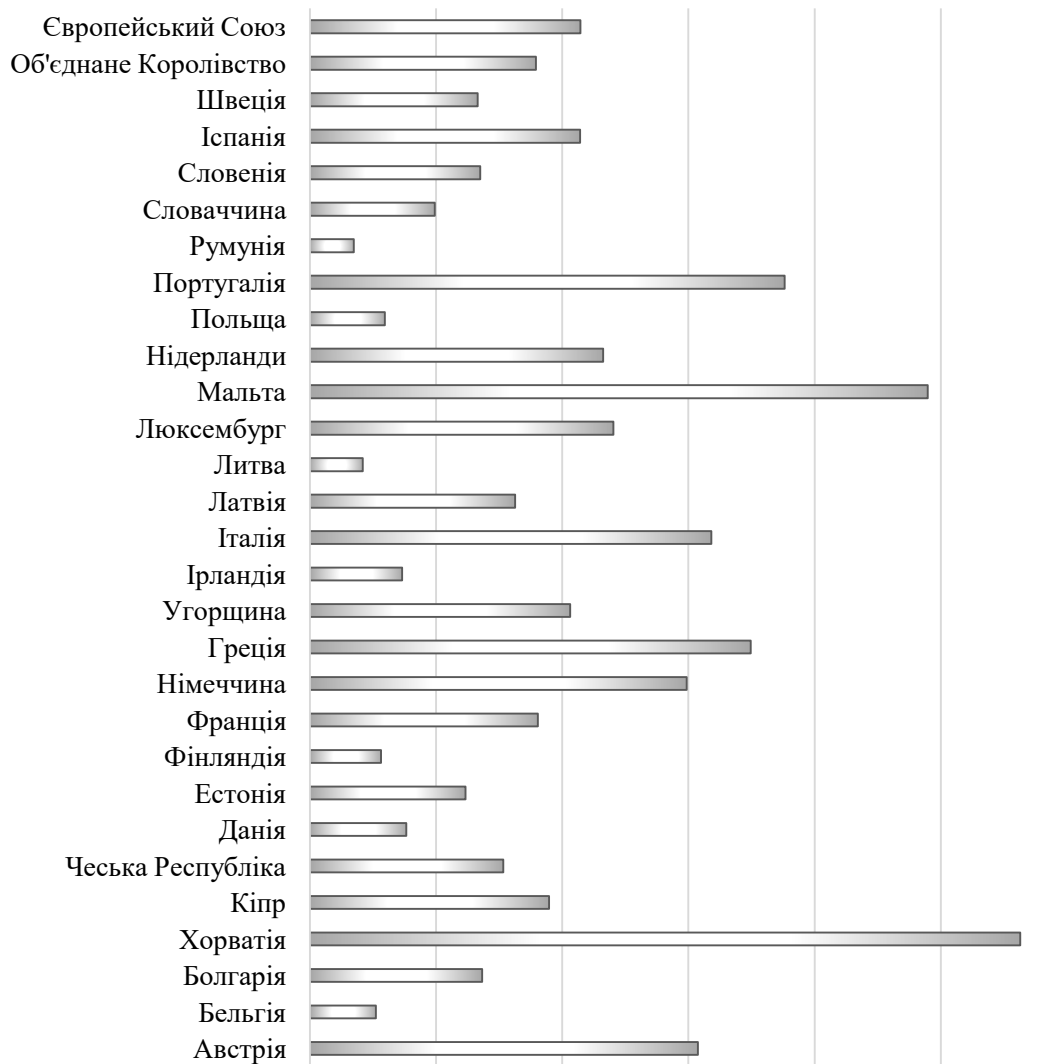
За абсолютним відхиленням найбільший приріст кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС за аналізований період (2015-2019 рр.) спостерігався у *Об'єднаному Королівстві* (293,55 тис. осіб), *Італії* (213,32 тис. осіб), *Німеччині* (204,26 тис. осіб), *Іспанії* (160,50 тис. осіб) та *Португалії* (110,61 тис. осіб). Від'ємну тенденцію було продемонстровано *Чеською Республікою* (-7,38 тис. осіб), *Латвією* (-5,37 тис. осіб) та *Люксембургом* (-0,07 тис. осіб).

Таблиця 6 – Динаміка обсягів кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС, тис. осіб, 2015-2019 рр. (складено та розраховано автором за даними [10])

Країна	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення до 2015 р.	Відносне відхилення до 2015 р., %
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Австрія	282,143	288,085	300	323,015	324,568	42,43	15,04
Бельгія	89,9205	88,031	94,1339	99,0288	99,5043	9,58	10,66
Болгарія	103,44	114,96	124,741	124,548	119,84	16,40	15,85
Хорватія	172,613	169,79	177,487	179,997	187,188	14,58	8,44
Кіпр	15,6535	17,0638	18,7984	19,5892	19,4217	3,77	24,07
Чеська Республіка	216,701	213,441	214,825	214,034	209,32	-7,38	-3,41
Данія	60,6988	64,1929	67,4996	69,7977	70,2927	9,59	15,81
Естонія	22,7066	22,7087	22,9892	23,2936	23,0943	0,39	1,71
Фінляндія	51,819	52,5222	55,7512	56,6983	56,4368	4,62	8,91
Франція	1211,81	1187,75	1240,22	1303,17	1309,3	97,49	8,04
Німеччина	2950,27	2960,08	3029,3	3069,04	3154,53	204,26	6,92
Греція	243,005	242,447	262,077	285,269	311,432	68,43	28,16
Угорщина	195,569	204,041	218,962	219,902	231,316	35,75	18,28
Ірландія	52,3767	53,3601	60,5751	57,9437	56,872	4,50	8,58
Італія	1506,07	1522,97	1618,53	1698,35	1719,39	213,32	14,16
Латвія	43,9095	43,9158	39,2419	39,5921	38,5398	-5,37	-12,23
Литва	23,3222	24,2086	26,171	26,0634	25,292	1,97	8,45
Люксембург	16,0953	15,7974	16,3062	15,6698	16,0208	-0,07	-0,46
Мальта	21,8265	22,7352	25,7305	25,5343	26,9632	5,14	23,53
Нідерланди	406,531	412,195	417,495	426,63	442,939	36,41	8,96
Польща	315,644	324,081	342,756	358,322	358,592	42,95	13,61
Португалія	302,917	321,311	376,857	397,448	413,528	110,61	36,52
Румунія	126,636	128,162	144,669	146,503	145,323	18,69	14,76
Словацька Республіка	63,8582	70,5506	73,2254	76,1029	77,1173	13,26	20,76
Словенія	30,4603	31,1568	33,2604	33,7637	33,1433	2,68	8,81
Іспанія	882,354	934,053	996,812	1021,71	1042,86	160,50	18,19
Швеція	157,138	166,974	181,582	185,111	187,559	30,42	19,36
Об'єднане Королівство	1340,66	1494,66	1575,31	1582,02	1634,21	293,55	21,89
ЄС	9565,49	9696,58	10180	10496,1	10700,4	1134,91	11,86

За відносним відхиленням найбільший приріст кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС за аналізований період (2015-2019 рр.) спостерігався у Португалії – 36,52%, Греції – 28,16%, Мальті – 23,53%, Об'єднаному Королівстві – 21,89%, Словацькій республіці – 20,76 та Кіпрі – 24,07%.

В цілому за країнами ЄС відсоток зайнятого населення у туризмі від загальної кількості зайнятих у 2019 р. дорівнював 5,3 (рис. 7).



Внесок туризму до кількості зайнятого населення, % від кількості зайнятого населення, 2019 р.

Рисунок 7 – Внесок туризму до кількості зайнятого населення за країнами ЄС, % від кількості зайнятого населення, 2019 р. (складено автором за даними [10])

Найбільший відсоток зайнятого населення у туризмі припадає на Хорватію – 12,3%, Мальту – 10,8%, Португалію – 8,5%, Грецію – 8% та Італію – 7,4%. Найменший відсоток осіб, задіяних у туризмі спостерігається у Румунії – 1,7%, Литві – 1,8%, Бельгії – 2,0%, Фінляндії – 2,1% та Польщі – 2,2%.

За методологією *Допоміжного рахунку туризму: рекомендована методологічна основа 2008 рік* капітальні інвестиції в туризм включають капітальні інвестиційні витрати всіх галузей, безпосередньо залучених до подорожей та туризму, а також інвестиційні витрати інших галузей на певні туристичні активи, такі як житло для розміщення відвідувачів та обладнання пасажирського транспорту, а також ресторани та заклади відпочинку для конкретного туристського використання.

За період 2015-2019 рр. обсяги капітальних інвестицій в туристичну галузь за країнами ЄС збільшилися на 24,992 млн. дол. США, що становило 19,3% (табл. 7).

Таблиця 7 – Динаміка обсягів капітальних інвестицій в туристичну галузь за країнами ЄС, млн. дол. США, 2015-2019 рр. (складено та розраховано автором за даними [10])

Країна	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення до 2015 р.	Відносне відхилення до 2015 р., %
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Австрія	3,2820	3,8808	4,1125	4,5084	4,4835	1,202	36,609
Бельгія	2,3049	2,0444	1,8408	2,3198	2,3226	0,018	0,770
Болгарія	0,7613	0,7099	0,8048	0,9269	0,9163	0,155	20,362
Хорватія	1,0424	1,1341	1,2096	1,3359	1,3708	0,328	31,504
Кіпр	0,2960	0,4337	0,5679	0,6152	0,6154	0,319	107,939
Чеська Республіка	1,5693	1,4862	1,5807	1,7782	1,7345	0,165	10,528
Данія	2,4736	2,8141	3,3184	3,6588	3,4658	0,992	40,114
Естонія	0,3754	0,3848	0,4505	0,4879	0,5291	0,154	40,950
Фінляндія	1,9042	2,1167	2,6639	1,6446	1,6244	-0,280	-14,697
Франція	33,3316	37,1751	31,5052	35,7568	35,4708	2,139	6,418
Німеччина	26,1662	24,8321	30,8991	34,6675	34,7782	8,612	32,913
Греція	3,3301	3,6802	4,2115	4,0757	3,9858	0,656	19,689
Угорщина	1,2242	1,1506	1,4107	1,7742	1,9235	0,699	57,128
Ірландія	4,7880	2,8082	7,3806	5,8197	5,8737	1,086	22,676
Італія	10,1252	9,7556	10,0097	11,1614	10,9028	0,778	7,680
Латвія	0,3651	0,3314	0,3907	0,4861	0,5179	0,153	41,835
Литва	0,2625	0,2593	0,2968	0,3457	0,3231	0,061	23,105
Люксембург	1,2115	0,6630	0,3352	0,3122	0,3126	-0,899	-74,200
Мальта	0,2805	0,2850	0,2964	0,3176	0,3257	0,045	16,106
Нідерланди	4,1095	5,2306	3,7163	6,8238	6,9495	2,840	69,109
Польща	2,9557	2,5756	2,7396	3,1970	3,2971	0,341	11,551
Португалія	2,8689	3,1810	1,5298	2,7257	2,8296	-0,039	-1,369
Румунія	3,5561	3,5063	3,8047	4,1085	4,3980	0,842	23,675
Словацька Республіка	0,8125	0,7454	0,8010	0,8993	0,8930	0,080	9,902
Словенія	0,7213	0,6843	0,7820	0,9094	0,9572	0,236	32,696
Іспанія	15,3090	15,9061	17,3107	19,6615	19,8224	4,513	29,482
Швеція	3,8791	3,9203	4,7357	3,8953	3,6747	-0,204	-5,268
Об'єднане Королівство	22,2814	22,2405	22,7894	24,9362	24,8694	2,588	11,615
ЄС	129,3060	131,6950	138,7050	154,2130	154,2980	24,992	19,328

За абсолютним вираженням обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь найсуттєвіше збільшився за 2015-2019 рр. у *Німеччині* – 8,612 млн. дол. США, *Іспанії* – 4,513 млн. дол. США, *Об'єднаному Королівстві* – 2,588 млн. дол. США, *Франції* – 2,139 млн. дол. США, *Нідерландах* – 2,840 млн. дол. США та *Австрії* – 1,202 млн. дол. США. Найбільший приріст обсягів капітальних інвестицій в туристичну галузь за країнами ЄС у 2019 р. зафіксовано на *Кіпрі* – 107,9%, *Нідерландах* – 69,1%, *Угорщині* – 57,1%, *Латвії* – 41,8% та *Естонії* – 40,9%.

Стале зростання соціально-економічних індикаторів розвитку туризму у країнах ЄС, а саме: стійке збільшення внеску туризму до ВВП та зайнятості населення, помірне зростання обсягів капітальних інвестицій в туристичну галузь, свідчить про підвищення ролі туристичної галузі у соціально-економічному розвитку країн ЄС, значний мультиплікаційний вплив на супутні галузі, а також можливість туристичної сфери задовільнити споживчий попит та сформувати потенційний на підставі опанування нових рекреаційних дестинацій.

В сучасному суспільстві туризм є рушійною силою соціально-економічного прогресу країни, «зокрема через створення робочих місць і нових підприємств, доходів від експорту та розвитку туристичної інфраструктури. За даними UNWTO частка туризму у світовому ВВП складає близько 10%, а на долю міжнародного туризму припадає 6% загального обсягу світового експорту товарів та близько 30% експорту послуг. Кожне 11-те робоче місце у світі відноситься до сфери туризму. Прогнозується, що до 2030 року кількість міжнародних туристичних відвідувань зросте до 1,8 млрд. туристів» [11].

«Незмінними лідерами як за кількістю туристичних прибуттів, так і за обсягами надходжень від міжнародного туризму залишаються країни Європейського союзу. Відповідно до методології UNWTO, під кількістю прибуттів розуміється число зареєстрованих відвідувачів тієї чи іншої країни, які не є її резидентами, за певний проміжок часу. При цьому, вони не можуть перебувати в країні призначення більше одного року та займатися діяльністю, що оплачується з місцевих джерел. Усіх їх можна поділити на одноденних відвідувачів і туристів (відвідувачів, що перебувають у країні призначення понад одну ніч). При вимірюванні прибуттів у міжнародному туризмі надається перевага обліку на кордоні. Однак не всі країни можуть збирати такі дані. Тоді замість цих показників можуть бути використані інші, зокрема облік у готелях і подібних закладах [12]. За даними UNWTO у 2000 р. на країни ЄС припадало 57,4 % усіх туристичних прибуттів і 52,4 % доходів, у 2009 р. - понад 52 % всіх туристичних прибуттів і 48,5 % туристичних доходів світу. У 2015 р. згадані тенденції збереглись – 51,2 % туристичних прибуттів і 35,8 % туристичних доходів. Прибутки від туризму складають 5 % ВВП ЄС» [13].

«Дослідження теоретичних і практичних аспектів міжнародних туристичних потоків є досить поширеним в працях науковців. Так, О. Король, у своїх аналітичних дослідженнях, висвітлює загальносвітову динаміку туристичних потоків та відзначає, що лідерами, з помітним відривом, є Франція, Іспанія та США. На них разом у 2016 р. припадало близько 20% міжнародних

туристичних прибуттів і 28% доходів від іноземного туризму. Франція впродовж багатьох років залишається беззаперечним лідером за кількістю прибуттів – майже 80 млн., а США вирізняються гігантським доходами – більше 170 млрд. US\$. Загалом, більше половини міжнародних туристичних потоків приходиться на Європейський туристичний регіон, а найчастіше тут відвідують середземноморські дестинації країн ЄС. Автор наголошує, що міжнародному туризму сприяють високий рівень розвитку країн походження і призначення туристів, що забезпечує високі споживчі витрати та розвинуту туристичну інфраструктуру. Також збільшують кількість туристичних прибуттів відкриті кордони та транспортна доступність, комфортний клімат у поєднанні з морськими акваторіями» [12]. К. Осипенко, на основі аналізу міжнародних туристичних потоків та сукупності складових, що з різних аспектів характеризують атрактивність туристичних дестинацій та впливають на результативність функціонування регіональних туристичних ринків оцінила інтегральний рівень міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів. «На основі проведених розрахунків автором побудовано рейтинг туристичних регіонів та країн, що до них входять, за інтегральною оцінкою їх конкурентоспроможності та різних складовими, що таку оцінку формують, зокрема екологічною, культурно-історичною, комунікаційною, соціально-економічною атрактивністю, рівнем розвитку матеріально-технічної бази туризму, рівня транспортної доступності регіону. Серед країн ЄС, що мають найкращі позиції в рейтингах за складовими, що досліджувалися, такі: Італія – за інтегральним показником рівня розвитку матеріально-технічної бази; Німеччина та Італія – за рівнем транспортної доступності; Німеччина, Франція та Італія – за оцінкою культурно-історичної атрактивності; Італія – за рівнем комунікаційної атрактивності» [14].

«Туристичну атрактивність країн ЄС визначають, перш за все, якість довкілля, що виступає індикатором екологічної атрактивності туристичного регіону; матеріально-технічна база туризму, що визначає рівень розвитку засобів розміщення та обслуговування туристів; сконцентрованість культурно-історичних пам'яток та розважальних закладів; розвиток інформаційно-комунікаційних технологій який визначає рівень комунікаційної атрактивності території; стан криміногенної ситуації в регіоні, що є індикатором рівня безпеки подорожей в регіоні; рівень транспортної доступності; загальний імідж регіону, що виступає критерієм загальної соціально-економічної атрактивності туристичної» [14].

Як видно з табл. 8, кількість туристичних прибуттів в країн ЄС у 2012 р. перевищила 1 млрд. та склала 1 млрд. 37 млн. туристичних прибуттів. До 2015 р. кількість туристів зросла на 1,7 %, до 1 млрд. 55 млн. туристичних прибуттів, а в 2017 р. цей показник зросла на 10 %, відносно 2012 р., та перевищив 1 млрд. 140 млн. прибуттів.

Таблиця 8 – Динаміка чисельності міжнародних туристичних прибуттів до країн ЄС (складено та розраховано автором за даними [16])

№	Країна/рік	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1.	Австрія	21922200	22401228	22470237	21715425	23561154	23084770
2.	Бельгія	12354494	13329740	13031273	13958001	16032559	15202217
3.	Болгарія	3576205	3965714	3773793	3070561	3588993	5463567
4.	Греція	7087033	5584307	6334462	5814973	5558572	6209876
5.	Данія	29163980	31791759	32318311	33290262	29776251	26516067
6.	Естонія	2907860	2899407	3997842	3954312	4592858	4556155
7.	Ірландія	11592111	11668735	11910117	12883167	13720500	14556381
8.	Іспанія	137313884	132350735	127933315	136411159	145473304	152707811
9.	Італія	64813649	52012122	54992790	50768931	57585572	56421187
10.	Кіпр	2544810	2405655	2494828	2411952	2635139	2798836
11.	Латвія	5193571	4402346	4619870	4213946	4319804	4207776
12.	Литва	4222947	4352796	4437832	4523083	4506900	4559806
13.	Люксембург	1628338	1679520	1845310	1726573	1607405	1833839
14.	Мальта	500973	526038	562823	599802	703909	807065
15.	Нідерланди	46494007	43247048	42279516	41691370	42657229	45069772
16.	Німеччина	247523986	248582018	236909947	247875946	255648078	243577109
17.	Польща	52257940	52493779	48629803	50776806	54886827	57910436
18.	Португалія	14031206	14940460	14655770	15784790	15930350	17473572
19.	Румунія	16823939	17682191	17386501	16748158	17305260	17902401
20.	Словаччина	7166228	6894459	7338373	8371958	9822863	10969834
21.	Словенія	4539023	4636984	4530527	4388269	4573012	4825399
22.	Угорщина	18493902	16049669	17317243	18080243	18099392	18607991
23.	Фінляндія	39991881	39082803	37605157	38073102	38952545	39533564
24.	Франція	225025136	224950004	226260595	199156667	196010426	220774809
25.	Хорватія	8736711	9151390	8173433	6617178	4541268	4899777
26.	Чехія	32858426	31280116	32692625	29819355	33066304	35814637
27.	Швеція	:	:	38963178	40214993	42377970	59648369
Всього		1037516082	1037910595	1067152759	1055604689	1089636262	1141313957

«Особливістю туризму, в країнах ЄС та в Європейському регіоні, є їх яскраво виражений внутрішньо регіональний характер: 75 % припадає на внутрішньо європейські поїздки, і тільки 25 % – на міжрегіональні поїздки. Найсуттєвішими, в територіальній структурі міжрегіональних туристичних потоків, є потоки, що зв'язують Західну Європу з Північною Америкою та Японією. Саме ці країни утворюють так звані центри економічного і одночасно туристичного тяжіння. Велике значення мають і меридіональні тури, що спрямовані з Північної Європи (Данія, Швеція, Фінляндія) в країни Середземноморського басейну (Іспанія, Греція, Франція, Греція)» [16].

Варто зауважити, що приріст в кількості туристичних прибуттів до країн ЄС, спостерігається в контексті високої інтенсивності туристичних мандрівок, які властиві для меншості країн регіону (рис 8).

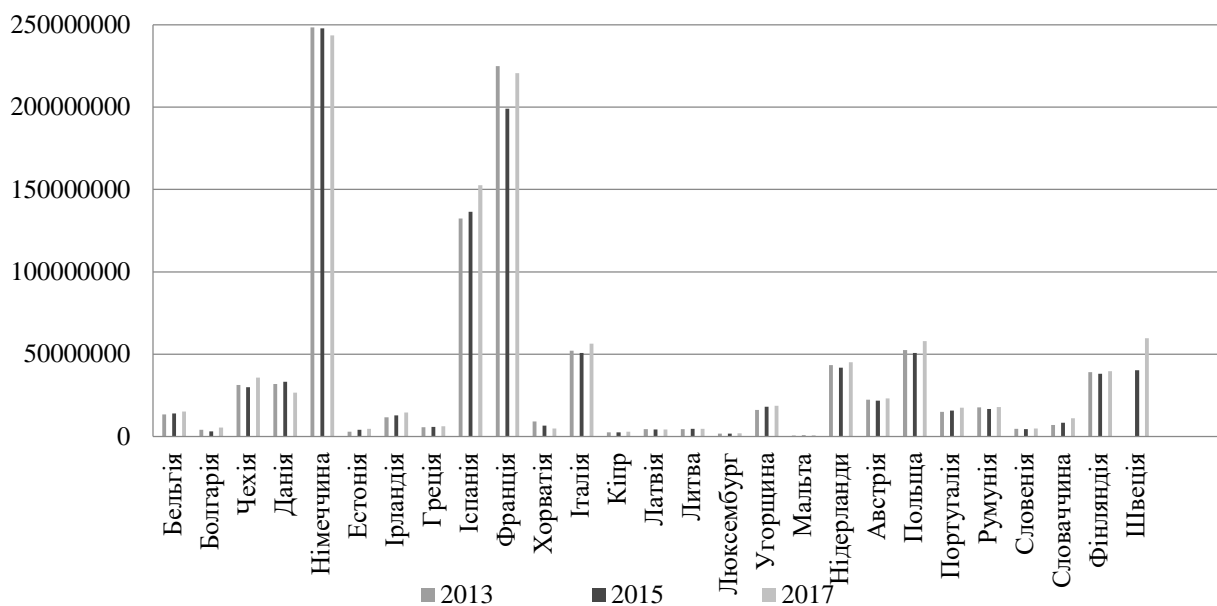


Рисунок 8 – Динаміка чисельності міжнародних туристичних прибуттів до країн ЄС (розроблено автором на основі [16])

«В число світових лідерів за туристичними прибуттями потрапляє п'ять держав Європейського туристичного регіону: Іспанія, Франція, Італія, Німеччина та Нідерланди. У 2017 р. Німеччина очолила рейтинг найпопулярніших країн для туристів, її відвідали 243 млн. туристів. Далі у рейтингу – Франція та Іспанія, їх відвідали з 220 млн. та 152 млн. туристів відповідно» [15]. Популярними туристичними напрямками залишаються Чехія, Данія, Угорщина, Нідерланди, Австрія, Польща, Фінляндія, Швеція. Передові позиції вище згаданих країн ЄС пояснюються певними чинниками.

«По-перше, потужний і багатоманітний туристичний природний і культурно-історичний потенціал: тисячі кілометрів морських пляжів, освоєні гірські системи, мозаїчність і різноманітність ландшафтів, рясна річкова й озерна мережа, багаті бальнеологічні ресурси, багатство різноманітних історичних, архітектурних і археологічних пам'яток, значна кількість культурних, сакральних і техногенних атракцій (мегаліти, монастирі, церкви, музеї, тематичні парки, аквапарки, розважальні заклади тощо), численні місця подій, які використовуються у туристичній індустрії і формують значні туристичні потоки» [16].

По-друге, сприятливі соціально-економічні та суспільно-географічні чинники: високий рівень економічного розвитку, якісна транспортна і соціальна інфраструктура, тісне сусідство держав, давні та багаті культурні традиції, у тому числі напрацьована культура відпочинку і подорожі, релігійна й етнічна толерантність, притаманна населенню більшості країн ЄС, відносно низький рівень злочинності і висока безпека життя, якісні трудові ресурси, традиційно високий рівень розвитку туристичної індустрії та якості обслуговування.

«По-третє, сприятливий політичний клімат: давні демократичні традиції суспільно-політичних устроїв, стабільність політичної ситуації, функціонування

Європейського Союзу, формування єдиної Єврозони і спрощення процедур в'їзду-виїзду туристів, що дозволяє безперешкодно відвідувати ряд країн» [15].

Однак, маючи позитивну тенденцію абсолютного показника, порівняно з іншими країнами, вони уповільнюють темпи приросту та втрачають частку в загальносвітовому показнику. Відносна втрата домінуючого положення країн ЄС може пояснюватись такими чинниками:

зміна потреб клієнтів;

вихід на ринок нових, більш досконалих туристичних послуг. Деякі країни ЄС, зокрема на півдні Європи, такі, як Італія і Греція, у меншій мірі Іспанія і Португалія, терплять падіння конкурентоздатності внаслідок старіння їхнього туристського продукту;

висока вартість туристичних послуг. Деякі північноєвропейські країни, наприклад Данія і Швеція, дуже дорогі для туристів. Це неминуче впливає на їхню конкурентоздатність;

зростання конкуренції на світовому туристичному ринку. Наприклад популярність країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону, що з недавнього часу успішно розвивають свою туристську індустрію, притягують все більше туристів;

зміни в демографічній структурі Європи – це систематичне зростання кількості осіб у похилому віці (понад 65 років), що відзначаються добрим здоров'ям, адже цей факт спричиняє до збільшення кількості туристів у такому віці (50–65 років);

збільшення кількості туристів із обмеженою мобільністю, особливі потреби яких теж належить врахувати в пропозиції туристичних послуг;

«зміни клімату – зміни кліматичних умов у Європі спричиняють зміну моделей подорожей і впливають на вибір туристичних дестинацій. Наприклад, зменшення снігового покриву в гірських масивах спричиняє обмеження попиту на зимовий туризм, водночас може підвищитися рівень моря, що, своєю чергою, змінює функціонування туристичних центрів у прибережних регіонах.

розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та їхня зростаюча роль серед споживачів;

сезонність попиту на туристичні послуги – значна частина попиту на туристичні послуги припадає на липень і серпень. Ця сезонність впливає не лише на доходи, але і є причиною неповного використання існуючої інфраструктури і робочої сили» [15].

Проте, враховуючи негативні чинники, країни ЄС уже багато років поспіль займають передові місця у структурі світових туристичних потоків, як за кількістю туристичних прибуттів, так і надходженнями від міжнародного туризму та надалі залишаються найрозвинутішим туристичними країнами, ринкова частка яких на світовому ринку туристичних послуг перевищує 50%.

Туристичні потоки з метою рекреації та відпочинку в основному спрямовані в країни ЄС Західної і Південної Європи. Ці зони приймають 67% усіх прибуттів. Така туристська концентрація – результат звички проводити літні канікули на пляжах.

Диференціація за країнами формування рекреаційних потоків Європи

представлена в табл. 9. За даними таблиці простежується збільшення кількості туристичних прибуттів з метою рекреації та відпочинку як в кожену країну окремо, так і в цілому в регіон.

Таблиця 9 - Динаміка чисельності міжнародних туристичних прибуттів до країн ЄС з метою рекреації та відпочинку (складено автором за даними [17])

№	Країна/рік	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1.	Австрія	13501353	13088034	13664322	13500165	14674035	14638188
2.	Бельгія	9322340	10490499	10411570	11097472	12463161	11490488
3.	Болгарія	1803838	2073276	2060717	1777400	2062202	3001002
4.	Греція	4540837	3661813	4003642	3850780	3658563	4144644
5.	Данія	10637578	12465826	12942489	13729383	11861067	14825143
6.	Естонія	1259689	1328581	1532514	1716457	1950169	2119429
7.	Ірландія	5953690	5996904	6057380	6937431	7178111	7888753
8.	Іспанія	72081841	68719256	69097326	64531398	70686246	79780588
9.	Італія	38944438	30420942	29894267	29276669	34376465	34099537
10.	Кіпр	1730715	1566221	1602795	1493269	1655229	1863001
11.	Латвія	1922313	1516267	1862369	1863550	1954939	1756255
12.	Литва	1436666	1480432	1562942	1684034	1724185	1873990
13.	Люксембург	873609	931829	1071892	1069289	1054342	1073823
14.	Мальта	349098	352118	432463	458905	568456	617162
15.	Нідерланди	30130734	28787134	29049859	28814754	30437858	27788959
16.	Німеччина	114200500	118966972	112612934	118061570	122356115	119808504
17.	Польща	23558767	30277246	20162229	21612776	23481254	25195502
18.	Португалія	5781190	6093478	5880508	6589980	6754711	7895460
19.	Румунія	5980870	6719012	6459699	6430514	6911569	7449933
20.	Словаччина	3553156	3723238	3087740	4047720	4760817	5627227
21.	Словенія	3077460	3052609	3115025	3070914	3149699	3233848
22.	Угорщина	8790098	7667290	8139252	8727819	9277145	10274611
23.	Фінляндія	16624995	17063512	16378037	16777989	16925821	17278661
24.	Франція	86388601	87144293	90382994	80832314	80323498	91623873
25.	Хорватія	3435557	3206909	2952779	2861145	1944379	2387920
26.	Чехія	19222585	17383492	17850044	15831547	18779046	19936564
27.	Швеція	:	:	18786497	20942116	21234271	21434100
Всього		497126747	506382173	514947777	510956257	535767401	563127754

Так, у 2012 р. кількість прибуттів до країн ЄС з метою рекреації та відпочинку склала 497 млн., у 2015 р. кількість рекреантів зросла на 2,7 %, до 510 млн. рекреаційних прибуттів, а в 2017 р. цей показник зросла на 13,2 %, відносно 2012 р., та досяг 563 млн. прибуттів.

«Рисунок 9 демонструє, що традиційними лідерами за кількістю відвідувань в ЄС з метою рекреації та відпочинку є Німеччина, Франція та Іспанія. У 2017 р. до п'ятірки європейських країн за кількістю іноземних туристів належали: Німеччина - 119,8 млн., Франція - 91,6 млн., Іспанія - 79,7 млн., Італія - 34,1 млн., Нідерланди - 27,7 млн.» [16].

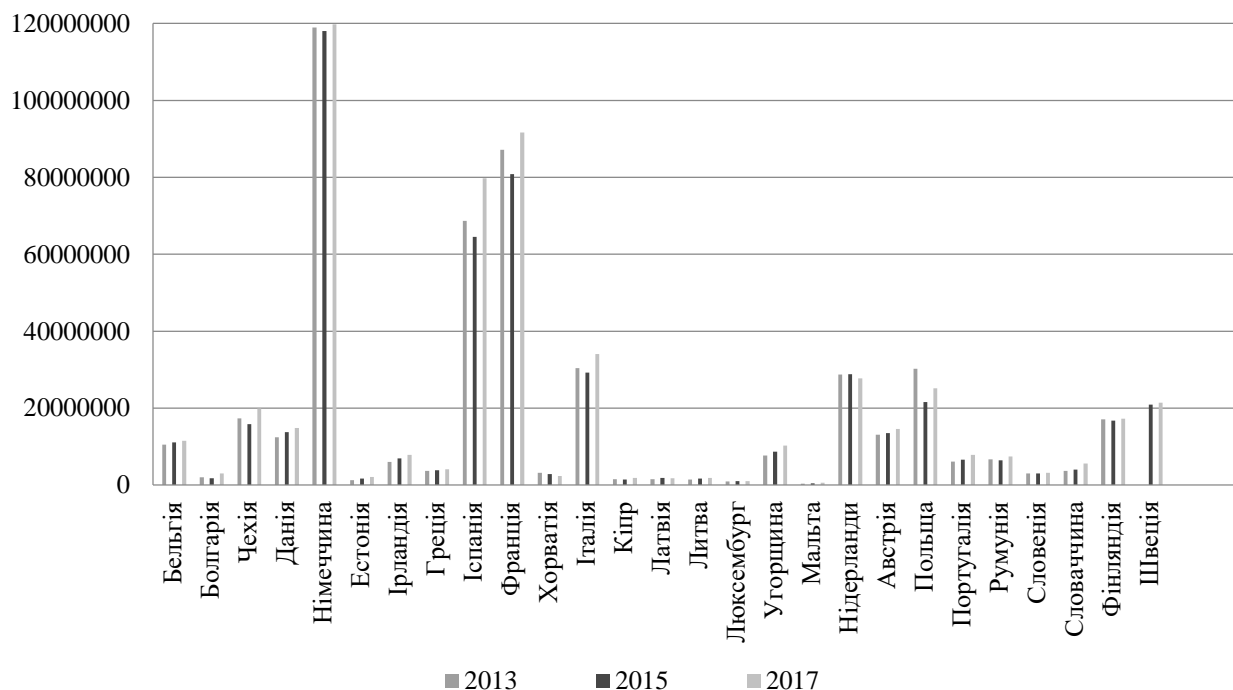


Рисунок 9 - Динаміка чисельності міжнародних туристичних прибуттів до країн ЄС з метою рекреації та відпочинку (розроблено автором на основі [17])

«В розрізі країн спостерігаються певні відмінності. Так, країни ЄС Південної Європи та Середземномор'я, отримують 36% туристичних прибуттів. Передові позиції даного району забезпечуються розвинутою рекреаційною галуззю, рекреаційними можливостями Альп, морським узбережжям і островами, культурною спадщиною. На цій території розташовані курортні зони всесвітнього значення, такі як: Коста-Брава, Коста-Бланка, Коста-дель-Соль, Балеарські та Канарські острови (Іспанія), узбережжя Адріатики (Італія), остови Егейського моря (Греція), Мальта. Тепле море, середземноморський клімат, багата субтропічна рослинність, численні пам'ятки давньої культури та архітектури – головні чинники, завдяки яким країни Південної Європи є улюбленим місцем відпочинку й розваг багатьох рекреантів світу, одним з найбільших туристичних центрів світу. Дані країни відзначаються постійним приростом рекреантів. Так, з 2012 р. приріст рекреаційних прибуттів зрів в Мальті на 76 %, Португалії на 6 %, Іспанії - 10 %, Словенії – 6%, Кіпрі – 7,6%. Виключення становить Італія, тут показник приросту, в порівнянні з 2012 р. знизився на 12,5%» [16].

«Країни ЄС Західної Європи – традиційний туристичний район світового рівня, індустрія туризму якого пропонує високоякісний і різнохарактерний туристичний та рекреаційний продукт – від пляжно-купального відпочинку і гірськолижного туризму до паломництва й екологічних турів. Розвинута культура та система гостинності, високі гарантії особистої безпеки, політична стабільність, міжособистісна, міжетнічна і міжконфесійна толерантність, можливість вільного перетину державних кордонів перетворили країни ЄС Західної Європи на взірцевий туристичний простір. Щороку їх відвідує близько

31% всіх міжнародних туристів. Найбільшою популярністю користуються Німеччина та Франція. Передові місця Німеччини забезпечило те, що на її території найпоширенішим видом рекреації є бальнеологічні та термальні курорти, популярність яких зростає завдяки рівню медичного обслуговування. Безумовним лідером регіону є Франція, зі своїми субтермальними і термальними курортами, на яку припадає понад 30 % рекреаційних прибуттів у цей район. Однак у 2015 р. та 2016 р. вона потерпіла кризу прибуттів. Порівняно з 2014 р. кількість прибуттів рекреантів впала на 11,1% в 2015 р. У 2017 р. показники в'їзду рекреантів відновились та навіть збільшились. Загалом приріст рекреаційних прибуттів, до Франції зріс на 6 %, порівняно з 2012 р., однак не перевищили показники Німеччини, яка з 2012 р. має досить несуттєвий приріст у 5%» [16].

Меншу кількість туристичних прибуттів мають країни ЄС Центральної та Східної частини Європи, отримуючи близько 21% світових туристичних прибуттів. Чехія, Польща, Угорщина, Словаччина, Румунія, країни Прибалтики та ін. – держави, які неоднаково успішно здійснили перехід від командно-адміністративної до регульованої ринкової економіки і стали членами Європейського Союзу, мають доволі різні рівні соціально-економічного розвитку. Однак ці країни багаті на рекреаційні ресурси. Найважливішими передумовами розвитку туризму є гірські курорти Карпат, узбережжя Чорного, Балтійського морів, унікальні озерні ландшафти, курорти з цілющими водами у Чехії, Угорщині, Литві, та багаті на історичні та культурні пам'ятки міста. Проте, незважаючи на наявність значних та різноманітних рекреаційних та туристичних ресурсів, вище згадані країни ЄС суттєво відстають в розвитку рекреаційної сфери від країн Західної та Південної Європи. Це можна пояснити тим, що розвиток рекреації, через існування в минулому планової економіки, розвивається вкрай повільно. Крім того, рівень інфраструктури в цих країнах суттєво відстає від інших. Хоча певні країни мали позитивні показники, у порівнянні з 2012 р. приріст рекреаційних прибуттів зріс в Румунії на 24 %, Угорщині - 16 %, Словаччині - 8 %, Польщі -6 %, Чехії - 3 %.

«Найменше туристичних прибуттів припадає на країно ЄС Північної Європи, близько 12% всіх міжнародних туристичних прибуттів. Незважаючи на це вони щороку приваблюють все більшу кількість туристів та рекреантів, що пояснюється наявністю потужного рекреаційного потенціалу для розвитку туризму: гірські ландшафти, наявні умови для зимових видів спорту, прибережні острови, озерні ландшафти та гарячі джерела, культурна спадщина, архітектурні споруди. Серед країн, які показували за згаданий період позитивну тенденцію – Швеція 21,4 млн. прибуттів, Данія має відносно невелике збільшення прибуттів рекреантів до 5%, а в Латвії навіть зменшення на 11%, порівняно з 2016 р.» [16].

«Проаналізувавши ситуацію в країнах ЄС, можна стверджувати, що вони демонструють позитивну динаміку зростання кількості міжнародних прибуттів та мають усі передумови для подальшого зростання туризму та рекреації. Проте необхідно враховувати тенденцію до зниження популярності серед міжнародних туристів традиційних туристичних послуг європейського ринку, на відміну від

екзотичних та екстремальних туристичних послуг азіатсько-тихоокеанського, та удосконалювати механізми його розвитку за рахунок координації зусиль міжнародних організацій, органів регіональних інтеграційних угруповань та об'єднань, урядових та не урядових структур, пошуку нових, ефективних інструментів стимулювання розвитку туризму» [16].

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Глобальна криза, викликана пандемією коронавірусу, докорінно змінила туристичну галузь по всьому світу, і Європа не стала винятком. Туризм - одна з галузей світової економіки, яка найбільше постраждала через обмеження на пересування. Негативний вплив COVID-19 носить як економічний, так і соціальний характер, зачіпаючи кошти для існування працівників туризму, транспорту та постачальників, а також їхніх сімей та цілих спільнот. Закриття кордонів країн та окремих міст, обмеження та заборона на пересування Європою та світом призвели у 2020 році до значного скорочення як внутрішнього, так і в'їзного туризму, а також зміни багаторічної тенденції зростання міжнародного туристичного прибуття.

Туризм є найбільш трудомістким сектором економіки, який в середньому забезпечує 6,9% зайнятості в країнах Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Частка зайнятості в туризмі може бути і вищою в різних країнах. Наприклад, 15,7% від загальної зайнятості в Ісландії, 13,5% в Іспанії, 10,3% в Ірландії, 10,0% в Греції та 9,8% в Португалії [19].

Туризм як провідне джерело зайнятості та створення нових робочих місць забезпечує високі обсяги робочих місць як для малокваліфікованих робітників, так і для висококваліфікованих фахівців. Крім того, туризм забезпечує робочими місцями велику кількість сезонних працівників і тих, хто працює тимчасово чи неповний робочий день. За звичайних обставин туризм дає змогу працевлаштуватися мігрантам, жінкам, студентам та сезонним працівникам на літній період не лише у великих містах, але також у віддалених, сільських та прибережних районах, та в інших часто економічно нестабільних місцях, де альтернативні можливості працевлаштування є обмеженими. Унаслідок коронавірусної кризи, переважна більшість з цих робочих місць будуть ліквідовані.

Так, прогнозується, що через пандемію COVID-19 в усьому світі втрата робочих місць в галузі подорожей та туризму складе 100,08 млн. Найбільше постраждає Тихо-океанський та азійський регіони, де ця цифра становитиме 63,4 млн робочих місць. У Європі передбачається втрата 13 млн робочих місць [20]. За оцінками експертів, у сфері туризму матиме місце найбільший спад у скороченні робочих місць, що приблизно в сім разів більше, ніж після трагічних подій 11 вересня [18].

Разом з тим, пандемія вплинула не лише на економіку, але й політику країн і на значною мірою на життя суспільства. У міру зростання кількості заражень у всіх країнах, а також застосування певних обмежувальних заходів та кампаній, таких як соціальне дистанціювання, блокування громад, робота вдома, перебування вдома, самоізоляція чи обов'язковий карантин, обмеження скупчення людей тощо створили додатковий тиск на туристичний бізнес. У сукупності ці зміни призвели до початку рецесії та депресії, і зрештою до кардинальних трансформаційних змін у суспільстві.

Туризм вважається найбільш динамічним бізнесом, який приносить користь багатьом іншим секторам економіки, таким як індустрія розміщення, громадське харчування, транспорт, роздрібна торгівля, розваги тощо, сприяє економічному зростанню та відновленню у всьому світі, може швидко відновитися, про що свідчить попередній досвід швидкого відновлення після економічних криз. Зважаючи на вказане, кризу, яку зазнала туристична індустрія внаслідок пандемії, насамперед, потрібно розглядати як можливість її подальшого розвитку, але вже якісно новому рівні.

Глобальний кризовий комітет ЮНВТО розробив пакет рекомендацій для урядів країн світу та приватному сектору щодо реагування і підготовки до відновлення туристичної індустрії після кризи, спричиненої пандемією COVID-19. Причому, не простого відновлення, а спрямовуючи зусилля, щоб зробити туризм «сильнішою і більш стійкою індустрією». Рекомендації згруповано за трьома напрямками: пом'якшення наслідків кризи; забезпечення стимулу для відновлення; підготовка до майбутнього.

Перший напрям містить основні рекомендації, що стосуються збереження робочих місць, підтримки самозайнятих працівників, забезпечення ліквідності, сприяння розвитку навичок та перегляду податків, зборів та нормативних актів, що стосуються подорожей та туризму. Рекомендації цього напрямку зумовлені тим, що туризм як трудомістка індустрія, за попередніми прогнозами постраждає надзвичайно сильно. Очікується, що мільйони робочих місць будуть під загрозою, особливо ті, що займають жінки та молодь, а також маргіналізовані групи населення.

Другий напрям містить набір рекомендацій, що підкреслюють важливість надання фінансового стимулу, зокрема забезпечення сприятливої податкової політики країн, скасування обмежень на поїздки, як тільки це дозволить надзвичайна ситуація, сприяння спрощенню візового режиму, посилення маркетингу та відновлення довіри споживачів з метою прискорити «одужання» туристичної індустрії. Рекомендації також закликають уряди країн зробити туризм центром національної політики виходу із кризи і відновлення економіки.

Третій напрям рекомендацій «підготовка до завтра» підкреслюючи унікальну здатність туризму стати керівним центром місцевого і національного розвитку, Рекомендації закликають уряди країн та суб'єктів приватного сектору у процесі розроблення своїх планів дій приділяти більше уваги сталому розвитку і формуванню стійкості, виходячи з уроків поточної кризи [20].

Відзначимо, що ЮНВТО у своїх рекомендаціях з відновлення туризму на перше місце ставить людину. На тлі підвищеної невизначеності актуальна та достовірною інформація є як ніколи важливою як для туристів, так і для працівників туристичного сектору. З метою реалізації своїх планів ЮНВТО тісно співпрацює зі Світовою організацією охорони здоров'я (ВООЗ), провідною установою ООН з питань боротьби з пандемією. Їх співпраця базується на: забезпеченні заходів охорони здоров'я таким чином, щоб мінімізувати вплив наслідків кризи на міжнародні подорожі та торгівлю; солідарності із

постраждалими країнами; розвитку перевіреної стійкості туризму та готовності підтримати відновлення [23].

Зважаючи на те, що туризм є основним джерелом робочих місць та порятунком для економіки багатьох країн світу, його важливість на всіх рівнях суспільства та його здатність оперативно відновлюватися після кризових явищ, ЮНВТО вважає, що передусім потрібно підтримувати персонал та зберегти робочі місця у сфері туризму. Тим більше, що і до кризи туристичні компанії відчували гостру потребу у кваліфікованих фахівцях, оскільки у сучасних умовах глобалізації, інтернаціоналізації та мобільності людей суперечність між зростаючими потребами клієнтів у якісних туристичних послугах і недостатньою кількістю кваліфікованих фахівців чи рівнем їх кваліфікації, ще більше загострилася і стала нагальною [24, с. 6-7].

Цільова політика ЮНВТО щодо підтримки працівників сфери туризму включає рекомендації, що стосуються:

- **робітників / службовців.** Політика країн має бути спрямованою на запобігання втрати робочих місць у туризмі як для чоловіків, так і для жінок-службовців / робітників. Така політика включає програми стимулювання збереження робочих місць через субсидії на заробітну плату та / або соціальне забезпечення та інші податкові пільги. Схеми підтримки доходів, такі як допомога по безробіттю, повинні надаватися або продовжуватися. Вони повинні охоплювати державний і приватний сектори і підтримувати кваліфікованих і некваліфікованих працівників;

- **самозайнятих працівників у сфері туризму.** Уряди країн повинні передбачити безпосередню підтримку цієї категорії працівників через надання виплат, грошових переказів чи компенсацій, необхідних через втрату робочого місця, яке приносило дохід цим працівникам;

- **туристичних підприємств / роботодавців,** оскільки існує негайна необхідність запобігти закриттю та банкрутству туристичних підприємств за допомогою заходів грошово-кредитної та фіскальної політики. Вони включають заходи, спрямовані на зменшення обмежень ліквідності підприємств за рахунок галузевих фондів, звільнення від сплати податків та відстрочення податкових платежів, швидких та субсидованих позик, послаблення норм та податків на туристичну та туристично-підприємницьку діяльність [25].

У своєму дослідженні зупинимося на огляді тих заходів, які розроблено і застосовуються урядами країн світу, що стосуються пом'якшення наслідків коронавірусної кризи на кадровий потенціал туристичної індустрії. В контексті рекомендацій Глобального кризового комітету ЮНВТО ці заходи сплановано і реалізуються в межах першого напрямку. Крім того, основою для таких заходів послуговували також рекомендації ЮНВТО, що безпосередньо стосуються збереження робочих місць у сфері туризму.

Уряди розвинених країн світу разом із заходами щодо забезпечення громадського здоров'я також швидко почали запроваджувати надзвичайні ініціативи щодо пом'якшення економічного впливу коронавірусу на підприємства і на працівників сфери туризму. Загалом, ці ініціативи за своєю

формою є загальноекономічними пакетами стимулів, а саме: через позики, податкові канікули чи відстрочки, певні гарантійні схеми. Наприклад, інвестиційну ініціативу Європейської Комісії щодо реагування на коронавірус (Coronavirus Response Investment Initiative) почали реалізовувати з 1 квітня 2020 р. Вона передбачає інвестиції у розмірі 37 млрд євро для забезпечення ліквідності малого бізнесу та сектора охорони здоров'я [26]. Ця ініціатива доповнена додатковим пакетом інвестиційних ініціатив з реагування на коронавірус (Coronavirus Response Investment Initiative Plus), розроблених, щоб забезпечити повне використання ресурсів фондів підтримки.

Туристична індустрія, зокрема її працівники, отримують значну користь від цих загальних заходів економічного стимулювання та підтримки. Прикметно, що ці заходи є актуальними та доступними для працівників туристичних підприємств і бізнесу будь-якого розміру. 51 країна-член ОЕСР (Організація економічного співробітництва і розвитку) активно розробляють та впроваджують ініціативи, спрямовані на підтримку сфери туризму, її збереження, скорішого відновлення і сприяння її подальшого розвитку [27; 28; 29]. Уряди інших країн також долучаються до цих ініціатив, коригують вжиті заходи, щоб забезпечити краще задоволення потреб туристичного бізнесу в цілому і його працівників, зокрема.

Для розробки заходів із підтримання туристичного бізнесу, у тому числі й збереження робочих місць і утримання працівників сфери туризму, уряди країн створюють спеціальні комітети, комісії, робочі групи. Для цього у країнах з високими туристичними потоками створені спеціальні органи, щоб забезпечити ефективне керівництво та координацію заходів з пом'якшення наслідків коронавірусної кризи в усіх сферах діяльності. Водночас такі органи покликані послужити платформою залучення промисловості та розробки ефективних планів відновлення й інших секторів економіки і сфер діяльності.

Наприклад, у Єгипті створено спільну робочу групу між єгипетськими міністерствами туризму, охорони здоров'я та населення, цивільної авіації, Єгипетською федерацією туризму разом з усіма відповідними урядовими органами, щоб забезпечити уніфіковану ефективну комунікацію та рекомендації, спрямовані на підтримку туристичної галузі. Зокрема, період зупинки у туристичній діяльності має бути використано для модернізації інфраструктури туристичних об'єктів для прийому туристів на відпочинок у майбутньому.

Уряд Канади створив Комітет з федерального реагування на коронавірусну інфекцію, в якому одну із ключових ролей відіграє Міністерство туризму Канади. Було розроблено низку заходів для підтримки приватних осіб та підприємств, які стикаються з труднощами, спричиненими глобальним спалахом COVID-19.

У Малайзії створено Раду дій з відновлення туризму на чолі з міністром туризму, мистецтв та культури Малайзії. До його складу входять представники відповідних міністерств та державних установ, а також асоціацій приватного сектору, що представляють туристичні агенції, туристичні путівники, авіакомпанії, готельні мережі та житло приватного сектору.

Сфера туризму, як міжгалузевий сектор, отримує вигоду від міжгалузевих заходів, запроваджених урядами для забезпечення гнучкості та допомоги працівникам. Деякі країни запровадили спеціальні заходи, що спрямовані на самозайнятих працівників. Це особливо актуально для сфери туризму, адже більшість туристичних підприємств належить до мікро- та малого бізнесу.

У багатьох країнах працівники сфери туризму певним чином захищені. Наприклад, деякі уряди виплачують зарплату більшій половині працівників сфери туризму. Проте в довгостроковій перспективі такі виплати не можуть бути систематичними і стійкими. Тому виплати працівникам як компенсація за карантин не можуть вважатися стійким явищем. Повна картина з втратою робочих місць внаслідок коронавірусної кризи стане ясною лише тоді, коли туристичний бізнес зможе відкритися знову. Це пояснюється тим, що боротьба за те, щоб продовжувати працювати, не закінчиться скасуванням обмежень на подорожі і поїздки.

Тому заходи, націлені на збереження кадрового корпусу сфери туризму і збереження робочих місць у бізнесі, умовно класифікуємо, як: матеріальні чи фінансові; нематеріальні чи нефінансові.

У країнах, де вплив пандемії на туристичний бізнес був особливо значним, акцент у політиці підтримки працівників зроблено на наданні *фінансової допомоги* працівникам малого туристичного бізнесу, наприклад, відтермінування сплати ПДВ, виплата компенсацій тощо. До матеріальних заходів збереження кадрового потенціалу туристичного бізнесу можна віднести і фінансові інструменти, що забезпечують виживання бізнесу в найближчій перспективі (наприклад, податкові пільги, гарантії, гранти), заходи щодо здійснення закупівель та уникнення несвоєчасних платежів, а також дії, які допоможуть підприємствам малого бізнесу розробити і впровадити нові робочі процеси та знайти нові ринки збуту. Іншими словами фінансова допомога заключається у підтримці туристичних підприємств. Логічно, якщо туристичний бізнес буде функціонувати, будуть робочі місця і працівники будуть забезпечені роботою.

Варто зазначити, що працівникам також надається *нефінансова підтримка*: надається необхідна інформація, консультативні послуги з дотримання нових правил ведення бізнесу в карантинних і пост-карантинних умовах. До нефінансових заходів державної допомоги можна віднести і комунікаційні кампанії з метою запобігання поширенню вірусу, підтримку підприємств туристичної сфери для забезпечення їх гнучкості, скорочення робочого часу працівників, тимчасову відміну звільнень з роботи.

Наведемо кілька прикладів тих заходів, що вже впроваджуються провідними туристичними країнами для підтримки працівників сфери туризму.

Наприклад, Міністерство культури і туризму Китаю у лютому 2020 р. оприлюднило інформацію про збереження робочих місць працівників сфери туризму, зокрема екскурсоводів, щоб зарезервувати необхідні людські ресурси для відновлення туризму. Так, мова йде про захист прав та переваг екскурсоводів, їх заохочення до безкоштовних онлайн-курсів та надання

пільгової політики для них, включаючи відмову від щорічної плати за дозвіл за 2020 р. та розширені терміни поновлення їх сертифікатів [30].

У Кореї туристичний бізнес було визначено як сектор економіки, що потребує спеціальної підтримки щодо зайнятості працівників, зокрема через надання до 90% щорічної допомоги на відпустку упродовж 6 місяців, щоб зберегти робочі місця в цьому секторі. Заходи, пов'язані з працевлаштуванням та навичками, включають також: щомісячну субсидію заробітної плати в розмірі 137-276 доларів США упродовж 3 місяців для того, щоб утримати працівників; фінансову допомогу в розмірі 137 доларів США щомісяця працівникам, змушеним брати неоплачувану відпустку до 6 місяців; виділення 45 млн доларів США підвищення кваліфікації своїх працівників як засіб сприяння розвитку туристичного бізнесу; безкоштовне онлайн-навчання спеціалістів для сфери туризму [29].

Іспанія розробила положення від Міністерства праці та соціальної економіки щодо того, як діяти в аспектах, пов'язаних з роботою, в умовах коронавірусу, та Міністерством промисловості, торгівлі та туризму щодо передової практики для підприємств та працівників у сфері туризму. Так економічні заходи, введені для реагування на кризу COVID-19, включають призупинення виплат відсотків та основну суму позик, раніше наданих Державним секретаріатом з питань туризму, та відстрочення виплат відсотків та / або основної суми позик регіональними туристичними компаніям та самозайнятими працівниками, які постраждали від кризи [30].

Міністерство туризму Португалії організувало надання спеціалізованої послуги – онлайн-підтримки працівникам сфери туризму. Команда з 60 тренерів зі шкіл готелів та туризму надавала консультативні послуги компаніям у вирішенні конкретних операційних питань, допомагаючи розробляти плани дій на випадок надзвичайних ситуацій в умовах COVID-19. Крім того, Міністерство на платформі управління знаннями розміщувало щоденно оновлювану ринкову інформацію для підприємств сфери туризму з питань повітряного транспорту, бронювання, туроператорів та обмеження на поїздки [29].

Звертає на себе увагу і програма «Туризм зараз!», що базується на трьох концепціях:

- використання стартапів з інноваціями для туристичних підприємств і активна підтримка їх у пошуку рішень для сфери туризму під час і після спалаху COVID19;
- організація низки веб-семінарів для працівників сфери туризму для обміну знаннями в цей період, а також проведення он-лайн-опитування для вимірювання наслідків спалаху, щоб створити основу для можливих рішень;
- зміцнення мережі стартапів, поширення дії тих, хто розробляє ініціативи, що допомагають подолати наслідки пандемії COVID-19 та її наслідки.

Також навчання у школах туризму Португалії було повністю переведено в дистанційний формат, а ціну за навчання відкладено на період карантинних обмежень [27].

Великобританія запровадила схему збереження робочих місць в умовах пандемії коронавірусу, де малі та великі роботодавці мають право подавати заявку на отримання державного гранту в розмірі 80% заробітної плати працівників до 2 500 фунтів стерлінгів на місяць. Схему виявилася ефективною і її кілька разів продовжували до кінця 2020 р. [28].

Польський уряд впровадив так-званий «захисний пакет» для підприємців у сфері туризму, які постраждали від коронавірусної кризи. Пакет містить низку пропозицій для підприємців: можливого звільнення від сплати податків та внесків на соціальне страхування, інструментів підвищення фінансової ліквідності компаній, питань захисту та підтримки ринку праці, включаючи рішення для тих компаній, які змушені припинити роботу. Департамент туризму Міністерства економічного розвитку також вжив інших заходів, крім законодавчих, з метою виявлення основних потреб працівників сфери туризму та планування потенційної майбутньої допомоги їм. Наприклад, було розроблено посібник із питань та відповідей для туроператорів. Цей посібник вказує на положення, які визначають права суб'єктів туристичного ринку, з особливим акцентом на ті нормативні акти, які можуть застосовуватися за умов карантинних обмежень [30].

Систематизуємо результати вивчення видів фінансової та нефінансової підтримки працівників туристичної сфери деяких країн, де така підтримка заслуговує вивчення, критичного осмислення й популяризації. Результати систематизації репрезентовано у Табл. 10.

Таблиця 10 – Перелік заходів деяких країн світу для збереження кадрів туристичної індустрії

№ з/п	Назва країни	Фінансова підтримка	Нематеріальна підтримка
1	2	3	4
1	Китай	Фінансування туристичних підприємств органами місцевого самоврядування всіх провінцій, муніципалітетів та автономних регіонів; зменшення податків; соціальне забезпечення найманих працівників у сфері туризму; збереження робочих місць для екскурсіводів;	Заохочення туристичної діяльності в межах кожної провінції; нарощування потенціалу для навчання персоналу готелів; започаткування проєктів міжнародного обміну та співпраці; відновлення довіри до внутрішнього туризму; запуск онлайн програм, фотовиставок, відео-роликів для залучення туристів.
2	Фінляндія	Міністерство економіки і зайнятості передбачає фінансування бізнесу, зокрема через гранти, гарантії позик; Фінансування у розмірі 600 млн євро для підтримки авіаліній Finnair, закладів харчування.	Муніципалітети надають підтримку індивідуальним підприємцям у сфері туризму; Оновлення Стратегії розвитку туризму у Фінляндії на 2019-2028 рр., де передбачатимуться заходи з підтримки працівників сфери туризму.

Продовження табл. 10

3	Канада	пільга на податок на 2000 канадських доларів кожні чотири тижні протягом чотирьох місяців працівникам, які втратили свої доходи в результаті пандемії COVID-19; субсидії до 75% заробітної плати працівникам туризму, щоб зберегти їх для бізнесу, найняти та навчити інших працівників, наприклад студентів на літній час	підтримка найманих працівників і контракторів, які б не мали страхових виплат по безробіттю, і не можуть працювати через пандемію COVID-19; робота з туроператорами в національних парках, історичних місцях та водних заповідниках з розробки нових маркетингових кампаній
4	Бельгія	надання статусу тимчасово безробітних працівникам туризму з виплатою грошової компенсації; щомісячна виплата тим, хто втратив роботу в розмірі 1600 євро.	Згідно з Бельгійським планом соціального та економічного захисту передбачена підтримка працівників; самозайнятих працівників та компаній; Розробка планів відновлення у післякарантинний період.
5	Єгипет	шестимісячний план відстрочки комунальних платежів (на електроенергію, воду та газ) для туристичних закладів та приватних авіакомпаній; від банків низьковідсоткові фонди туристичним об'єктам для виплати зарплат працівникам; Центральний банк Єгипту (СВЕ) розпочав фінансування туризму на 50 млрд Євро, знизивши процентну ставку по ньому з 10% до 8%, частина цієї ініціативи спрямовується на виплату зарплати та операційні витрати.	Рекомендації персоналу туристичних об'єктів з дотримання правил самозахисту в умовах пандемії; навчання готельного персоналу з підвищення обізнаності, як діяти у надзвичайних ситуаціях; запровадження «гарячої лінії» для отримання скарг і запитів від працівників сфери туризму;
6	Угорщина	600 млрд форинтів підтримки від уряду для пріоритетних напрямів найбільш постраждалим секторам, таким як туризм та гостинність у наступні три роки у вигляді інвестиційних субсидій, зменшення податків, розвитку інфраструктури, пільгових та гарантованих кредитів та капітальних програм; скасування зобов'язань роботодавців сфери туризму і гостинності щодо сплати внесків, податку на заробітну плату працівників	початок внутрішньої кампанії з просування внутрішнього відпочинку та підготовки інфраструктури улюблених місць туристів після коронавірусної кризи

Продовження табл. 10

7	Малайзія	відстрочка щомісячних платежів на 6 місяців; звільнення від сплати 6% податку на послуги протягом 6 місяців; знижка до 50% на щомісячні рахунки за електроенергію протягом 6 місяців; додаткові відрахування податків на витрати на навчання в галузях, пов'язаних з туризмом; відстрочення платежів на податок на прибуток для всіх малих та середніх підприємств на три місяці.	безкоштовне онлайн-навчання спеціалістів для туристичного бізнесу; підвищення кваліфікації працівників сфери туризму за рахунок бізнесу; неоплачувана відпустка працівникам сфери туризму до 6 місяців.
---	----------	---	---

Джерело: складено за даними [25; 28; 29; 30]

Огляд досвіду країн з підтримки працівників туристичного бізнесу свідчить, що у планах з відновлення туризму акцент ставиться саме на людські ресурси. Цю картину спостерігаємо і в країнах Євросоюзу. Зупинимось детальніше на програмах підтримки працівників сфери туризму в Європі, розроблених на загальноєвропейському рівні.

Єврокомісія розробила спеціальний план з відновлення економіки, у тому числі й сфери туризму, щоб підтримати європейські країни через інвестиції та реформи. Нова ініціатива REACT-EU, прийнята 23 грудня 2020 р., передбачає фінансову допомогу обсягом 47,5 млрд євро. Її мета – підтримка працівників та малого бізнесу у сферах туризму, культури та охорони здоров'я. Загальний план відновлення також включає Механізм відновлення та стійкості (Recovery and Resilience Facility) на 672,5 млрд євро [30].

1 липня 2020 р. Європейська комісія прийняла новий документ «Європейський порядок денний з розвитку навичок для сталої конкурентоспроможності, соціальної справедливості та стійкості» (European Skills Agenda for sustainable competitiveness, social fairness and resilience). Комісія акцентує свою увагу на розвитку навичок як на ключовому напрямку розвитку ЄС і вбачає інвестиції в людей та їхні навички ефективним засобом сталого відновлення після коронавірусної пандемії. У цьому документі визначено цілі щодо підвищення кваліфікації (вдосконалення наявних навичок) та перекваліфікації (набуття через навчання нових навичок), які мають бути досягнені протягом наступних 5 років. В документі визначено, що бізнес потребує працівників з навичками, які б забезпечили повний перехід економіки на зелені та цифрові технології, а люди повинні отримати правильну освіту і навчання, щоб бути успішними [32].

Нині перехід на зелені та цифрові технології в економіці супроводжуються значними демографічними змінами, а пандемія поглибила ці зміни. Ринок праці потребує нових навичок. У післякризовий період багатьом європейцям потрібно

перекваліфікуватися, отримати нову кваліфікацію або вдосконалити свої наявні навички, щоб адаптуватися до змін ринку праці. Положення «Європейського порядку денного» відображають механізми розвитку навичок для праці, що мають бути забезпечені країнами-членами Євросоюзу, компаніями та соціальними партнерами, в контексті навчання упродовж життя та використовуючи бюджет ЄС як каталізатор розблокування державних і приватних інвестицій у навчання навичок людей.

Цього планується досягти через реалізацію 12 дій: пакту про майстерність; зміцнення навичок інтелекту; підтримку ЄС стратегічних національних заходів з підвищення кваліфікації; пропозиції щодо Рекомендації Ради з професійної освіти та навчання для забезпечення сталої конкурентоспроможності, соціальної справедливості та стійкості; розгортання ініціативи європейських університетів та підвищення кваліфікації вчених; формування навичок з підтримки зелених та цифрових технологій в економіці; збільшення випускників STEM та розвиток навичок підприємництва та мобільності; формування навичок для життя; ініціативу щодо запровадження індивідуальних рахунків для навчання; Європейський підхід до мікрокредитів; нову платформу Europass; поліпшення сприятливих умов для розблокування інвестицій держав-членів та приватних інвестицій у навички працівників [33].

Загалом, аналіз невідкладних *короткострокових рішень* щодо зменшення наслідків коронавірусної кризи на сферу туризму свідчить, що вони переважно зосереджуються на управлінні охороною здоров'я, виходу з економічної кризи та на тому, як регіони відреагували на пом'якшення її негативних наслідків.

Середньо- та довгострокові заходи включають реактивацію попиту та пропозиції, розробку нових форм сталого туризму, ефективне використання територіального та культурного різноманіття Європи та допомогу регіонам у їхньому прагненні стати більш стійкими до будь-яких криз.

Оскільки регіони Європи досить різноманітні, коронавірус вплинув на них по-різному. Тому, на думку експертів, частина рішень, прийнятих на загальноєвропейському рівні, може бути локальними. Крім того, деякі європейські країни можуть бути більш постраждалими, особливо ті, економіка яких більшою мірою залежить від туризму. Наприклад, Хорватія, Кіпр, Мальта, Греція, Словенія, Іспанія ризикують найбільше від втрати робочих місць у сфері туризму.

Таким чином, викладене вище дає підстави для висновку, що збереження кадрового корпусу туристичної сфери та суміжних їй секторів економіки є запорукою ефективного відновлення туризму. Людські ресурси – це пріоритетний напрям у діяльності з відновлення сфери туризму. Це простежується у документах ЮНВТО, Євросоюзу, урядів країн. Кожна країна розробила пакет документів для підтримки сфери туризму та сприяння його скорішому відновленню. Які включають і заходи зі збереження робочих місць у туризмі та утримання працівників. Підтримка країн працівникам туристичного бізнесу надається за двома напрямками: матеріальна чи фінансова та нематеріальна.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. European Union Tourism Trends. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419470>
2. Overview of EU Tourism Policy. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview_en
3. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions “Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe”. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>
4. Методологічні положення зі статистики зовнішньої торгівлі послугами. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. United Nations Conference on Trade and Development. URL: <https://unctad.org/>
6. World trade organization. URL: <https://www.wto.org>
7. International Tourism Highlights, 2019 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
8. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.27. 2010. URL: http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf
9. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.28. 2010. URL: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf
10. World travel and tourism council. URL: <https://wtcc.org/>
11. UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition. URL: <https://www2.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2017>.
12. Король О. Д. Міжнародні туристичні прибуття та доходи від іноземного туризму: загальносвітова динаміка та аналіз за країнами. Вісник ОНУ. Сер.: Географічні та геологічні науки. 2017. Т. 22. Вип. 2. С. 104-117. URL: <http://visgeo.onu.edu.ua/article/view/120897>.
13. Кузишин А. В. Основні показники розвитку туризму в країнах Європейського туристичного регіону на початку ХХІ століття Актуальні проблеми країнознавчої науки: матеріали V Міжнародна наук.-практ. Інтернет конференція, 2017. С. 48-52. URL: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2017/05/11>.
14. Осипенко К. В. Оцінка міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу. - Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка. 2014. Вип. 8. С. 188-199. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmduek_2014_8_27.
15. Поворознюк І. М. Перспективи розвитку європейського ринку туристичних послуг. - Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 2. С. 27-30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2015_2_7.

- 16 Динаміка туристичних потоків. Статистична служба Європейського союзу. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
- 17 Динаміка туристичних потоків з ціллю рекреації та відпочинку. Статистична служба Європейського союзу. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>.
18. UNWTO Launches a call for action for tourism's COVID-19 mitigation and recovery. 11 April, 2020. URL: <https://cutt.ly/WldbjjN>
19. Statistical data for OECD countries. (2018). URL: <http://dx.doi.org/10.1787/888934076134>
20. Lock S. COVID-19: job loss in travel and tourism sector worldwide, 21 August, 2020. URL: <https://cutt.ly/tldbacz>
21. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Оновлення до документа «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні». Hotel & Destination Consulting. European Bank for Reconstruction and Development. 2020. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>
22. Кадровий портал grc.ua. 2020. URL: <https://grc.ua/>
23. COVID-19: putting people first. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19-2020>
24. Бабушко С. Р. Професійний розвиток фахівців сфери туризму в США та Канаді: монографія; за наук. ред. проф. Л. Б. Лук'янової. К.-Ніжин: Видавець ПП Лисенко М. М., 2015. 424 с.
25. World Tourism Organization (2020), Supporting Jobs and Economies through Travel & Tourism – A Call for Action to Mitigate the Socio-Economic Impact of COVID-19 and Accelerate Recovery, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421633>
26. Coronavirus Response Investment Initiative adopted. European Commission Newsroom. 30, March, 2020. URL: <https://cutt.ly/wldbcRx>
27. OECD Tourism Trends and Policies 2020. OECD Publishing, Paris. URL: <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>
28. OECD. Coronavirus (COVID-19). From pandemic to recovery: Local employment and economic development, 27 April 2020. URL: <https://cutt.ly/CldbQia>
29. Tourism policy responses to the coronavirus COVID-19. OECD Policy responses to coronavirus. URL: <https://cutt.ly/PldbIxu>
30. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах епідемічних підвищених ризиків аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень. 2020. URL: <https://cutt.ly/1ldbD8f>
31. REACT-EU. European Commission. URL: <https://cutt.ly/KldbJ7W>
32. Tourism and employment: how the severity of future coronavirus waves could impact jobs. 2 August, 2020. URL: <https://cutt.ly/qldbCQg>
33. Commission presents European Skills Agenda for sustainable competitiveness, social fairness and resilience. Employment, Social Affairs & Inclusion. European Commission Newsroom, 1 June, 2020. URL: <https://cutt.ly/VldbNAj>

34. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія [Електронний ресурс] / Г.О. Горіна, С.Р. Бабушко, Л.В. Безкоровайна, Г.А. Богатирьова та ін.; наук. ред. Г.О. Горіна. – Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2021. – 134 с. Режим доступу: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/2254/>

35. Стратегічні імперативи стійкого розвитку туризму в країнах ЄС: впровадження досвіду для України: монографія [Електронний ресурс] / Г.О. Горіна, О.Б. Чернега, Г.А. Богатирьова та ін.; наук. ред. Г.О. Горіна. – Кривий Ріг : Вид. Р.А. Козлов, 2020. – 114 с. Режим доступу: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/2065/>