

Єрко І.В.

кандидат географічних наук,
доцент кафедри туризму та готельного господарства
Волинського національного університету імені Лесі Українки

Ierko Iryna

Candidate of Geographical Sciences,
Senior Lecturer at the Department of Tourism and Hotel Industry
Lesya Ukrainka Volyn National University

ГНОСЕОЛОГІЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

GNOSEOLOGY OF THE COMPETITIVE POTENTIAL OF TOURISM INDUSTRY SUBJECTS

Проаналізовано поняття туристична індустрія та конкурентний потенціал суб'єктів туристичної індустрії. Проведені дослідження дозволили об'єднати думки науковців у три підходи: інфраструктурний, споживчий та соціально-економічний. Інфраструктурний підхід трактується як сукупність різних інфраструктурних об'єктів, які забезпечують обслуговування та надання якісних туристичних послуг туристам. Споживчий підхід спрямований на споживання туристичних продуктів та максимальне задоволення потреб споживачів у якісних туристичних послугах. Соціально-економічний підхід розглядає туристичну індустрію з позиції отримання економічного та соціального ефекту від надання туристичних послуг та позитивного впливу на розвиток національної економіки. В результаті досліджень було виокремлено три підходи до змісту поняття «конкурентний потенціал суб'єктів туристичної індустрії», а саме: потенційна здатність, конкурентні переваги, туристична. Проведений огляд понять дозволяє виокремити критерії конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії: конкурентні переваги та сталий і безпечний розвиток туристичної індустрії.

Ключові слова: туристична індустрія, конкурентний потенціал, конкурентний потенціал суб'єктів туристичної індустрії, інфраструктура туризму, трансформаційні процеси.

The concept of tourism industry and the competitive potential of tourism industry subjects are analyzed. The conducted research made it possible to combine the opinions of scientists into three approaches: infrastructural, consumer and socio-economic. The infrastructural approach is interpreted as a set of various infrastructural objects that provide service and provide quality tourist services to tourists. The consumer approach is aimed at consumption of tourist products and maximum satisfaction of consumer needs in quality tourist services. The socio-economic approach considers the tourism industry from the standpoint of obtaining economic and social effects from the provision of tourist services and a positive impact on the development of the national economy. It was established that the main features of the concept of "tourist industry" are: the presence of infrastructural tourist facilities, the consumer value of the tourist product/service; synergistic effect (socio-economic effect) in the process of providing/producing a tourist service/product. As a result of the research, three approaches to the content of the concept of "competitive potential of the tourism industry subjects" were distinguished, namely: potential ability (the ability of a tourist destination to produce a quality tourist product/service, to effectively use available recreational and other resources to ensure the competitiveness of the subject of the tourist industry), competitive advantages (current trends in the development of the tourism industry should be analyzed from the standpoint of existing competitive advantages, as well as forecast future scenarios of its development taking into account potential threats and dangers regarding the formation of such advantages in the field of tourism industry), tourist attractiveness (the presence of favorable natural resources and natural conditions, a favorable ecological situation, historical, cultural and architectural monuments, developed tourist infrastructure, which collectively attract tourists). The overview of concepts allows us to single out the criteria for the competitive potential of tourism industry entities: competitive advantages and sustainable and safe development of the tourism industry.

Keywords: tourism industry, competitive potential, competitive potential of tourism industry entities, tourism infrastructure, transformational processes.

Постановка проблеми. Забезпечення балансу інтересів між виробниками та споживачами туристичних послуг/продукту потребує нового трансформованого підходу до розвитку конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії, метою якого є створення безпечних умов ведення бізнесу в сфері туризму, відтворення туристичного потенціалу у повоєнний період, надання якісних туристичних послуг в умовах сталого розвитку туристичної індустрії.

Конкурентний потенціал суб'єктів туристичної індустрії довгий час перебував в стані стійкості, проте згодом під впливом різних чинників відбулося порушення такої стійкості, де він «занурився» у фазу флуктації та біфуркації. З іншої сторони, наявність воєнних дій в Україні зумовила руйнацію стійкості розвитку туристичної індустрії, в результаті чого конкурентний потенціал суб'єктів такої сфери потребує трансформації та видозміни (формування нового) природи його розвитку у повоєнний період. Це потребує дослідження гносеології конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії, змістового наповнення категоріального апарату, критеріїв його розвитку як необхідних передумов до забезпечення сталого та безпечного розвитку туристичної індустрії.

Пропонується розглянути понятійний апарат «туристична індустрія», «конкурентний потенціал туристичної індустрії». Дефініція категоріального апарату є неоднозначною та дискусійною у наукових школах, про що свідчить наявність різних визначальних ознак та критеріїв його сутнісної характеристики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Огляд літератури поняття «туристична індустрія» свідчить про широкий спектр думок щодо його сутнісної характеристики. Проведені дослідження дозволили об'єднати думки науковців у три підходи: інфраструктурний (Гук Н. [9], Коваль П. [33], Алешугіна Н. [33], Андрєєва Г. [33]), споживчий (Білотіл О. [1], Драпушко Р. [10], Підвальна О. [16], Богуславська С. [16]), соціально-економічний (Бондаренко М. [2], Мельниченко О. [15], Шведун В. [15], Коваль О. [13], Мельниченко О., Величко Л. [14]). Як потенційну здатність (можливість) конкурентний потенціал суб'єктів туристичної індустрії розглядали такі науковці як Бутко М. [3], Юр'єв В. [23], Іващенко А. [23], Савіцька О. [20], Новоставська О. [20], Савіцька Н. [21].

Мета статті. Формулювання цілей статті полягає у дослідженні теорії пізнання конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії.

Виклад основних результатів дослідження.

В рамках інфраструктурного підходу науковцями трактується туристична індустрія як сукупність різних *інфраструктурних об'єктів*, які забезпечують обслуговування та надання якісних туристичних послуг туристам. Вважаємо, що даний підхід є слушним, оскільки якісні туристичні послуги потребують наявності інфраструктурних об'єктів, які відповідають стандартам. В якості інфраструктурних об'єктів можуть бути готелі, мотелі, туристичні комплекси, пансіонати, заклади оздоровлення, заклади ресторанного господарства, торгівлі,

спорту, транспорту тощо. Інфраструктурні об'єкти можуть бути різного функціонального спрямування, а саме виробничого, соціального, рекреаційного, інформаційного і т.д., проте незалежно від їх орієнтації, основне завдання полягає у наданні якісної туристичної послуги та максимального задоволення споживчих потреб.

За споживчим підходом туристична індустрія спрямована, з однієї сторони, на *споживання туристичних продуктів*, а з іншої – на максимальне задоволення *потреб споживачів* у якісних туристичних послугах. Кожен туристичний продукт має власну споживчу цінність для туриста. Чим вищою є споживча цінність туристичного продукту, тим вищою буде його вартість та міра задоволенням ним конкретного туриста.

З іншої сторони, якісне надання туристичної послуги суб'єктом туристичної індустрії дає можливість споживачу отримати позитивну емоцію. З цієї метою, зазвичай, формується пакет туристичних послуг, оскільки отримання такої емоції потребує не поодиноких послуг, а їх сукупності.

Як *соціально-економічний* підхід науковці розглядають туристичну індустрію з позиції отримання економічного та соціального ефекту від надання туристичних послуг та позитивного впливу на розвиток національної економіки. Погоджуємось із авторами з приводу такої думки, оскільки розвиток туристичної індустрії позитивно впливатиме на рівень зайнятості населення, залученні економічно-активного населення у туристичні інфраструктурні об'єкти, активізацію економічних процесів країни та туристичних дестинацій, надходження коштів від потоку туристів, туристичну привабливість території, відновлення туристичного потенціалу, покращенні соціального добробуту, покращення життєвого рівня населення, розвиток супутніх видів економічної діяльності тощо. Водночас, слід зважати, що спільна співпраця та залучення усіх учасників ланцюга створення вартості дозволить отримати синергетичний ефект від такої взаємодії в сфері туристичної індустрії.

Таким чином, розгляд підходів до змісту поняття «туристична індустрія» дозволили виділити такі її основні ознаки:

- наявність інфраструктурних туристичних об'єктів;
- споживча цінність туристичного продукту/послуги;
- синергетичний ефект (соціально-економічний ефект) в процесі надання/виробництва туристичної послуги/продукту.

В результаті досліджень було виокремлено три підходи до змісту поняття «конкурентний потенціал суб'єктів туристичної індустрії»: потенційна здатність (можливість); конкурентні переваги; туристична привабливість.

Для прикладу, Бутко М. трактує «конкурентоспроможність суб'єктів туристичного бізнесу як здатність ефективно використовувати свій потенціал, спрямований на успішний комерційний результат за дотримання умов збалансованого розвитку територій» [3]. Савіцька О. розглядає конкурентний потенціал як «сукупність параме-

трів, що визначають можливість і здатність підприємства ефективно функціонувати на ринку в перспективі [20]. Інший науковець вважає, що «реально досяжна конкурентоспроможність туристської дестинації – це здатність індустрії туристської дестинації виробляти конкурентоспроможні туристські продукти, одночасно забезпечивши окупність витрат на створення цієї зони відпочинку в певний період часу і подальше економічне зростання дестинації при збереженні або збільшенні рівня реального доходу місцевого населення і його зайнятості протягом тривалого часу» [23]. Грабовенська С. трактує «конкурентоспроможність як потенційну спроможність суб'єкта ринку в певний період часу задовольняти потреби споживачів на вищому порівняно з конкурентами рівні, що дає змогу зберегти/наростити завойований сектор ринку та забезпечує зростання обсягу ринку загалом» [8]. Як бачимо, мова йде про здатність туристичної дестинації виробляти якісний туристичний продукт/послугу, ефективно використовувати наявні рекреаційні та інші ресурси для забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта туристичної індустрії. У довоєнний період в Україні були створені усі потенційні можливості щодо виробництва та споживання якісних туристичних продуктів/послуг. Проте, недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури не дозволяв в повній мірі використовувати такі потенційні можливості, що вказувало на низький рівень результативності конкурентного потенціалу. В період воєнних дій в Україні, значна територія втратила наявні потенційні можливості туристичної індустрії, які потребують трансформації у повоєнний період.

Інша група науковців (Васильчак С. [4], Семак С. [4], Газуда С. [6], Труніна І. [22], Суценко О. [22], Ліхоносова Г. [22], Зуєва В. [11]) розглядає конкурентний потенціал як конкурентні переваги, якими володіє туристичний продукт, або туристична фірма. На думку Васильчака С. «конкурентна перевага туристичного підприємства – це той показник, який забезпечує їй перевершення конкурентів на цільовому ринку. Формування конкурентної переваги є основою маркетингової стратегії, яка забезпечить підприємству туристичної індустрії досягнення рівня зростання й прибутковості вищого, ніж у середньому на ринку [4]. Труніна І. вважає, що «конкурентоспроможність підприємства як характеристика оцінки кінцевих результатів його діяльності на ринку є показником відносним, де базою для порівняння виступають аналогічні показники, що використовуються для оцінки конкурентоспроможності конкурентів. Для того щоб забезпечити лідируючу позицію підприємства на туристичному ринку, необхідно забезпечити продукт конкурентними перевагами. Конкурентні переваги – це матеріальні та нематеріальні активи, а також сфери діяльності, які є стратегічно важливими для туристичного підприємства і дозволяють йому можливість перемагати в конкурентній боротьбі» [22]. У стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 визначено його мету як «формування сприятливих

умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу» [18]. На думку Газуди С., «конкурентні переваги суб'єктів туристичної сфери складаються з переваг туристичного продукту, можуть бути пов'язані або з вищою якістю туристичних послуг, або з нижчими цінами на них, що узгоджується з прийнятою ринковою стратегією в межах підприємства» [6].

Кожна туристична дестинація та суб'єкт туристичної індустрії намагається створити конкурентні переваги у порівнянні з іншими, які дозволять споживачу отримати кращу цінність туристичної послуги/продукту за нижчою ціною, отримати кращу якість обслуговування. З іншої сторони, суб'єкт туристичної індустрії може сформувати унікальну туристичну послугу/продукт порівняно зі своїми конкурентами, що забезпечить його конкурентну перевагу відносно них. Конкурентна перевага повинна, перш за все, бути втілена у туристичному продукті/послугі, її якості, ціні, рівні обслуговування, рівні розвитку туристичної інфраструктури, туристичної привабливості дестинації. Лише в процесі ведення боротьби за споживача (туриста) такі переваги стають конкурентними та видозмінюють суб'єкта туристичної індустрії на ринку туристичних послуг. Водночас, слід зважати на те, що переваги у якості, ціні, рівні обслуговування, тощо можуть бути конкурентними нині, проте у майбутньому втратити свою актуальність, а відтак і конкурентний потенціал суб'єкта туристичної індустрії. Тому, слід аналізувати сучасні тренди розвитку туристичної індустрії з позиції наявних конкурентних переваг, а також прогнозувати майбутні сценарії її розвитку із врахуванням потенційних загроз та небезпек щодо формування таких переваг у сфері туристичної індустрії. Для прикладу, внаслідок пандемії COVID-19 у 2020 році «спостерігалось 50-відсоткове скорочення глобальних витрат на туризм порівняно з минулим періодом, в результаті чого більш як на 50% відбулася втрата робочих місць в туристичній індустрії» [19; 24; 25]. Така ситуація свідчить про неготовність туристичного бізнесу до нових викликів та загроз, що відповідно знизило рівень використання потенційних можливостей туристичних дестинацій.

За третім підходом [17] конкурентний потенціал суб'єктів туристичної індустрії представляє собою *туристичну привабливість* дестинації. Науковці трактують «конкурентоспроможність туристичних послуг як багатопланову категорію, що залежить як від зовнішніх, так і від внутрішніх чинників, і визначається привабливістю туристичної галузі, її інфраструктурою та якістю самих послуг» [17]. За даним підходом вважаємо, що чим вищим є рівень туристичних потоків, тим кращою є туристична привабливість території, що дає змогу сформувати конкурентний потенціал суб'єктів туристичної індустрії. Туристичну привабливість території може характеризувати наявність сприятливих природних ресурсів та природних умов, сприятлива еко-

логічна ситуація, історико-культурні та архітектурні пам'ятки, розвинена туристична інфраструктура, які у сукупності приваблюють туристів. Також, вважаємо, що туристичну привабливість території формують її потенційні можливості задовольнити потреби туристів у туристичних послугах/продуктах. Варто зауважити, що туристична привабливість може сприйматися по-різному для внутрішніх та зовнішніх туристів. Якщо для внутрішніх туристів пам'ятки архітектури та історико-культурні місця не будуть вагомими, то для зовнішніх туристів такі об'єкти будуть туристично привабливі.

Проведені дослідження дозволяють визначити конкурентний потенціал суб'єктів туристичної індустрії як наявність конкурентних переваг, які створюють сприятливі потенційні можливості формування туристичної привабливості дестинації задля забезпечення сталого та безпечного розвитку туристичної індустрії.

Висновки. Таким чином, проведений огляд понять дозволяє виокремити критерії конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії: конкурентні переваги та сталий і безпечний розвиток туристичної індустрії.

Виробник повинен сформувавши потенційні можливості для надання якісних туристичних послуг/продукту, забезпечити належний рівень розвитку туристичної інфраструктури та створити туристичну привабливість території. В свою чергу, для споживача важливим буде наявність екологічно безпечного стану (сприятливе довкілля), задоволення соціальних потреб (розвиток соціального туризму), економічна спроможність особи здійснювати туризм.

Таким чином, розроблений категоріальний апарат дозволив визначити критерії конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії, які будуть покладені в основу здійснення трансформаційних процесів.

Бібліографічний список:

- Білотіл О.М. Механізми державного управління в туристичній індустрії на прикладі Причорноморського регіону України : дис. ... к.держ.упр. : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління». Харків, 2016. 236 с.
- Бондаренко М.П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис-XXI*. 2012. № 3-4. URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/48229/06-Bondarenko.pdf?sequence=1>
- Бутко М. Інвестиційні аспекти підвищення конкурентоспроможності економіки. *Економіка України : політ.-екон. журнал*. 2004. № 4. С. 40–45.
- Васильчак С.В., Семак С.С. Формування конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті забезпечення економічної безпеки. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. № 3(37). URL: <http://www.evd-journal.org/download/2014/2014-3/09-Vasilchak.pdf>
- Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
- Газуда С.М. Конкурентні переваги регіонального розвитку сфери туризму. *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. 2016. № 14. С. 106–110.
- Готуйтесь до нагальної ситуації: названо найпопулярніші туристичні напрямки в світі цього літа. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/naypopulyarnishi-turistichni-napryamki-vsiviti-vlitku-2023-svizhe-doslidzhennya-12243996.html>
- Грабовенська С.П. Конкурентоспроможність територіальних ринків туристичних послуг в Україні : дис. канд. екон. наук : 08.00.03. Львів, 2017. 222 с.
- Гук Н.А. Міжнародний туризм в Україні: реалії та перспективи. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 7. Ч. 1. С. 99–102.
- Драпушко Р. Індустрія туризму: міжнародний та вітчизняний досвід. *Вісник Інституту розвитку дитини. Серія «Філософія, педагогіка, психологія»*. 2014. Вип. 35. С. 31–36.
- Зуєва В.С. Управління потенціалом туристичного підприємства. Матеріали X Всеукр. наук.-практ. конф. «Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом» (м. Маріуполь, 28 вересня 2018 р.). Маріуполь : МДУ, 2018. 80 с. С. 7–8. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/zueva.htm
- Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андреева Г.П. Розвиток розважального сектору туристичної індустрії як засіб зміцнення туристичного потенціалу України. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 6. С. 78–83.
- Коваль О.М. Перспективи створення туристичних кластерів на Закарпатті. URL: https://tisit.edu.ua/tisit_news/128
- Мельниченко О.А., Величко Л.Ю. Індустрія туризму: сутність, складові, кластери, необхідність державного регулювання. *Теорія та практика державного управління*. Вип. 4 (51). URL: http://www.irbis-nbuiv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuiv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=URN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILE=&S21STR=Trpu_2015_4_3
- Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.
- Підвальна О.Г., Богуславська С.І. Індустрія туризму як об'єкт регіональних економічних досліджень. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. № 48. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2021/48-2021/6.pdf>
- Полковниченко С.О. Оцінка конкурентоспроможності України на європейському ринку туристичних послуг. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/114.pdf
- Розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
- Савченко М.В., Криворучко Д.М., Сидорчук Д.С. Міжнародний туризм в умовах пандемії COVID-19: тенденції та моделювання розвитку. URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/186768/11-Sachenko.pdf?sequence=1>
- Савіцька О.П., Новоставська О.І., Савіцька Н.В. Формування конкурентного потенціалу туристичних підприємств в умовах сталого розвитку. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2015. Вип. 25.9. URL: https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2015/25_9/27.pdf
- Савіцька О.П., Савіцька Н.В. Теоретико-методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності суб'єктів туристичної індустрії. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2013. № 776. С. 154–163.
- Труніна І.М., Сущенко О.А., Ліхоносова Г.С. Конкурентоспроможність підприємницької діяльності (туристична галузь) : підручник. 2-ге вид., переробл. і доповн. Кременчук : вид-во ПП Щербатих О.В. 2017. 268 с.
- Юр'єв В.І., Іващенко А.В. Проблеми формування конкурентного середовища в туристичній сфері. *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. № 12/4. URL: <http://socrates.vsu.org/repository/getfile.php/16697.pdf>
- Corrado Makkiarelli. How is COVID-19 affecting international travel and tourism? 2021. URL: <https://www.economicsobservatory.com/how-is-covid-19-affecting-international-travel-and-tourism>
- Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. 2021. URL: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

References:

1. Bilotil O. M. (2016) *Mekhanizmy derzhavnogho upravlinnja v turystychnij industriji na prykladi Prychornomorsjkogho rehionu Ukrainy* [Mechanisms of state management in the tourism industry on the example of the Black Sea region of Ukraine]: dys. ... k.derzh.upr.: spec. 25.00.02 "Mekhanizmy derzhavnogho upravlinnja". Kharkiv, 236 p. (in Ukrainian)
2. Bondarenko M. P. (2012) Teoretychni zasady rozvytku industriji turyzmu [Theoretical foundations of the development of the tourism industry]. *Ekonomichnyj chasopys-XXI*, no. 3-4. Available at: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/48229/06-Bondarenko.pdf?sequence=1> (in Ukrainian)
3. Butko M. (2004) Investytsijni aspekty pidvyshhennja konkurentospromozhnosti ekonomiky [Investment aspects of increasing the competitiveness of the economy]. *Ekonomika Ukrainy: polit.-ekon. Zhurnal*, no. 4, pp. 40–45. (in Ukrainian)
4. Vasylychak S. V., Semak S. S. (2014) Formuvannja konkurentospromozhnosti turystychnykh pidpryjemstv u konteksti zabezpechennja ekonomichnoji bezpeky [Formation of competitiveness of tourist enterprises in the context of ensuring economic security]. *Ekonomichnyj visnyk Donbasu*, no. 3(37). Available at: <http://www.evd-journal.org/download/2014/2014-3/09-Vasilchak.pdf> (in Ukrainian)
5. Vikipediya [Wikipedia]. Available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (in Ukrainian)
6. Ghazuda S. M. (2016) Konkurentni perevaghы regionalnogho rozvytku sfery turyzmu [Competitive advantages of regional development of tourism]. *Mykolajivskij nacionalnij universytet imeni V.O. Sukhomlynsjkogho*, no. 14, pp. 106–110. (in Ukrainian)
7. Ghotujtesja do natovpiv: nazvano najpopuljarnishi turystychni naprjamky v sviti cjogho lita [Prepare for crowds: the most popular tourist destinations in the world this summer]. Available at: <https://www.unian.ua/tourism/news/naypopulyarnishi-turistichni-napryamki-v-sviti-vlitku-2023-svizhe-doslidzhennya-12243996.html> (in Ukrainian)
8. Ghrabovensjka S. P. (2017) *Konkurentospromozhnistj terytorijnykh rynkiv turystychnykh poslugh v Ukraini* [Competitiveness of territorial markets of tourist services in Ukraine]: dys. kand. ekon. nauk: 08.00.03. Lviv, 222 p. (in Ukrainian)
9. Ghuk N. A. (2016) Mizhnarodnyj turizm v Ukraini: realiji ta perspektyvy [International tourism in Ukraine: realities and prospects]. *Naukovyj visnyk Uzhgorodskogho nacionalnogho universytetu. Serija: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove ghospodarstvo*, vol. 7, part 1, pp. 99–102. (in Ukrainian)
10. Drapushko R. (2014) Industrija turyzmu: mizhnarodnyj ta vitchyznjanyj dosvid [Tourism industry: international and domestic experience]. *Visnyk Instytutu rozvytku dytyny. Serija "Filosofija, pedagoghika, psykholohija"*, vol. 35, pp. 31–36. (in Ukrainian)
11. Zujeva B. C. (2018) Upravlinnja potencialom turystychnogho pidpryjemstva [Management of the potential of a tourist enterprise]. *Materialy X Vseukr. nauk.-prakt. konf. "Suchasni tekhnologhiji upravlinnja turystychnym ta ghoteljno-restorannym biznesom" (m. Mariupolj, 28 veresnja 2018 r.)*. Mariupolj: MDU, pp. 7–8. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/zueva.htm (in Ukrainian)
12. Kovalj P. F., Aljeshughina N. O., Andrijejeva Gh. P. (2010) Rozvytok rozvazhalnogho sektoru turindustriji jak zasib zmicnennja turystychnogho potencialu Ukrainy [Development of the entertainment sector of the tourism industry as a means of strengthening the tourism potential of Ukraine]. *Aktualjni problemy ekonomiky*, no. 6, pp. 78–83. (in Ukrainian)
13. Kovalj O. M. Perspektyvy stvorennja turystychnykh klasteriv na Zakarpatti [Prospects for the creation of tourist clusters in Transcarpathia]. Available at: http://www.tisit.edu.ua/tisit_news/128 (in Ukrainian)
14. Meljnuchenko O. A., Velychko L. Ju. (2015) Industrija turyzmu: sutnistj, skladovi, klastery, neobkhdnistj derzhavnogho rehuljuvannja [Tourism industry: essence, components, clusters, the need for state regulation]. *Terorija ta praktyka derzhavnogho upravlinnja*, vol. 4 (51). Available at: http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgii/irbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=U-JRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILE=&S21STR=Tpdu_2015_4_3 (in Ukrainian)
15. Meljnuchenko O. A., Shvedun V. O. (2017) *Osoblyvosti rozvytku industriji turyzmu v Ukraini* [Peculiarities of the development of the tourism industry in Ukraine]: monohrafiya. Kharkiv: Vyd-vo NUCZU, 153 p. (in Ukrainian)
16. Pidvaljna O. Gh., Boghuslavsjska S. I. (2021) Industrija turyzmu jak objekt regionalnykh ekonomichnykh doslidzhenj [The tourism industry as an object of regional economic research]. *Naukovyj visnyk Mizhnarodnogho ghumanitarnogho universytetu*, no. 48. Available at: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2021/48-2021/6.pdf> (in Ukrainian)
17. Polkovnychenko S. O. (2018) Ocinka konkurentospromozhnosti Ukrainy na jevropejskomu rynku turystychnykh poslugh [Evaluation of the competitiveness of Ukraine on the European market of tourist services]. *Efektivna ekonomika*, no. 12. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/114.pdf (in Ukrainian)
18. Rozporjadzhennja "Pro skhvalennja Strateghiji rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku" vid 16 bereznja 2017 (2017) [Oder "On the approval of the Strategy for the development of tourism and resorts for the period until 2026" dated March 16, 2017] No. 168-r. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (in Ukrainian)
19. Savchenko M. V., Kryvoruchko D. M., Sydoruchuk D. S. Mizhnarodnyj turizm v umovakh pandemiji COVID-19: tendenciji ta modeljuvannja rozvytku [International tourism in the conditions of the COVID-19 pandemic: trends and modeling of development]. Available at: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/186768/11-Sachenko.pdf?sequence=1> (in Ukrainian)
20. Savicjka O. P., Novostavsjska O. I., Savicjka N. V. (2015) Formuvannja konkurentnogho potencialu turystychnykh pidpryjemstv v umovakh stalogho rozvytku [Formation of the competitive potential of tourism enterprises in conditions of sustainable development]. *Naukovyj visnyk NLTU*, vol. 25.9. Available at: https://nv.ntu.edu.ua/Archive/2015/25_9/27.pdf (in Ukrainian)
21. Savicjka O. P., Savicjka N. V. (2013) Teoretyko-metodychni aspekty ocinky konkurentospromozhnosti subjektiv turystychnoji industriji [Theoretical and methodological aspects of assessing the competitiveness of subjects of the tourism industry]. *Visnyk Nacionalnogho universytetu "Lvivjsjka politekhnika"*, no. 776, pp. 154–163. (in Ukrainian)
22. Trunina I. M., Sushhenko O. A., Likhonosova Gh. S. (2017) Konkurentospromozhnistj pidpryjemnyckoji dijalnosti (turystychna ghaluzj) [Competitiveness of entrepreneurial activity (tourism industry)]: pidruchnyk. 2-ghe vyd., pererobl. i dopovn. Kremenčuk: vyd-vo PP Shherbatykh O.V., 268 p. (in Ukrainian)
23. Jurjev V. I., Ivashhenko A. V. (2017) Problemy formuvannja konkurentnogho seredovyshha v turystychnij sferi [Problems of forming a competitive environment in the tourism sector]. *Ekonomika. Finansy. Pravo*, no. 12/4. Available at: <http://socrates.vsu.org/repository/getfile.php/16697.pdf> (in Ukrainian)
24. Corrado Makkiarelli (2021) How is COVID-19 affecting international travel and tourism? Available at: <https://www.economicsobservatory.com/how-is-covid-19-affecting-international-travel-and-tourism>
25. Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism (2021). Available at: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>