

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-155>

УДК 339.564:338.48

ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ ЯК СКЛADOVA ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

TOURIST SERVICES AS A COMPONENT OF THE REGION'S EXPORT POTENTIAL

Хоробчук Олег Іванович

аспірант,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2973-3342>**Khorobchuk Oleg**

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

Стаття присвячена висвітленню питань формування та розвитку експорту туристичних послуг, особливостям існуючого ринку туризму та реалізації такого продукту, оцінці та аналізу розвитку туристичної галузі в інших країнах. Особлива увага відведена проблемам розвитку даної складової експортного потенціалу в регіонах західної частини України, а також перспективам розвитку експорту туристичних послуг. Для досягнення поставленої мети використано такі методи наукового пізнання як логічне узагальнення, системний аналіз, системно-структурний та порівняльний аналіз, які дозволили отримати відповідні результати. Проведено систематизацію та уточнення змісту поняття «експорт туристичних послуг» та особливостей їх впливу на показники експортної діяльності регіону. Виокремлено ключові принципи, які визначають особливості та напрями формування та розвитку експортного потенціалу регіону в напрямку удосконалення туристичної галузі.

Ключові слова: експортний потенціал, регіон, зовнішньоекономічна діяльність, формування, оцінювання, аналіз, експорт туристичних послуг.

The article is devoted to highlighting issues of the formation and development of the export of tourist services, the features of the existing tourism market and the sale of such a product, the assessment and analysis of the development of the tourism industry in other countries. Special attention is paid to the problems of development of this component of the export potential in the regions of the western part of Ukraine, as well as prospects for the development of the export of tourist services. To achieve the goal, such methods of scientific knowledge as logical generalization, system analysis, system-structural and comparative analysis were used, which made it possible to obtain appropriate results. Systematization and clarification of the content of the concept of "export of tourist services" and the specifics of their impact on the indicators of the region's export activity have been carried out. The key principles that determine the features and directions of the formation and development of the export potential of the region in the direction of improving the tourism industry are highlighted. The results of the research of this article are the structural division of the tourism industry into segments. These segments represent a set of areas of economic activity that make up the export part of tourist services. The article states that the western region of Ukraine has a huge export potential of this type of activity. Constituent segments, from which the potential export potential of the region is formed, are the ethnosector, recreation, sports, medical and recreational, historical and cultural sectors. Each sector is partially involved or rarely used in the export of tourism services at the moment. Each segment represents a potential direction of development of economic activity, the result of which should be the attraction of foreign funds into the national economy of Ukraine. The article highlights the opinion that there are two ways of attracting foreign capital to the economy of Ukraine. Firstly, it is the attraction of funds of foreign tourists from the direct implementation of tourist services and, secondly, through the attraction of foreign investors' finances in the development of tourist infrastructure in Ukraine. The article is informative and practical material for those who work or plan to develop in the direction of export of tourist services, which is a component of the export potential of the region of Ukraine.

Keywords: export potential, region, foreign economic activity, formation, evaluation, analysis, export of tourist services.

Постановка проблеми. Для економіки кожної країни і кожного регіону є пріоритетним збільшення результативності економічних показників завдяки зростанню різноманітних галузей економіки. Зовнішньоторгівельна діяльність є одним з пріоритетів розвитку економіки в цілому. Одною з підгалузей ЗЕД є експорт туристичних послуг. В найкращому випадку, плануючи довгострокові цілі розвитку як національної економіки, так і економіки окремо взятого регіону, зростання величини зовнішньоторговельного обороту повинно відбуватися за рахунок зростання показників експорту, в тому числі експорту туристичних послуг в обсягах більших, аніж зростання обсягів імпорту. Виходячи з цього необхідно докладати зусиль для оптимізації процесів формування та ефективного використання експортного потенціалу туристичних послуг на загальнонаціональному та місцевому рівнях. Такий підхід за інших однакових умов забезпечить покращення показників фінансово-господарської діяльності фірм, які займаються туристичним бізнесом за рахунок надходження валютної виручки, яка формується від реалізації за межі держави послуг туристичного сектора економіки.

Такі області, як Івано-Франківська, Львівська, Чернівецька, Тернопільська, Закарпатська, Волинська, Рівненська та Хмельницька умовно можна назвати західним регіоном України. Об'єктом дослідження в даній роботі є процеси формування експортного потенціалу туристичних послуг даного регіону. Західний регіон України представляє собою територію з величезним потенціалом розвитку експортного потенціалу туризму. Західний регіон багатий природним ландшафтом, величною історією та значною кількістю історичних пам'яток. Підвищення ефективності використання потенціалу регіональних особливостей сприяє забезпеченню економічної та соціальної стабільності в регіоні, а також його фінансової самодостатності. Це є особливо актуально для західного регіону України в умовах істотного скорочення можливостей фінансових надходжень від центральних органів влади, що викликано збройною агресією проти нашої держави та тимчасовою окупацією частини її суверенної території.

Іншими словами, розвиток туристично орієнтованих фірм – це один з засобів забезпечення високого рівня економічної безпеки як на рівні окремо взятих ОТГ так і західного регіону в цілому.

Можна стверджувати, що в сучасних умовах особливо актуальною є постановка та вирішення задачі системного формування та ефективного використання експорту туристичних послуг з західного регіону України за межі держави. Це один з кроків подальшого розвитку національної економіки та одного з показників, які забезпечують економічну безпеку на регіональному та загальнонаціональному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливу увагу автором монографії [1] приділено особливостям функціонування світової та національної туристичної галузі в докризовий період, запропоновано впровадження новітнього туристичного продукту в умовах обмежень щодо використання традиційної рекреаційної інфраструктури. Розглянуто туристичну діяльність як складову циклічної економіки, надано детальну характеристику її головних положень та оцінку впливу галузі рекреації та дозвілля на парадигму сприйняття її ключових постулатів споживачами послуг.

Автором [2] у своїй статті розглянуто особливості і динаміку світового експорту послуг, досліджено дане питання з використанням кореляційно-регресійного аналізу. Проведено аналіз тенденцій розвитку світової торгівлі послугами за типами розвитку країн. Здійснено порівняльну оцінку для ТОП-5 найбільших країн-експортерів послуг на світовому ринку. Окреслено місце України на світовому ринку послуг та визначено перспективні напрями розвитку торгівлі послугами для української економіки. Автор зазначає, що світова торгівля стає все більш орієнтованою на торгівлю послугами і її обсяги мають стійку тенденцію до зростання. Експорт послуг сприяє зростанню ВВП країни та розширює сукупний обсяг продукції та доходів внаслідок продажу послуг за кордон. Також він є джерелом надходження валюти в країну. Як показує досвід розвинених країн, ефективний сектор послуг слугує каталізатором зростання обсягів зовнішньоторговельного обороту країни та стимулює економічне зростання.

Дослідник [3] проаналізував динаміку міжнародних туристичних потоків. За даними Світової туристичної організації UNWTO (United Nations Tourism Organization). На міжнародний туризм припадає близько 7% загального обсягу світового експорту (галузь поступається за цим показником лише паливній і хімічній промисловості) і 30% експорту послуг. У таких країнах, як Австрія, Швейцарія, Чехія,

Угорщина, Італія, Франція, Іспанія, туризм належить до пріоритетних галузей, внесок яких у валовий національний дохід становить 15-35%. Загалом Західна Європа отримує близько 70% доходів світового туристичного ринку, Америка – 20%, Австралія – 10%.

Зростання місткості ринку туристичних послуг свідчить про можливість збільшення вітчизняних туристичних послуг на ньому. Цьому сприяє наявність усіх необхідних туристичних ресурсів на ринку України.

Цікаве дослідження провів автор [4]. Він дослідив, що в експорті України перше місце (44%) займає торгівля транспортними послугами, друге – іншими комерційними послугами (36%), третє – послугами, пов'язаними з товарами (11,1%) і лише четверте – подорожами (8,9%). У той же час, у світовому експорті перше місце займають інші комерційні послуги (53,7%), друге – подорожі (25,1%), третє – транспорт (17,7%), подібну структуру має і світовий імпорт. Отже, імпорт комерційних послуг в Україні розвивається в контексті світових тенденцій, адже сьогодні на ринку туристичних послуг України переважає виїзний туризм. Таким чином, торгівля туристичними послугами є важливою складовою міжнародної торгівлі як в Україні, так і в світі.

Автор [6] вважає, що в Україні найбільш постраждала туристична галузь не тільки Європи, але й України. Цього року українським та іноземним туристам недоступні морські курорти. Чимало з них знаходиться в окупації або в безпосередній близькості до зони проведення бойових дій. Мова йде про Запорізьку, Херсонську та Миколаївську області. Курортний сезон не відкривали й в Одеській області. Незважаючи на те, що західна частина України є відносно безпечною для туристів, на сьогоднішній день їх є небагато. Великого напливу туристів немає на жодному популярному курорті – Буковелі, Трускавці, Східниці чи Шацьких озерах. Також від війни постраждав перспективний медичний туризм, а саме, оздоровлення, репродуктивна медицина та стоматологія. Іноземці бояться їхати в Україну, а самі українці не мають на це коштів. Більшість санаторіїв перепрофілювалися на реабілітаційні центри та приймають постраждалих від війни. Розмір податків, сплачених їм представниками до державного бюджету за чотири місяці 2022 року, у порівнянні з аналогічним періодом 2021 року скоротився на 18%. Скоротилася й кількість платників податків, які працюють в туристичній сфері. За перші місяці війни їх кількість зменшилася на 10%.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є уточнення поняття «експорт туристичних послуг», визначення його напрямків, передумов та особливостей формування, а також розробка рекомендацій щодо росту економічних показників експортного потенціалу регіону в частині розвитку експорту туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «Експорт туристичних послуг» означає залучення коштів іноземних фірм і іноземних туристів в обмін на надання туристичних послуг, а також інвестиції закордонного капіталу в об'єкти і сферу туристичного сектору України (в нашому випадку в туристичну сферу західного регіону). Експорт туристичних послуг об'єднує в собі сукупність всіх методів і засобів досягнення економічних показників за рахунок переведення послуг в іноземну валюту.

Для визначення обсягу, потенціалу і можливостей такого сектору економіки, як експорт туристичних послуг західного регіону України пропонуємо взяти до уваги досвід країн, які досягли успіху в даному напрямку, проаналізувати їх досвід, особливості і виокремити ті напрямки, які найбільше підходять для нашої держави.

Пропонуємо розглянути приклад розвитку частини економічного сегменту такої країни, як Чехія. Сусідня країна, яка схожа за економічною складовою сфери надання туристичних послуг з Україною, має подібні етнічні вподобання, подібні кліматичні умови та історичні пам'ятки. Автор [5] провів аналіз даної країни в розрізі туристичного сектору економіки як важливої складової ЗЕД країни.

Туризм є однією з найприбутковіших галузей економіки сучасної Чехії. За офіційними даними, в останні роки цю країну відвідує близько 10 млн осіб іноземних туристів у рік. Ця держава отримує щорічно понад 8 млрд доларів США, що становить приблизно 1,5 % її ВВП. Тому Чехія має розвинуту мережу туристичних об'єктів на території всієї країни, яких загалом налічується понад 15 тис. і функціонує більше 1,5 тис. різноманітних туристичних фірм та суб'єктів туристичного підприємництва, які займаються організацією подорожей. В країні функціонує також багато підрозділів, які надають готельні, ресторанні та транспортні послуги для іноземних і внутрішніх туристів, діють потужні посередницькі компанії і рекламно-туристичні підрозділи, які обслуговують галузі туризму, а також численні навчальні туристичні заклади, що забезпечу-

ють підготовку фахівців у галузі туризму. Уряд цієї держави вирішив не укрупнювати великі туристичні компанії, а дати можливість малим туристичним фірмам та фізичним особам-підприємцям працювати на ринку туристичного обслуговування населення і конкурувати між собою за його якістю та різноманітністю туристичних послуг, що дало сплеск розвитку внутрішнього та міжнародного туризму в цій східноєвропейській країні. Історично склалося так, що Чехія спеціалізується завдяки наявності на її території багатьох джерел із лікувальною мінеральною водою та численними сірчаними та радоновими купальнями.

Чехія являє собою унікальний туристично-рекреаційний центр Східної Європи. В сучасних умовах жорсткої міжнародної туристичної конкуренції вона спеціалізується на лікувально-оздоровчому (наявні численні курорти з мінеральними водами та грязями), спортивному (відбуваються численні спортивні заходи, футбольні та хокейні матчі; широко практикується гірськолижний спуск, скелелазення та рафтинг), культурно-пізнавальному (на її території наявно понад 130 культурних комплексів та інших історико-культурних пам'яток – культових споруд, оборонних фортець, мостів і замків, 12 із яких включено в перелік ЮНЕСКО), видовищному (тут щорічно відбуваються культурні мистецькі виставки, прем'єри фільмів, міжнародні мистецькі фестивалі та пісенні конкурси тощо), діловому (Чехія та її столиця Прага – є бізнесовим центром усієї Східної Європи), гастрономічному (в основному пивному), релігійному (в країні багато давніх католицьких монастирів, костелів та інших сакральних об'єктів), етнографічному, зеленому та екстремальному туризмі.

Важливо взяти до уваги експортну складову Ізраїля в реалізації туристичних послуг. Дана країна розвивається в умовах постійної війни та загроз терористичних актів, що чимось схоже з ситуацією, яка склалась в Україні.

Автор [7] в своєму дослідженні акцентує увагу на тому, що туристична політика й напрями розвитку туристичної сфери Ізраїлю визначаються Міністерством туризму, основною метою діяльності якого є приваблення зовнішніх туристів у країну. Для цього при Міністерстві створено Державну компанію з туризму, яка забезпечує маркетинг і рекламу, професійне навчання персоналу, контроль діяльності готелів тощо. Вважається, що розвиток туризму досягне успіху за умов виваженої політики як на національному, так і

регіональному рівнях. Міністерство туризму Ізраїлю провело і проводить широкий спектр заходів щодо залучення туристів у країну. Ізраїль є однією із тих країн, яка володіє значними природнорекреаційними ресурсами і використовує їх для розвитку різних видів туризму: релігійного, історичного, оздоровчого, лікувального, медичного, культурного, наукового, курортно-пляжного, сільського. Ізраїль намагається приваблювати туристів за п'ятьма ключовими напрямками:

- кліматичний курорт, який успішно розвивається завдяки географічному розташуванню Ізраїлю на берегах чотирьох морів: Мертвого, Червоного, Середземного та Галілейського. Привабливими туристичними об'єктами для туристів є Іудейська пустеля та пустеля Неґев;

- медичний туризм, який був виокремлений як окрема галузь туризму ще з 70-80-х років минулого століття, і продовжує глобалізуватися та стрімко набирати обертів. Як відомо, у провідних країнах світу з високим рівнем медицини прибуток від в'їзного оздоровчого та лікувального туризму вимірюється сотнями мільйонів доларів щорічно і вносить вагомий вклад у наповнення бюджету країни. В останні роки надходження від медичного туризму, який здійснюється як для лікування, так і діагностики та реабілітації, становлять близько 2% світового ВВП. Більше 50 країн в рамках розвитку своїх економік прийняли національні програми з медичного туризму, в тому числі й Ізраїль. Для приваблення туристів залучаються значні інвестиції у розвиток медичної інфраструктури, будівництво комфортабельних клінік з кращим устаткуванням та інноваційними технологіями для надання високоякісного лікування;

- освітній туризм як чинник, що сприяє зростанню соціальної мобільності населення, вихованню толерантності та взаємоповаги до традицій і культури різних народів все більше набуває підтримки держави. Сфера освіти в Ізраїлі платна, але надаються певні пільги для іноземних студентів. Навчання відбувається на англійській мові, що приваблює студентів зі всього світу, тому на сьогодні кількість студентів, які народилися в Ізраїлі, дорівнює кількості студентів, які приїхали туди навчатися;

- релігійний туризм займає особливе місце в країні. Щороку Ізраїль відвідують близько 14 мільйонів паломників, що вдвічі більше, ніж чисельність населення країни;

- історичний, або сімейний туризм теж набуває розвитку. Цей вид туризму не

пов'язаний безпосередньо з релігією, а здійснюється для того щоб дізнатися про свій родовід та життя своїх дідів і прадідів.

Автор [8] провів аналіз експорту туристичних послуг Іспанії, Португалії, Італії, Греції. У цій статті досліджуються закономірності стійкості туризму, що розуміється як здатність відновлювати туристичний попит, який характерний для Іспанії, Греції, Італії та Португалії після впливу глобальної фінансової кризи 2008 і 2009 років. Аналіз частки змін дозволить нам розкласти зростання прибуття туристів-нерезидентів до готелів та подібних закладів, що походять з ринків за межами цих чотирьох країн у 2009–2016 роках. Використана техніка дозволяє класифікувати ринки відповідно до конкурентної переваги або спеціалізації, які демонструє кожна країна. Результати виявляють певну подібність у моделях стійкості в туризмі між Португалією та Іспанією, тоді як Італія та Греція зберігають власні особливості. У цьому контексті пропонуються деякі ідеї щодо розробки туристичної політики, яка максимально використовує потенціал кожної країни.

Науковці [9] у своєму дослідженні звернули свою увагу на актуальність міжорганізаційних і міжгалузевих відносин для інноваційної діяльності в туризмі, аналізуючи, чи мережеві інновації в туризмі відрізняються від інших секторів. Мета полягає в тому, щоб підкреслити особливі характеристики туризму в контексті регіональної інноваційної системи (RIS) за допомогою аналізу соціальних мереж (SNA), проведеного на малих і середніх підприємствах в автономній провінції Больцано-Боцен (Південний Тіроль) в Італії. Аналіз показує, що підприємства індустрії гостинності та туризму враховують регіональний контекст, демонструючи чітку тенденцію віддавати перевагу співпраці між секторами для інновацій. Висновки цього дослідження підкреслюють, що характеристики, визначені щодо мереж туристичних інновацій, територіально вкорінених, але на які сильно впливають інші сектори, можуть дати можливе пояснення деяких виявлених рис туристичних інновацій (наприклад, високий ступінь імітації в напрямках).

Експортний потенціал туристичних послуг західного регіону України можна визначити як до певної міри нерозвіданий, і такий, що має великі перспективи розвитку. Основною задачею розвитку даного напрямку економічної діяльності є залучення валютних надходжень в регіон за двома потоками: капіталовкла-

дення в розвиток відповідної інфраструктури та продаж самих послуг за межі України.

Одним з пріоритетних напрямів розвитку експортного потенціалу туризму є залучення іноземних інвесторів в розвиток рекреаційної зони та туристичної інфраструктури західного регіону України, а саме – розбудова будинків відпочинку, готелей, спортивних комплексів і т.д.

Реалізацію туристичних послуг можна розглядати в розрізів таких рівнів як етнорівень, відпочинковий, лікувальний, культурологічний рівень та спорт.

Етносектор має велику культурологічну та історичну спадщину. Західний регіон налічує декілька етнічних груп, кожна з яких має унікальну і цікаву для туристів культурологічну спадщину та звичаї. Це можна і потрібно перетворювати на послугу, активно її пропагувати і продавати іноземним туристам.

Відпочинковий сектор передбачає залучення іноземних відвідувачів через розвиток рекреаційної зони Карпатського регіону. Гірський ландшафт вже має забудову великої кількості відпочинкових комплексів, готелей і приватних садиб. Підвищення сервісу і надання високоякісних послуг може залучити великий потік капіталу з-за кордону.

Лікувальний сектор регіону включає в себе велику кількість лікувальних джерел, які є по-своєму унікальні за своїм складом і оздоровчими властивостями. Західні області України можуть і повинні стати одним з магнітів для відвідувачів Європи і цілого світу, що потребують оздоровлення використовуючи цілющі властивості українських мінералізованих джерел.

Культурологічний сектор, або іншими словами історична спадщина західної частини нашої країни має також величезний потенціал щодо залучення іноземних надходжень від споживачів-туристів. Даний сектор знаходиться в плачевному стані, в основному через брак державної підтримки.

Спорт – ще один привабливий сектор розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Знаходиться також в пригніченому стані через брак державної підтримки та брак приватних інвестицій меценатів та інвесторів. Розвиток спортивних баз в гірському регіоні може повернути спортсменів зі сходу (Грузія, Азербайджан, Казахстан, Узбекистан і т.д.) і заходу нашого континенту. Гірськолижні види спорту важливо розвивати в Карпатах, так як у нас існує відповідний ландшафт та природні умови.

Отже, напрямками розвитку експорту туристичних послуг західного регіону України є залучення іноземного капіталу в туристичну та історичну інфраструктуру, продаж туристичних послуг іноземним туристам в напрямку відпочинку, оздоровлення та спорту.

Передумовами досягнення росту економічних показників в галузі експорту туристичних послуг є формування державою законодавчо-нормативної бази, щодо прозорості роботи як вітчизняного бізнесу, так і роботи іноземних фірм на території нашого регіону. Одним з напрямків є вдосконалення оподаткування для входу в даний вид бізнесу більшої кількості операторів ринку, що збільшить в свою чергу конкуренцію. І як наслідок, оператори ринку будуть боротися між собою інструментами цінової політики та якістю надання туристичних послуг.

Особливостями формування експорту туристичних послуг в Західному регіоні України можна вважати унікальність географічного розміщення регіону. Природна вишуканість гірського ландшафту, помірний клімат, наявність розвіданих та нерозвіданих лікувальних джерел, бальнеологічних умов, багата історична спадщина та глибинний рівень українських звичаїв та традицій – все це робить наш регіон унікальним та надзвичайно цікавим для відвідування іноземними туристами.

Рекомендаціями, які б сприяли розвитку туристичного бізнесу, а саме експортної частини є зміна державної політики на послаблення податкового навантаження на бізнес, що задіяний в даній сфері. Як приклад можна використати досвід розробки та практичної

реалізації відповідних програм державами, які досягли значного успіху в експорті туризму. Такими державами насамперед є Туреччина, Чехія, Нідерланди, Франція, Іспанія.

Слід зазначити, що розвиток зовнішньоекономічної діяльності регіону в частині експорту туристичних послуг передбачає необхідність удосконалення існуючого нормативно-правового забезпечення та формування відповідних програм сприяння розвитку зі сторони держави. Такі програми повинні передбачати створення умов для залучення інвесторів, підтримку дрібного і середнього бізнесу, що задіяний в наданні туристичних послуг, сприяння розвитку спортивних шкіл і баз підготовки спортсменів.

Висновки. Провівши аналіз численних літературних джерел та оцінивши поточну ситуацію в Україні, можна зробити відповідні висновки. Експорт туристичних послуг як складова зовнішньоекономічної діяльності є важливим і може бути вагомим фінансовим внеском в формування бюджету регіону і країни в цілому.

Істотне зростання фінансових вкладень можна отримати через залучення іноземних інвесторів в сектор розбудови туристичної інфраструктури, розвиток спортивних баз та містечок. Наступний акцент потрібно робити на створенні інституційних умов для зростання валютних надходжень через надання якісних туристичних послуг, рекламу і зацікавлення іноземних відвідувачів культурними та історичними пам'ятками України, а також через зацікавленість спортивних команд Європи та Азії в підготовці на базі сучасних українських спортивних та відпочинкових комплексів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с. URL: http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25921/1/Mono_final.pdf
2. Дернова І. Світовий ринок послуг: сучасний стан та тенденції розвитку. *Економіка та суспільство*. № 50. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-45>
3. Скарга О. Напрями інтеграції України в світовий ринок туристичних послуг в умовах глобалізації. *Економічний простір*. (130). 36–49. 2018. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/185>
4. Білоцерківський О. Б. "Туристичні послуги як важливий аспект міжнародної торгівлі." *Інтелект XXI*. 2018. № (2018). URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_2/2_2018.pdf
5. Патійчук В. О., Міщенко О. В., Ціпошук С. А. Чехія як один із лідерів міжнародного туризму у східній Європі. *EDITORIAL BOARD* (2020). С. 194. DOI: 10.46299/ISG.2020.II.VIII
6. Зарубіна А. В., Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. № 41. 2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> URL: <https://msu.edu.ua/ekonomika-ta-suspilstvo/>
7. Кирилюк І. М., Чвертко Л. А., Стан та основні тенденції розвитку туризму в Ізраїлі, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини URL: https://dSPACE.udpu.edu.ua/bitstream/6789/9738/1/Kuruliuk_%20Izrail.pdf

8. Benítez-Aurioles, Beatriz, *Tourism Analysis*, Volume 25, Number 4, 2020, pp. 409–424(16), Cognizant Communication Corporation. DOI: <https://doi.org/10.3727/108354220X16010020096118>
9. Tfamily, Reine A. "The peculiarities of human resources in the tourism Industry." *Business Excellence and Management* 8.2 (2018): 31–41. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.09.004>

REFERENCES:

1. Dekhtiar N. A. (2021) *Svitovyi rynek turystychnykh posluh i priorityety rozvytku turyzmu v Ukraini* [The world market of tourist services and priorities for the development of tourism in Ukraine]: monohrafiia [a monograph]. Kharkiv : FOP Liburkina L. M., 470 p. URL: http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25921/1/Mono_final.pdf
2. Dernova I. (2023) *Svitovyi rynek posluh: suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku* [World services market: current state and development trends]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-45>
3. Skarha O. (2018) *Napriamy intehratsii Ukrainy v svitovyi rynek turystychnykh posluh v umovakh hlobalizatsii* [Directions of Ukraine's integration into the world market of tourist services in the conditions of globalization]. *Ekonomichnyi prostir*, vol. 130, pp. 36–49. <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/185>
4. Bilotserkivskiy O. B. (2018) *Turystychni posluhy yak vazhlyvyi aspekt mizhnarodnoi torhivli* [Tourist services as an important aspect of international trade]. *Intelekt XXI*. № 2018. Available at: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_2/2_2018.pdf
5. Patiichuk V. O., Mishchenko O.V., Tsiposhuk S.A. (2020) *Chekhiiia yak odyz lideriv mizhnarodnoho turyzmu u skhidnii Yevropi* [The Czech Republic is one of the leaders of international tourism in Eastern Europe]. EDITORIAL BOARD: p. 194. DOI: 10.46299/ISG.2020.II.VIII
6. Zarubina A. V., (2022) *Osoblyvosti turyzmu v umovakh voiennoho stanu* [Peculiarities of tourism under martial law]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> Available at: <https://msu.edu.ua/ekonomika-ta-suspilstvo/>
7. Kyryliuk I. M., Chvertko L. A., *Stan ta osnovni tendentsii rozvytku turyzmu v Izraili* [State and main trends of tourism development in Israel]. *Umanskyi derzhavnyi pedahohichnyi universytet imeni Pavla Tychyny*. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/9738/1/Kuruliuk_%20Izrail.pdf
8. Benítez-Aurioles, Beatriz, *Tourism Analysis*, (2020) Volume 25, Number 4, pp. 409–424(16), Cognizant Communication Corporation. DOI: <https://doi.org/10.3727/108354220X16010020096118>
9. Tfamily, Reine A. (2018) "The peculiarities of human resources in the tourism Industry." *Business Excellence and Management*, 8.2, pp. 31–41. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.09.004>