

Practice. Routledge, 2019. 376 p.

3. Худавердієа В. Інформаційна безпека туризму: технології та алгоритми інформаційної безпеки. *Науковий журнал «Наука і техніка сьогодні»*. Серія «Техніка». 2022. № 8(8). С. 161-175. URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/nts/issue/view/71>

4. Худавердієва В.А. Вплив соціально-культурного аспекту туризму на генезис цивілізаційного процесу та євроінтеграційні комунікаційні зв'язки. *Людинознавчі студії: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Серія: Філософія. 2022. Спецвипуск. С. 192–213. URL: <http://filos.dspu.in.ua/index.php/filos/article/view/179>

5. Худавердієва В.А. Цивілізаційні та прагматичні фактори розвитку туристичного дискурсу: його жанрів та комунікативних дій в екскурсійному дискурсі. *Науковий журнал «Вісник науки та освіти»*. Серія «Філологія». 2022. № 5(5). С. 57-77. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vno/article/download/3220/3235>

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ: ІСТОРІЯ, СЬОГОДЕННЯ ТА МАЙБУТНЄ

Бочан І.О., д-р екон. наук, проф.

Львівський національний університет ім. Івана Франка,
м. Львів, Україна

Історичний підхід використовується перш за все, щоби виявити рушійні сили, чинники та тенденції розвитку туризму і його особливі ознаки. Потребою мандрувати у наших предків був пошук нових територій для проживання і різних видів діяльності, бажання пізнавати світ. З економічної точки зору були поділ суспільства на вільних і підневільних людей, поява товарно-грошових відносин, розвиток торгівлі, культури і мистецтв. Історичне пізнання світу полягало в тому, щоби розвивалась наука про навколишній світ, здійснювалися географічні відкриття, встановлювалися економічні та культурні відносини між народами.

Велику роль в процесі подальшого розвитку туризму починають відігравати фактори пов'язані з появою сфери послуг та невиробничої сфери, розбудовою інфраструктури. Розвиток туризму вимагав і розвитку системи гостинності. У XVII ст. у великих європейських містах почали створюватися кав'ярні. Перша англійська кав'ярня була відкрита у 1652 році вихідцем із Вірменії у Лондоні.

Перша Львівська кав'ярня називалася «Віденська», збудував її і відкрив для споживачів у 1828 році Карл Гартман. Коштували там каву Богдан Хмельницький і гетьман Пилип Орлик, він називав її «каффа». Кажуть історики, що ще раніше перші кав'ярні появились у 1672 році в Кам'янці-Подільському, було їх декілька і заснували їх турки. У XVIII ст. в Європі намітилися певні успіхи в системі гостинності. У Франції в той час з'явилася система ресторанів «Батьком» сучасного ресторану вважається парижанин М. Буланже. Головною стравою, яка подавалася відвідувачам, був суп, що називався *restorantes* (у перекладі з французької – той, що відновлює сили), ось так народився термін «ресторан». Перший туристичний продукт, який містив декілька послуг, створив англієць Томас Кук, там же було у 40–50 роках XIX ст. відкрито перше туристичне бюро. Незаперечні туристичні успіхи спостерігалися в індустрії гостинності у другій половині XX ст., в цей час розбудовувалася світова мережа готелів. Прикладом концентрації виробництва в готельній індустрії є виникнення готельних ланцюгів (об'єднань готелів). В цей час для далеких подорожей почав використовуватися повітряний транспорт.

Особливістю сьогодення на межі XX–XXI ст. є значне зростання кількості туристичних подорожей, а також зайнятість у туристичній індустрії. Кожна 15-та людина на Землі прямо чи опосередковано пов'язана з індустрією туризму. За аналізом ВТО основними чинниками розвитку туризму є такі: науково-технічний прогрес; підвищення якості життя; збільшення тривалості вільного часу; стан навколишнього середовища. Туристичний потенціал України має міцне підґрунтя для ефективного розвитку у XXI столітті. Це унікальні території з різноманітними ландшафтами і ресурсами, надзвичайно багату історичну спадщину і загальновідому гостинність та працьовитість українських людей [1]. Для прикладу, згадаймо багатющі регіональні бальнеологічні ресурси, серед яких природні лікувальні речовини, що використовуються для не медикаментозного лікування на курортах і в позакурортних умовах. До них належать лікувальні мінеральні води та пелоїд (грязі). Найбільш бальнеологічною місциною України є Карпатський регіон, зокрема Передкарпаття, там налічується понад 800 джерел мінеральної води, практично всіх бальнеологічних типів. Природно-ресурсна база санаторної субгалузії дає змогу оздоровити до 8 млн осіб за рік. У Карпатському регіоні діє понад 60 санаторіїв, 70 санаторіїв-профілакторіїв, 120 баз відпочинку та ін. [2]. Найпоширенішим курортом є Трускавець, який спеціалізується на лікуванні захворювань нирок, печінки, сечовивідних шляхів, а також органів травлення і

обміну речовин. В цьому ж регіоні швидкими темпами розвивається гірськолижний туризм, там розбудовано сучасну інфраструктуру з об'єктами світового рівня, як туркомплекс «Буковель», побудовано понад 50 сучасних гірськолижних трас.

На сьогоднішній день туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети. Туризм – одне з важливих соціально-економічних явищ сучасності, що підпорядковане дії об'єктивних законів розвитку людського суспільства. Людський розум зблизив континенти – виробив потребу у туристичній діяльності. Розвиток туризму йде пліч-о-пліч з глобалізацією. На Землі майже не залишилося місць, яким вдалося уникнути людській допитливості. Туризм є справжнім джерелом матеріального і духовного розвитку держави. Там, де розвивається туризм, бідність відступає, це найбільш рентабельна галузь економіки, термін обертання обігових коштів в якій є одним із найкоротшим. Це єдина галузь, де науково-технічний прогрес не впливає на зменшення кількості працюючих. Один турист дає роботу 10 особам, а робоче місце у туризмі в 20 разів економічно вигідніше, ніж у іншій галузі. В цій галузі реалізується 75 % послуг і 25 % реалізується супутніх товарів – це фактично сфера послуг. Туристична індустрія – найбільший працедавець і джерело надходжень до бюджету. Туризм є визначальним чинником соціальної і культурної інтеграції людей і народів. Виходячи із багатючих туристичних ресурсів, за оцінками ВТО Україна може щороку приймати до 30 млн туристів. Розвиваючи феноменальні можливості туризму, варто врахувати його таку особливість, щоби домінуючі обсяги розвитку були за в'їзним туризмом, як головним фактором наповнення бюджету країни бажано досягти такого стану, щоби обсяги в'їзного туризму були у два-три рази більшими за обсяги виїзного. Потенційні можливості у нас в Україні є, це унікальні туристичні ресурси, велика історико-культурна спадщина і рекреаційні багатства. Для прикладу, зокрема місто Львів, це перлина Європи, музей просто неба, вся центральна частина його перебуває під опікою ЮНЕСКО і є особливим зацікавленням у туристів. Ці та інші destinations необхідно популяризувати. Для цього необхідно покращити підготовку кадрів. Зокрема у вищій школі для туристичної індустрії всіх рівнів. Сьогодні успішний менеджер з туризму (із закордонного досвіду) забезпечує біля 60 % доходності туристичної фірми. Система підготовки кадрів має охоплювати соціальні, історичні, географічні, економічні правові, рекреаційні, екологічні, комерційні та ін. аспекти знань, володіти двома-трьома іноземними мовами, інформаційними технологіями. В нашому

розумінні фахівець з туризму повинен бути лідером у впровадженні засобами туризму «народної дипломатії», як могутнього руху об'єднання людей і народів на високих гуманістичних принципах.

Україні, за надто складних умов, необхідно відтворити і популяризувати довоєнні потенційні можливості Слобожансько-Донецького туристично-рекреаційного регіону (Донецька, Луганська, Сумська, Харківська області). Воєнні дії російської агресії на сході держави дестабілізували життя людей, нанесли непоправну втрату, знищили будівлі та туристичну інфраструктуру, багато об'єктів природно-заповідного фонду Луганської та Донецької областей, зокрема: національні парки «Святі гори», «Меотида», регіональні ландшафтні парки «Донецький кряж», «Слов'янський курорт», «Зуївський», «Клебик», «Український степовий природний заповідник». Фортифікаційні споруди та природні ландшафти Харківської та Сумської областей та ін. [3]. В післявоєнний період необхідно буде активно популяризувати ці історико-природничі-біографічні об'єкти, зацікавити в їх цінності інвесторів вітчизняних і міжнародних через глобальні соціальні мережі (Facebook, Instagram) та ін. На найближче майбутнє, слід в економіці країни, приділити пріоритетну роль розвитку регіонального туристичного бізнесу, що буде сприяти створенню спеціальних малих і середніх підприємств, активізації інших секторів народного господарства: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного господарства, транспорту і зв'язку і його виходу на загальнонаціональний та світовий ринок туристичних послуг. Питанням вирівнювання регіонального рівня розвитку туризму приділяє велику увагу Європейський Союз та СОТ і шукають шляхи інвестиційної підтримки. Регіональна економіка туризму сприяє підвищенню ділової активності регіону. Стимулює розвиток інфраструктури, збільшує попит на товари місцевого виробництва, виступає джерелом поповнення регіонального бюджету через збільшення податкових надходжень. Актуальним є те, що зовсім недавно, місяць тому, ВТО звернулося до владних структур України, щоби максимально активізувати можливості розвитку туристичного підприємництва, як важливого чинника для відновлення економіки, а це добрий для нас сигнал.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про туризм» від 15.05.95 р. Вісник Верховної Ради України. 1995. № 31. Розділ 1. С. 1.
2. Бочан І.О. Сучасні тенденції розвитку туризму в контексті європейських і світових вимог. Вісник ЛІЕТ 33. 2008. С. 64-65.

3. Загороднюк І. Біотичне різноманіття та екобезпека в зоні АТО: аналіз ситуації та ризиків. URL: <https://www.researchgate.net/publication/311345420>.

4. Міністерство екології та природних ресурсів України: сайт. URL: <https://mem.gov.ua>.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Безгінова Л.І., канд. екон. наук, доц.
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Конкурентні переваги є характеристикою наявності унікальних або вищого рівня властивостей та умов, які створені в результаті ефективного здійснення функцій підприємствами та надають вигоди порівняно з конкурентами на конкретному ринку [1].

Кожне підприємства управляє своїми конкурентними перевагами для [3]: 1) визначення наявного рівня конкурентного потенціалу та конкурентоспроможності підприємства; 2) опрацювання комплексу ефективних конкурентних стратегій та забезпечення їх реалізації; 3) дослідження ефективності управління конкурентними перевагами.

У вітчизняній практиці дослідження конкурентних переваг проводиться в контексті оцінки конкурентоспроможності, конкурентостійкості, конкурентного статусу й інших конкурентних відносин. Для цього використовується традиційний інструментарій оцінювання на базі теорій ефективною конкуренції, порівняльних переваг, якості тощо. Деякі методи передбачає оцінювання ефективності різних напрямів діяльності організації як джерела конкурентних переваг, не торкаючись їх факторної ознаки і напрямів формування й розвитку (Іващенко Г., Оберемчук В., Хрущ Н., Желіховська М.). Іншими авторами запропоновано базові передумови розробки багатокритеріальної комплексної системи оцінювання конкурентних переваг з урахуванням їх двоїстого характеру і відповідності певної стадії їх життєвого циклу; специфіки наповнення та видової структури відповідно до галузі (Чорна М., Смольнякова Н., Волосов А.). Кожні з наявних методів мають певні переваги і недоліки, якими визначаються низкою факторів: мети оцінювання, галузевої належності підприємства, наявної інформаційної бази для оцінки, ставлення менеджерів підприємства тощо. проте можна визначити загальні правила та вимоги до оцінки конкурентних переваг