

9. Скоробогатов А.В. Харків у часи німецької окупації(1941-1945).Х.: Прапор, 2004.368с.
- 10.Харківщина у роки Великої Вітчизняної війни: документи і матеріали / Укладач О.В.Дьякова. Х.: Вид-во САГА, 2010. 386 с.
- 11.Шайкан В.О. Колабораціонізм на території рейхскомісаріату “Україна” і військової зони в роки Другої світової війни. Монографія. Кривий Ріг: Мінерал, 2005. 466 с.

УДК 338.48(477)

*Анастасія Вячеславівна Ольшевська,
студентка 5 курсу,
кафедри туристичного бізнесу і країнознавства,
Харківський національний університет імені
В. Н. Каразіна,*

*Панасенко Ганна Сергіївна,
канд. політ. наук, доц., доцент кафедри туристичного
бізнесу та країнознавства, Харківський національний
університет імені В. Н. Каразіна*

СПЕЦИФІКА СУЧАСНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

Роль міжнародного туризму в світовій економіці постійно зростає. Сучасний туризм – це масове явище, область міжрегіонального співробітництва та міжнародних комунікацій, а також глобальна сфера послуг. На сьогоднішній день він є показником розвитку держави в економічному, соціальному і культурному плані, представляє вигідну сферу інвестування, дає великий дохід для країни і забезпечує її жителів новими робочими місцями.

Для туризму характерні швидкі темпи розвитку. Протягом десятків років він безперервно розширювався, в результаті чого став одним з найбільш швидко зростаючих секторів світової економіки. Сучасний туризм

безпосередньо пов'язаний із всесвітнім розвитком і глобалізацією, він включає в себе велику кількість нових напрямків. Така динаміка зробила туризм ключовою рушійною силою соціально-економічного прогресу. Однак в умовах пандемії у розвитку туризму настали зміни.

Туризм являє перспективну галузь економіки будь-якої країни. Україна, розташована в центрі Східної Європи, є частиною одного з популярних серед туристів регіонів світу. Економіка України продовжує розвиватися, в тому числі і сфера туризму, яка повинна стати пріоритетною. Тому аналіз сучасного стану туризму в Україні є актуальним.

Особливості та проблеми розвитку туризму в Україні розглядають в своїх працях вітчизняні вчені: Н. А. Алешугіна, Г. П. Андрєєва, І. А. Голубаха, Л. І. Гонтаржевська, Н. І. Данько, Г. В. Довгаль, В. Ф. Кифяк, П. Ф. Коваль, Н. О. Кравченко, Г. Б. Мунін, Є. В. Панкова, М. М. Поколодний, І. Л. Полчанінова, І. В. Смаль, Т. Г. Сокіл, В. Руденко та ін. Специфіка страхування в туризмі відображена в роботах Л. І. Гонтаржевської, Ф. М. Кифяка, М. П. Мальської, Е. Л. Писаревського та ін.

Мета статті – охарактеризувати розвиток туризму в Україні на сучасному етапі.

Згідно з даними ЮНВТО, у 2019 р., частка туризму у світовому ВВП склала 10%, 7% в обсязі світових експортних надходжень і 30% в загальному доході сфери послуг [7]. Згідно зі статистикою, кожна одинадцята працевлаштований людина зайнята в сфері туризму. Тільки за 2019 р туристичні прибуття виросли на 4 % і склали 1,4 млрд доларів США.

У 2019 році обсяг міжнародного туризму склав 1,7 трлн доларів США експортних надходжень. Доходи від міжнародного туризму в 2019 р. виросли на 4,4%, що оцінюється в 1 260 млрд доларів США у всьому світі.

В цілому на Європу у 2019 р прийшлося 51% туристичних прибуттів і 39% доходів від туризму в світі. Міжнародні прибуття в Європі виросли на 5% в 2019 р, досягнувши в цілому 710 млн ос. Надходження від міжнародного туризму у 2019 р. збільшилися на 5%, що становить 570 млн доларів США [].

Стабільний розвиток економіки Європейських країн сприяє розвитку регіонального туризму.

Виходячи зі структури туристичних прибуттів за субрегіоном Європи (рис. 1), перше місце за показниками посідає Південна і Середземноморська Європа (37%). За нею йдуть Західна Європа (30%) і Центральна і Східна Європа (21%). На останньому місці знаходиться Північна Європа. За кількістю прибутків від міжнародного туризму знову домінує Південна і Середземноморська Європа (39%). За нею йдуть Західна Європа (33%) і Північна Європа (17%). На останньому місці розташовується Центральна і Східна Європа (11%).

Рис. 1. Туристичні прибуття і прибутки від туризму за субрегіонами Європи у 2019 р. (складено авторами за матеріалом: [7])

Однак завдяки аналізу темпів приросту прибуттів і доходів від туризму за субрегіоном Європи можна зробити висновок, що в останні роки приріст прибуттів відбувається дещо повільніше. Європа поступово втрачає свою популярність, поступаючись іншим регіонам світу.

Україна, як країна Європи, також стоїть на шляху розвитку туристичної сфери. Національний ринок туристичних послуг в Україні розвивається в умовах усе більш вираженої відкритості економіки. Відбувається швидке становлення даного ринку, формування відносин між його суб'єктами за тісної міжнародної конкуренції, а також конкуренції на національному ринку туристичних послуг.

Рівень забезпеченості України туристичними ресурсами для виходу на сегменти зовнішніх ринків є досить високим. По-перше, в Україні сконцентрована величезна кількість культурно-історичних ресурсів. Центральна Україна багата на історичні пам'ятки, пов'язані з розвитком української державності та культури. У Південній Україні є чимало пам'яток античної культури, Західна Україна виділяється етнічними особливостями та об'єктами народної архітектури. В Україні налічується понад 200 тис. об'єктів

пізнавального туризму [8], що дає великі можливості для розвитку культурного туризму.

По-друге, важливим ресурсом є місця паломництва. Для православних християн це Києво-Печерська і Почаївська Лаври, для греко-католиків – Зарваниця на Тернопільщині, для хасидів – Умань, що привертає інтерес релігійних туристів. Туристичними ресурсами є і місця, пов'язані з життям і діяльністю видатних вітчизняних і зарубіжних художників, учених, громадських і військових діячів, зокрема, Т. Шевченка (Канів), І. Котляревського (Полтава), Б. Хмельницького (Чигирин) [1].

По-третє, в Україні зосереджена значна кількість унікальних і природних ландшафтів, придатних для тривалого відпочинку, в поєднанні з місцевими пам'ятками культури. Зокрема, це гірські території Карпат, морські ресурси та прибережні території Одеської, Миколаївської, Херсонської областей, а також річкові ресурси з мальовничими ландшафтами навколо Дніпра, Десни, Південного Бугу та ін. За оцінками експертів, одночасна ємність ландшафтів України з урахуванням допустимих навантажень і вимог охорони природи становить 48,5 млн ос. [, С. 101].

В'їзний туризм є важливою сферою туристичного бізнесу, значення його в сучасному світі зростає. Рівень його розвитку визначає ефективність функціонування всієї туристичної сфери країни. Для України це питання дуже актуальне, оскільки в'їзний туризм дає країні приток іноземної валюти.

Варто зауважити, що Україна займає вигідне транспортно-географічне положення. Через її територію здійснюється транспортне сполучення країн СНД з країнами Центральної і Південної Європи. Крім того, налагоджено комунікації західноєвропейських, скандинавських і балтійських країн з Закавказзям, Центральною Азією, Далеким Сходом, Китаєм і Індією. В подальшому розвитку і зміцненні цих зв'язків зацікавлені усі учасники транспортно-комунікаційних процесів [5, с. 57].

Іншою його важливою умовою є туризму, як внутрішнього так і виїзного, страхування. Воно є гарантом безпеки і надійності. Туристи повинні володіти

повною інформацією про всі деталі процесу страхування, щоб уникнути надзвичайних подій. Нині сфера туризму найтіснішим чином пов'язана зі сферою страхування.

У нинішній час страхування є однією з невід'ємних частин туристичного бізнесу. Страхування в туризмі – це система відносин між страховою компанією і туристом із захисту його життя і здоров'я, а також майнових інтересів при настанні непередбачених випадків [4]. Стаття 16 Закону України «Про туризм» [3] свідчить, що страхування, для всіх туристів без винятку, які виїжджають за кордон, є обов'язковим. У статті 5 Закону України «Про страхування» [2] передбачено введення страхування, що включає в себе надання допомоги особам, які зіткнулися з труднощами під час подорожей або поза місця проживання.

На сьогоднішній день в туристичному бізнесі існують дві основні схеми страхування – сервісна і компенсаційна [5, с. 205]. Більш популярною є сервісна схема. У тих випадках, коли виникає страхова ситуація, мандрівник набирає номер диспетчерської, який повинен бути зазначений в страховому полісі, а далі усі турботи на себе беруть відділи спеціальної сервісної служби. Ця служба виступає від імені страховика і оплачує всі рахунки.

Компенсаційний договір страхування передбачає, що мандрівник оплачує всі витрати сам в разі виникнення нещасного випадку, і тільки після повернення додому страхова компанія зможе видати грошову компенсацію. Для цього туристу необхідно представити чеки, страхові акти або інші документи, які б підтверджували те, що трапилося подія. Найчастіше така схема страхування діє в країнах СНД. Це пов'язано з тим, що страхові компанії не завжди мають свої філії в тих країнах, куди направляється мандрівник [5, С. 205-207].

У сучасну історію розвитку туризму однозначно вніс свої корективи 2020 рік, а саме розпал глобальної пандемії через поширення COVID-19. Постраждала й туристична сфера України в тому числі. Застосування протиепідемічних заходів спричинило рекордне падіння числа туристичних

прибуттів та доходів. Через обмеження руху транспорту, закриття державних кордонів, заборону роботи готелів та закладів громадського харчування туристична галузь України фактично припинила своє функціонування. За п'ять місяців дотримання режиму карантину втрати сягнули наступних показників: більше 80% підприємств туристичної сфери мають задекларувати фінансові втрати, а 9% з них знаходяться під ризиком банкрутства, оскільки система державного оподаткування залишається сталою.

Виїзний туризм, як в'їзний, майже повністю зупинений. А саме: виїзний туризм в Україні скоротився на 90%, а в'їзний нині становить лише 1% від результатів минулого року [6]. Рівень внутрішнього туризму склав 1 млн осіб у порівнянні з 11 млн осіб за минулий рік [6]. Нині перспективи на майбутнє залишаються невизначеними, оскільки становище у світі в цілому є нестабільним.

Отже, на сьогоднішній день Україна має достатній туристично-рекреаційний потенціал для розвитку як внутрішнього, так і в'їзного туризму. Завдяки своєму вигідному транспортно-географічному положенню в центрі Європи, Україна має добре налагоджені зв'язки з іншими країнами, що сприяє розвитку ділового туризму. В Україні набули розвитку такі види туризму: пізнавальний, діловий, культурно-розважальний, релігійний, санаторно-курортний, оздоровчий та ін. Нині туристична сфера в Україні вимушена трансформуватися на шляху свого розвитку та адаптуватися до функціонування в умовах глобальної пандемії.

Література:

1. Достопримечательности Украины. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://tonkosti.ru/Достопримечательности_Украины.
2. Закон Украины «О страховании» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96>
3. Закон Украины «О туризме» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm.

4. Страхування в туризмі. Туристична бібліотека [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://infotour.in.ua/strahovanie.htm>.
5. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : Навчальний посібник / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2017. – 300 с.
6. UNWTO Tourism Data Dashboard [Electronic resource] – Way of access: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>.
7. World Tourism Barometer N°18 January 2020 [Electronic resource] – Way of access: <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020>.
8. CIA. The World Factbook [Electronic resource] – Way of access: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/up.html>.

УДК 341.76:316.47

Галина Юрївна Омельченко

канд. екон. наук, старший викладачка кафедри

ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування»

та соціально-гуманітарних дисциплін,

Харківський національний технічний університет

сільського господарства імені Петра Василенка

НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ: СВІТОВИЙ ДОСВІД

З розвитком глобалізації міжнародні контакти стають все більш тісними, а практика міжнародних переговорів - все більш інтенсивною. Ефективність сучасних ділових комунікацій багато в чому залежить від уміння враховувати національні особливості, традиції та звичаї учасників будь яких переговорів.

Краще розуміння специфіки поведінки іноземних партнерів сприяє більш успішній взаємодії. У той же час не варто абсолютизувати національні стилі ведення переговорів. Вони не є якимись застиглими утвореннями. Це всього лише найпоширеніші, найімовірніші особливості ведення переговорів, характерні для представників даної країни.