

4. UNWTO Tourism Recovery Tracker - <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-recovery-tracker>

5. Колотуха О., Савченко В. Вплив пандемії на макроекономічні показники розвитку міжнародного туризму. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XVII Міжнародної наукової конференції. Львів, ЛНУ, 2023. С. 155-159.

## **ПІДПРИЄМНИЦТВО У СФЕРІ ТУРИЗМУ: ВИКЛИК ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ТА ВІДРОДЖЕННЯ**

*М. М. Логвин,*

*Д. М. Логвин*

[llepta777@gmail.com](mailto:llepta777@gmail.com)

*кафедра туристичного та готельного бізнесу*

*Полтавського університету економіки і торгівлі, м. Полтава*

Прибутковий туристичний бізнес має позитивне значення для економіки будь-якої країни, адже він створює нові робочі місця, і, як правило, є першопрохідцем освоєння нових дестинацій і як каталізатор прискореного розвитку національних економік. Крім того, турбізнес це механізм з перерозподілу національного доходу на користь країн, для яких туризм є галуззю спеціалізації. Підприємництво в туризмі це мультиплікатор зростання національного доходу, сприяння зайнятості і покращанню місцевої інфраструктури і підвищення рівня життя місцевого населення. Також варто відзначити туристичний бізнес як ефективний засіб охорони природи і культурної спадщини, бо вони є основною ресурсною базою сфери туризму [1].

Слід наголосити, що підприємницька діяльність в туризмі характеризується як високою ефективністю, так і доволі швидкою окупністю інвестицій. Тому не дивно, що в сучасний період як країнах з високим рівнем соціально-економічного розвитку, так і в країнах із становленням ринкової економіки першочерговим завданням є розвиток підприємницької діяльності, в тому числі в туристичній індустрії.

Підприємництво в сучасній економіці туризму може розглядатися, як [2]:

1) бізнес – система ведення справи, яку люди створили для задоволення своїх підприємницьких потреб;

2) комерція – торгівельна діяльність фахівців, спрямована на прискорення реалізації турпослуг й одержання торгівельного прибутку;

3) франчайзинг, як особлива форма господарювання – право вести турбізнес від імені й під торгівельною маркою франчайзодавця – лідера туріндустрії.

Туризм як галузь зупинився в середині березня 2020 року. У перші місяці року кількість міжнародних туристів скоротилася на 56 відсотків, а травні – на 98 відсотків. Це призвело до втрати майже 320 млрд. дол. США у вигляді експорту, що більш ніж утричі перевищує втрати за весь період глобальної економічної кризи 2009 року. Перспективні сценарії вказували на можливе скорочення кількості туристів та надходжень від міжнародного туризму на 58-

78% протягом усього року в залежності від темпів поширення пандемії, тривалості дії обмежень на поїздки та процесу поступового відкриття кордонів, а подальший розвиток довго залишався невизначеним.

Такий серйозний удар призвів до скорочення кількості міжнародних туристів на понад 1 млрд. осіб (1,058 млрд.) та втрати трохи менше 1 трлн. дол. США (0,935 трлн.) у вигляді експортних надходжень від туризму, що поставило під загрозу безпосередньо у секторі туризму від 100 до 120 мільйонів робочих місць. Це дуже критично, оскільки близько 80 відсотків усіх туристичних підприємств належать до мікро-, малих та середніх підприємств (ММСП).

Це особливо стосується підприємств, які майже повністю залежать від туризму. Крім того, на кожне робоче місце безпосередньо пов'язане з туризмом створюється ще майже півтора опосередкованих (або індукованих) робочих місць. Тільки трудомісткі готельна галузь та галузь громадського харчування забезпечували зайнятість у всьому світі 144 млн. осіб. Сюди також відносяться близько 44 млн. самозайнятих працівників та 7 млн. роботодавців.

Більшість туристичних підприємств (близько 80%) у світі – це ММСП, на яких зайнято менше 50 осіб. Приблизно 30% людей від загальної чисельності робочої сили зайнято на підприємствах від 2 до 9 співробітників. ММСП значною мірою схильні до економічних потрясінь, викликаних кризою, особливо в країнах, де економіка знаходиться у значно нестабільному стані, а підтримка фінансових пакетів і соціального захисту державою недостатня. У готельному підсекторі та підсекторі громадського харчування 51 млн. фірм працюють у надзвичайно складному діловому середовищі, що істотно впливає на зайнятість [3].

За оцінками МОП, майже 1,6 млрд. з 2 млрд. людей, зайнятих у неформальному секторі, значною мірою постраждали від заходів ізоляції та/або від того, що працювали у найбільш постраждалих секторах, включаючи туризм. Відсутність адекватних умов для гідної праці, у тому числі надто довгий робочий день, низька заробітна плата, відсутність соціального захисту та дискримінація за ознакою статі найбільш помітно виявились також у неформальному секторі. Самозайняті працівники та малі підприємства, на яких зайнята більшість працівників у неформальному секторі, становлять 60% підсектора готельного господарства та підсектора громадського харчування.

Становлення та розвиток проблеми підприємництва в економічній системі будь-якої країни, у тому числі й повоєнної України, належить до категорій особливо актуальних, адже вона безпосередньо прив'язується до рівня соціального комфорту і якості життя населення. Саме розвиток підприємництва забезпечить не лише фінансову і матеріальну стабільність самозайнятого населення, але й сприятиме підвищенню рівня життя найманих працівників та зростанню інтелектуальних, моральних, культурних й інших людських якостей.

Список використаних джерел

1. Заглинський А.В., Заглинська Л.В. Підприємництво як категорія самозайнятості населення. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2019. №1 (53). С. 13-18.

2. Нездоймінов С.Г. Наукова парадигма підприємництва в економічній системі туризму. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*. 2008. №12. С.54-60.

3. Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism. URL: <https://tourlib.net/covid19/covid19-tourism.pdf>.

## **ТЕРИТОРІАЛЬНЕ ПОШИРЕННЯ РЕСУРСІВ ПРИГОДНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

*М. В. Мельник*

[melnikmaxim94@gmail.com](mailto:melnikmaxim94@gmail.com)

*кафедра туризму Львівського державного університету фізичної культури  
імені І. Боберського, м. Львів*

Львівська область була та залишається найбільш популярною серед туристів, незважаючи навіть на стан війни. Передувало цьому те, що з початком повномасштабних бойових дій велика кількість населення перемістилась у західні регіони України, де є більш безпечно. Однозначно, багато різноманітних факторів вплинуло на збереження та розвиток туризму на Львівщині, але одними з основних чинників є щільність населення та багатство туристичних ресурсів. Люди попри війну, військовий стан та нестабільну ситуацію у країні продовжують користуватись різноманітними туристичними послугами, що і у теперішніх умовах підштовхує нас до дослідження та розвитку туристичних ресурсів Львівської області, а також виокремлення нових і перспективних видів туризму.

Одним із видів туризму, що набуває популярності серед туристів у Львівській області є пригодницький туризм. За технологічно-організаційними особливостями виділяють такі види пригодницького туризму як спортивний (водний, пішохідний, гірський, лижний, велосипедний); екстремальний (водний, повітряний, гірський, пішохідний, екзотичний); спелеотуризм; мисливство; сафарі; спортивна риболовля тощо [1]. Завдяки поєднанню у собі багатьох напрямів туристичної діяльності, пригодницький туризм змушений задовольняти різнопланові потреби туристів, що потребує значних і різноманітних туристичних ресурсів на певній території.

Щоб краще зрозуміти, які пригодницькі туристичні ресурси може запропонувати Львівщина туристу, давайте розглянемо декілька визначень терміну «туристичні ресурси». На думку Любіцевої О.О., туристичні ресурси – це частина туристично-рекреаційного потенціалу певної території, яка включена до складу туристичного продукту і підлягає реалізації з туристичною метою [2]. У Законі України «Про туризм» ( №325/95 від 15.09.95) подано таке визначення: «туристичні ресурси – сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста». На думку вчених М. Мальської та Н. Паньків, туристичний ресурс – категорія, що повинна володіти достатньо чітким понятійним та економічним змістом з точки зору організаторів туризму чи територіального управління,