

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

КОЗАК ДАВІД ОЛЕКСАНДРОВИЧ

**ВПЛИВ АСОЦІАТИВНИХ СТРУКТУР НА РОЗВИТОК
ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ**

Спеціальність 242 Туризм
(код) (назва спеціальності)

Освітня програма Туризм
(назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Науковий керівник:

Джинджоян Володимир Вергарович,
доктор економічних наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

№ 9 від 14.06.2022р

Завідувач кафедри

Гетемія Гершенко
(підпис) (І'мя, ПРІЗВИЩЕ)

Дніпро, 2022

АНОТАЦІЯ

Козак Д.О. Вплив асоціативних структур на розвиток туристичної індустрії: 82 с., 16 рис., 1 табл., 60 джерел.

Дипломна робота на здобуття рівня вищої освіти «бакалавр з туризму». – Дніпровський гуманітарний університет, Дніпро, 2022.

Досліджено теоретичні засади розвитку асоціативних структур організацій в світовій економіці. Здійснено аналіз впливу асоціативних структур на розвиток туристичної індустрії в Європі та Україні. Визначено шляхи підвищення продуктивності співпраці з асоціативними структурами в сфері туристичної індустрії.

Ключові слова: теоретичні засади, асоціативні структури, розвиток, туристична індустрія, шляхи підвищення, продуктивність, співпраця.

ABSTRACT

Kozak D.O. Influence of associative structures on the development of the tourism industry: 82 pages, 16 figures, 1 table, 60 sources.

Thesis for the level of higher education "Bachelor of Tourism". - Dnipro Humanitarian University, Dnipro, 2022.

Theoretical principles of development of associative structures of organizations in the world economy are investigated. An analysis of the impact of associative structures on the development of the tourism industry in Europe and Ukraine. Ways to increase the productivity of cooperation with associative structures in the field of tourism industry are identified.

Keywords: theoretical, principles, associative, structures, development, tourism, industry, ways, increase, productivity, cooperation.

АННОТАЦИЯ

Козак Д.А. Влияние ассоциативных структур на развитие туристической индустрии: 82 с., 16 рис., 1 табл., 60 источников.

Дипломная работа на получение уровня высшего образования «бакалавр по туризму». – Днепропетровский гуманитарный университет, Днепр, 2022.

Исследованы теоретические основы развития ассоциативных структур организаций в мировой экономике. Осуществлен анализ влияния ассоциативных структур на развитие туристической индустрии в Европе и Украине. Определены пути повышения производительности сотрудничества с ассоциативными структурами в сфере туристической индустрии.

Ключевые слова: теоретические основы, ассоциативные структуры, развитие, туристическая индустрия, пути повышения, производительность, сотрудничество.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ АСОЦІАТИВНИХ СТРУКТУР ОРГАНІЗАЦІЙ В СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	9
1.1 Передумови і мотиви створення асоціативних структур у світовій економіці.....	9
1.2 Сутність та закономірності трансформації процесів в туристичної індустрії... ..	16
1.3. Роль асоціативних структур в системі регулювання туристичної індустрії.....	24
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ АСОЦІАТИВНИХ СТРУКТУР НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В ЄВРОПІ ТА УКРАЇНІ	33
2.1 Аналіз стану туристичної індустрії в Україні	33
2.2. Аналіз туристичної індустрії в країнах Європи	39
2.3. SWOT аналіз впливу асоціативних структур на розвиток туристичної індустрії в Україні та країн Європи	45
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ СПІВПРАЦІ З АСОЦІАТИВНИМИ СТРУКТУРАМИ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	52
3.1 Перспективи розвитку співпраці України та міжнародних асоціативних структур а сфері туристичної індустрії на прикладі Асоціації британських туристичних агентів	52
3.2 Напрями активізації індустрії туризму України в рамках співпраці з недержавною міжнародною організацією «Грінпіс»	58
3.3. Напрями співробітництва з Всесвітньою Туристичною Організацією в контексті діяльності українських туристичних асоціацій	63
ВИСНОВКИ	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	77

ВСТУП

У зв'язку з переорієнтацією економіки на макроекономічному рівні сьогодні відбуваються події пов'язані з перепрофілюванням суспільства, де «вільна» економіка прагне поставити людей на нові робочі місця, де в цьому є потреба і де це диктує ринок. Тому розвиток сфери сервісу відбувається не спонтанно, як наслідок початку ринку, цілком закономірно. Наша національна економіка не має резерву часу, у зв'язку з високим темпом розвитку суспільства, на відміну, наприклад, від Франції чи Німеччини, де становлення ринкових відносин, відповідно і економіки відбувалося протягом тривалого періоду, та таким чином, змушена розвиватися прискореними темпами. Підвищення та розширення вимог до сервісу призвело до збільшення цього сектора в економіці та кількості зайнятих у цій сфері загалом. В цих умовах, феномен туризму полягає в тому, що з одного боку, він останніми роками став самостійним сегментом економіки країни, досить стабільним та конкурентоспроможним, а з іншого боку, викликає все більший інтерес у населення, тому що виконує пізнавальні, соціально-культурні, історично-комунікаційні та економічні функції. Для прискореного розвитку туристичної діяльності як свідчить досвід багатьох країн Європейського Союзу потрібна чітка та гарна координація консолідація галузі. Цього можна домогтися у тому числі за рахунок асоціативних структур.

Безумовно, західний досвід перестав бути панацеєю для успішного розвитку туристичного підприємництва в Україні. З іншого боку, необхідно враховувати той факт, що певні процеси та етапи розвитку, що пішли для Європи в минуле, в Україні ще доведеться пройти. Незважаючи на певну специфіку, в еволюції попиту та пропозиції на вітчизняному ринку туризму неминуче повторюватимуться окремі закономірності, що мали місце на західному ринку.

Однією з таких закономірностей є діяльність асоціативних структур. Знання закономірностей та загальних тенденцій розвитку асоціативних структур в туристичній сфері дозволить українським бізнесменам, бути більш обізнаними конкурентами у плануванні стратегії та тактики діяльності.

Дослідженням проблем асоціативних структур в системі регулювання туристичної індустрії приділено багато уваги з боку таких науковців як: О.В. Алейнікова, В.Г. Андрійчук, Л.М. Березіна, В.Г. Бодров, В.М. Бондаренко, Н.В. Бондарчук, Н.М. Васильєва, М.В. Га́зуда, М.В. Гладій, О.С. Головачова, Л.В. Дейнеко, Ж.В. Дерій, М.Я. Дем'яненко, В.В. Джинджоян, О.А. Єрмоленко, У.В. Іванюк, Д.Ф. Крисанов, А.В. Ключник, М.Ф. Крапивко, А.С. Лисецький, М.А. Лендел, І.Л. Сазонець. Однак аспекти впливу асоціативних структур на розвиток туристичної індустрії в Європі та Україні дослідженні не в повній мірі.

Об'єктом дослідження дипломної роботи є процеси діяльності асоціативних структур туристичної індустрії в Європі та Україні.

Предметом дослідження є вплив асоціативних структур на розвиток туристичної індустрії в Європі та Україні.

Метою дипломної роботи є розробка шляхів підвищення продуктивності співпраці України з асоціативними структурами в сфері туристичної індустрії.

Основні завдання, спрямовані на досягнення поставленої мети:

- виявити передумови і мотиви створення асоціативних структур у світовій економіці;
- визначити сутність та закономірності трансформації процесів в туристичної індустрії;
- узагальнити роль асоціативних структур в системі регулювання туристичної індустрії;
- провести аналіз стану туристичної індустрії в Україні;
- провести аналіз туристичної індустрії в країнах Європи;

- провести SWOT аналіз впливу асоціативних структур на розвиток туристичної індустрії в Україні та країн Європи;
- запропонувати рекомендації щодо розвитку співпраці України та міжнародних асоціативних структур а сфері туристичної індустрії на прикладі Асоціації британських туристичних агентів;
- обґрунтувати напрями активізації індустрії туризму України в рамках співпраці з недержавною міжнародною організацією «Грінпіс».
- запропонувати перспективні заходи співробітництва з Всесвітньою Туристичною Організацією в контексті діяльності українських туристичних асоціацій.

Методологічна база роботи формувалась на основі праць класиків економічної теорії та економіки знань, джерел навчальної, монографічної та періодичної літератури з обраної теми, видань, досліджень та звітів міжнародних організацій.

Інформаційну базу наукового дослідження становили нормативно-правові акти щодо діяльності асоціативних структур у світовій економіці, офіційні матеріали Державної служби статистики України та її регіональних управлінь, статистичні дані Європейського Союзу, власні аналітичні напрацювання автора, державні та регіональні програми соціально-економічного розвитку, інтернет-ресурси.

Методи дослідження: теоретичного та емпіричного дослідження, абстрактно-логічний, економіко-статистичний, аналізу і синтезу, логічний, експериментальний, графічний.

Результати апробації та впровадження: розглянуті та обговорені на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції», а також опубліковані у тезах «Міжнародні асоціації туристичної спрямованості».

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи передумови і мотиви створення асоціативних структур у світовій економіці нами було виявлено, що аналізовані асоціації були створені як відповідь на певні виклики в світовій економіці. Цю інформацію вдалося виявити на офіційних сайтах самих асоціацій. На офіційних сайтах всіх аналізованих організацій, містилася інформація щодо причин створення та стратегій розвитку. А саме по-перше, це глобалізація, що веде створення єдиних стандартів і протоколів. Однак унікальна точка продажу туристичних компаній або організацій з маркетингу місця призначення полягає в наданні рідкісного та унікального досвіду. Таким чином, туристична індустрія працює над пропозицією продуктів, які дозволяють середньому туристу або мандрівникові відчувати те, чого вони ніколи раніше не відчували. Новизна є вкрай необхідним елементом у сучасній подорожі. Але в той же час важлива і локалізація. Туристичні ради та туристичні компанії повинні знати, як зв'язатися з іноземним мандрівником. Вони повинні використовувати послуги перекладу для створення багатомовних веб-сайтів, важливої туристичної інформації та основних знаків, які можуть належним чином направляти туристів. Туристи повинні відчувати себе затишно та затишно, поки вони знаходяться далеко від дому. В таких умовах асоціації допомагають виконати вище зазначене. По-друге, це оподаткування. Туризм є однією з найбільш оподатковуваних галузей. Простий погляд на податки, сплачені на авіаквитки та номери в готелях, дає уявлення про те, як оподаткування може сильно вплинути на туризм. Тому туристичній індустрії необхідно пропонувати пропозиції за конкурентними цінами, щоб збалансувати рівняння. Асоціації також допомагають в даній проблематиці.

Проводячи систематизацію закономірностей трансформації процесів в туристичній індустрії та виявили, що в основному закономірності трансформації процесів в туристичній індустрії можна звести до наступного. Глобалізація. Основним наслідком глобалізації в туризмі є питання узгодження навичок працівників із змінними вимогами галузі. Освіта та підготовка в галузі туризму. Розвиток навичок для задоволення потреб різних зацікавлених сторін у сфері туризму часто розглядається як партнерство між галуззю та постачальниками освіти/навчання, причому кожен із них відіграє додаткову роль. Культурне, національне та етнічне різноманіття. Культурне, національне та етнічне різноманіття все більше стає основною ознакою робочої сили у світовій туристичній індустрії. Інформаційно-комунікаційні технології. Надання більш якісної інформації та пряма взаємодія з постачальниками послуг можуть змінити поведінку та вимоги туристів.

Аналізуючи роль асоціативних структур в системі регулювання туристичної індустрії виявлено, що як правило, метою добровільної організації подорожей і туризму є збереження або захист окремих сфер суспільства або природного середовища. Це може включати охорону та збереження навколишнього середовища, наприклад, програму розведення черепах у Коста-Ріці або волонтерський туристичний проект, що діє в тропічних лісах Амазонки. Добровільні туристичні та туристичні організації можуть зосередитися на консервації будівель, особливо якщо вони мають історичну або культурну цінність. Вони також можуть співпрацювати з зацікавленими сторонами в галузі туризму над ландшафтним дизайном та особливостями, часто для того, щоб гарантувати, що будь-яка нова забудова відповідає поточному ландшафту або не впливає на нього негативно. Багато добровільних туристичних організацій працюватимуть, щоб лобіювати чи проводити агітацію з окремих питань. Це, ймовірно, включатиме збереження культури, охорону навколишнього середовища та економічне поширення. Якщо є запропонований розвиток, який

не схвалює, волонтерська організація часто проводить кампанію проти нього. Багато добровільних туристичних організацій будуть зосереджені на концепціях збереження та сталого розвитку.

Аналіз стану туристичної індустрії в Україні дозволить зробити наступні висновки. Кількість обслугованих туристів саме юридичними особами значно вище ніж особами підприємцями. Це свідчить про те, що саме великі корпорації отримують більшу частину прибутку в індустрії туризму України. Однак однією з найбільших переваг туризму в Україні є можливість заробляти гроші за допомогою валютних надходжень. Витрати на туризм створюють дохід економіці. Гроші, які Україна отримує від туризму, потім можна буде реінвестувати в економіку. Наприклад, витратити ці гроші на подальший розвиток своєї туристичної індустрії, на державні послуги, такі як освіта чи охорона здоров'я. Якщо брати до уваги тенденції останніх років, то слід підкреслити, що деякі валюти коштують більше, ніж гривня тому Україна орієнтується на туристів з певних регіонів. Разом з цим туристичний ринок України має деякі проблемні фактори. Так, перш за все туристична галузь представлена незначною кількістю великих туристичних компаній, деякі з них є іноземними. Це пов'язано насамперед, з вище зазначеною тенденцією до експорту туристів. Так в основному Українці намагаються відпочивати за кордоном. Це пов'язано тим, що ціни на туристичні послуги досить високі, а сервіс не завжди за своїми якісними характеристиками такий самий як у країнах сусідах. Наприклад, відпочинок в Чехії може коштувати аналогічну кількість грошей як відпочинок на азовському морі. Отже, так як в основному в Україні превалює виїзний туризм, цей ринок характеризується як ринок недосконалої конкуренції. Тобто зараз на ринку існує певна невелика кількість компаній, що диктує цінові умови інші напрямки для туристичного бізнесу.

Аналіз туристичної індустрії в країнах Європи дає змогу зробити наступні висновки. Європейський туризм демонструє ознаки стійкості на тлі

невдач і, схоже, готовий продовжити відновлення у 2022 році, хоча й повільнішими темпами, ніж очікувалося раніше. Оскільки регіон знову оживає від руйнівних наслідків глобальної пандемії, туризм продовжує стикатися з проблемами, такими як тривала занепокоєння щодо нових варіантів Covid, інфляційний тиск на витрати домогосподарств, зміна клімату та потенціал тривалої російсько-української війни. Ці збої та зростаюча невизначеність для світової індустрії подорожей і туризму продовжують робити точні прогнози важкими. З іншого боку, сильний відкладений попит на внутрішні та внутрішньо європейські подорожі допоможе зберегти галузь на плаву та продовжить відродження туризму в регіоні у 2022 році, тоді як трансатлантичні подорожі демонструють обнадійливі ознаки. Протягом останнього десятиліття туристична галузь зазнала багатьох проблем. Глобальна пандемія послужила застереженням і заохочувала країни бути готовим до того, що може бути попереду. Дослідження показують, що Covid-19 слабшає як ключовий фактор, що впливає на плани подорожей, чому сприяють вакцина від Covid19, бустери та протоколи охорони здоров'я та сертифікати місць призначення.

В процесі SWOT аналіз впливу асоціативних структур на розвиток туристичної індустрії в Україні та країн Європи нами було представлено наступні результати, які на нашу думку мають ключове значення для роботи асоціативних структур в сфері туризму. По-перше, асоціативні структури в країнах Європи мають міжнародний масштаб та за своїми характеристиками набагато ефективніші ніж українські асоціації. У цьому сенсі навіть порівнювати їх не коректно. Однак для української туристичної індустрії навіть робота іноземних асоціацій в сфері туризму є досить позитивним явищем. Як уже зазначалося дрібні туристичні підприємства можуть приєднатися до Європейських асоціацій, що надає їх значних переваг. Це пов'язано з тим, що українські асоціації діють на місцевому рівні та їх функціональна складова є незначною. В цілому, для туристичної індустрії асоціації мають велике

позитивне значення. Вони реально допомагають туристичному бізнесу вижити об'єднавши зусилля в тих напрямках, де кооперація значно вигідніше ніж конкуренція. По-друге, аналізуючи діяльність асоціативних структур, що зареєстровані в Україні, слід визнати, що їх діяльність є досить обмеженою. Так в результаті дослідження виявлено, що більшість асоціацій українського походження працюють лише на місцевому рівні. Тобто їх ефективність є досить низькою. У той же час, туристична асоціація України, яка є загально національною також має досить скромні успіхи поряд з аналогічними Європейськими асоціаціями. Це в першу чергу пов'язано, з тим, що туди входять великі підприємства для лобіювання своїх інтересів, що негативно впливає на середні та малі підприємства туристичної галузі України.

Обґрунтовуючи перспективи розвитку співпраці України та міжнародних асоціативних структур а сфері туристичної індустрії на прикладі Асоціації британських туристичних агентів доведено, що участь Української індустрії туристичного бізнесу в міжнародних асоціативних структурах на сьогодні є досить важливою темою з багатьох причин. Так як було виявлено в попередніх параграфах дипломної роботи хоча діяльність асоціативних структур відзначається досить позитивно на економіці України, але масштаб такої діяльності залишаються не достатнім для збереження існуючої кон'юнктури та подальшого розвитку. В таких умовах, на нашу думку досить перспективним напрямом покращення ситуації навколо туризму в Україні є співпраця з міжнародними туристичними асоціаціями. Активізація співпраці з міжнародними асоціаціями в сфері туризму на нашу думку дозволить більш активно розвиватися саме малим туристичним підприємствам, які раніше не мали доступу до різних видів опцій, що пропонують зазначені міжнародні інституції. Однією з таких інституцій, що на нашу думку може допомогти зберегти Український туризм в новітніх умовах є Асоціація британських туристичних агентів. Ця організація може в певній мірі допомогти у

фінансуванні тризму, наданні консультативних послуг та залучити іноземних туристів. Але тут виникає питання, а чому саме Асоціація британських туристичних агентів має стати предметом рекомендацій в даній дипломній роботі. Тут все просто, загалом асоціативні структури мають схожий принцип взаємодії з партнерами, тому розкриваючи перспективи співробітництва з цією інституцією ми можемо надати імпульс до співпраці з іншими. Інституціями.

На основі розробки рекомендацій щодо активізації індустрії туризму України в рамках співпраці з недержавною міжнародною організацією «Грінпіс» запропоновано наступне. Обґрунтовано, що перспективним напрямом активізації співпраці з Грінпіс далі (ГП) є волонтерська діяльність. Значна кількість підприємців, у тому числі підприємства в сфері туризму стурбовані майбутнім планети, разом працюють над кампаніями Грінпіс. Волонтерські групи роблять найрізноманітніші речі, це може бути збір підписів петицій, щодо певних ініціатив. Це може бути виставка на місцевому фестивалі як частина громади, розмова з людьми про вирішення екологічних проблем пов'язаних з туризмом. Зазвичай волонтерські збираються щомісяця, щоб спланувати свою діяльність та організувати заходи та агітацію у своїй місцевості. В рамках цієї організації, членом може бути кожен тисячі людей підприємств приділяють свій час, пропонуючи широкий спектр навичок та досвіду. Незалежно від рівня знань з питань охорони навколишнього середовища, аналізована організація завжди потребує більше волонтерів. Наступним напрямом активізації співпраці з Грінпіс далі (ГП) є приєднання до мережі політичного лобювання. Хоча робота Greenpeace потрапляє в заголовки газет, люди за лаштунками стежать за тим, щоб депутати та інші представники також брали участь у розбудові сталого туризму.

В процесі розробки рекомендацій щодо співробітництва з Всесвітньою Туристичною Організацією в контексті діяльності українських туристичних

асоціацій запропоновано укріплювати співпрацю в наступних напрямках. Перша з них це співробітництво в сфері біорізноманітності. Всесвітня туристична організація далі (ЮНВТО) прагне сприяти розвитку туризму, який підтримує, в рівній мірі, збереження біорізноманіття, соціальний добробут та економічну безпеку приймаючих країн і громад. Наприклад, ЮНВТО брала участь у наданні експертної та консультативної підтримки національним та місцевим органам влади країн, які постраждали від цунамі у 2004 та 2006 роках, щоб допомогти у реконструкції їхньої туристичної інфраструктури. Через Консультаційний підрозділ ЮНВТО з біорізноманіття та туризму, підрозділ, який фінансується Федеральним урядом Німеччини, одна з початкових програм була в районі Пханг Нга на узбережжі Андаману в Таїланді, який сильно постраждав від цунамі 2004 року. Інший проект був у Пангандарані (Західна Ява) в Індонезії, який був зруйнований черговим цунамі в 2006 році. Таким чином, UNWTO хоче зробити свій внесок у розуміння взаємозв'язку між туризмом і біорізноманіттям і оцінити, яким чином туризм може сприяти захисту біорізноманіття та підвищити свою роль як основного ресурсу для туристичних місць. Консультаційний підрозділ ЮНВТО також надав внески для вирішення наскрізних питань, таких як енергоефективність, безпека туризму та зміна клімату. Ці галузі мають безпосередній вплив на туризм і навпаки. У 2020 році Консультаційним підрозділом у Таїланді була запущена «Програма енергоефективності в Кхо Кхао» (РЕЕК), щоб пом'якшити наслідки зміни клімату. Вище зазначене свідчить, про реальну користь ЮНВТО. Другий перспективний напрям взаємодії українських туристичних асоціацій з ЮНВТО є співробітництво в сфері глобальної туристичної ініціативи зменшення споживання пластику. «Global Tourism Plastics Initiative» об'єднує туристичний сектор за спільним баченням боротьби з першопричинами забруднення пластиком. Це дає змогу бізнесу, уряду та іншим зацікавленим сторонам у сфері туризму бути прикладом у переході до циркулярної економіки пластмас.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамова О. С. Поняття та джерела туристського права [Електронний ресурс] / О. С. Адамова // Актуальні проблеми держави і права. - 2019. - Вип. 53. - С. 56-61.
2. Адамова О. С. Сутність туристичних відносин у міжнародному правовому полі [Електронний ресурс] / О. С. Адамова // Актуальні проблеми держави і права. - 2018. - Вип. 53. - С. 35-40.
3. Алексеєнко Л.М. Організація туризму [Текст] : підручник / Л. М. Алексеєнко, Т. І. Божук, В. Я. Брич [та ін.] ; за заг. ред. В. Я. Брича. - Тернопіль : ТНЕУ, 2017. - 448 с.
4. Ангелко, І. В. "Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні." Український соціум 2 (2020): 71-79.
5. Андрєєва Н. М. Екологічні кластери в рекреаційно-туристичній сфері як модель регіонального розвитку підприємництва [Електронний ресурс] / Н. М. Андрєєва, О. В. Полянничко // Економічний форум. - 2017. - № 3. - С. 82-87.
6. Антонюк Д. А. Бізнес-асоціації в системі інфраструктурного забезпечення малого та середнього підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / Д. А. Антонюк, Н. Х. Єнгоян // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2013. - № 4(1). - С. 64-71.
7. Богач, Юрій Аркадійович. "Удосконалення інформаційних основ логістичної діяльності туристичних організацій як напрям зміцнення потенціалу регіонального розвитку туризму та рекреації." Галицький економічний вісник Тернопільського національного технічного університету 49.2 (2021): 13-22.
8. Богуславський О. В. Бізнес-асоціації в Україні: сутність, проблеми й етапи розвитку [Електронний ресурс] / О. В. Богуславський // Вісник Київського

національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. - 2017. - Вип. 3. - С. 6-10.

9. Божко Л. Д. Генезис та еволюція наукового туристського дискурсу [Електронний ресурс] / Л. Д. Божко // Вісник Харківської державної академії культури. - 2012. - Вип. 37. - С. 56-66.

10. Будкевич О. О. Моделювання та аналіз динаміки зовнішньої туристичної діяльності в Україні [Електронний ресурс] / О. О. Будкевич // Економіка і управління. - 2019. - № 4. - С. 123-127.

11. Булана О. О. Реформування державної допомоги бізнесу в контексті імплементації Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом [Електронний ресурс] / О. О. Булана // Фінанси України. - 2016. - № 2. - С. 49-63.

12. Герман, І. В., and Т. С. Криворучко. "Застосування інноваційних технологій в створенні туристичного продукту." Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання. Черкаси: ЧДТУ (2020): 226-228.

13. Глебова А. О. Розвиток туристичних підприємств і організацій в реаліях сучасної економічної ситуації [Електронний ресурс] / А. О. Глебова. // Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. - 2011. - № 2.

14. Денисенко, М. П., Олександра Володимирівна Ольшанська, and Д. В. Григорчук. "Розвиток міжнародного туризму в контексті прогнозів всесвітньої туристичної організації." Вчені записки Університету «КРОК» 4 (56) (2019): 41-47.

15. Діденко О. Роль бізнес-асоціацій в діалозі між владою і бізнесом [Електронний ресурс] / О. Діденко // Актуальні проблеми державного управління. - 2011. - Вип. 2. - С. 76-79.

16. Діденко О. Тенденції розвитку бізнес-асоціації в Україні [Електронний ресурс] / О. Діденко // Актуальні проблеми державного управління. - 2020. - Вип. 3. - С. 146-150.
17. Ілляшенко С. М. "Зелений" туризм як один з напрямів сталого розвитку регіону [Електронний ресурс] / С. М. Ілляшенко, Н. С. Ілляшенко, В. О. Щербаченко // Економіка України. - 2013. - № 8. - С. 33–39.
18. Кирилова, О. В. "Маркетинг на ринку туристичних послуг." Маркетинг в Україні 3 (2020): 57-59.
19. Козловський, Є. В. "Співробітництво України та Всесвітньої туристичної організації як один з інструментів реалізації державної туристичної політики." Публічне урядування 3 (2020): 72-80.
20. Козубова, Н. В. "Туристичні послуги як об'єкт ринкових відносин в Україні." Інноваційна економіка 2 (2014): 137-143.
21. Коркуна, О. І., О. Я. Цільник, and О. В. Бордун. "Розвиток зеленого туризму в умовах формування об'єднаних територіальних громад." Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України 1 (2019): 24-28.
22. Кузьмін О. Є. Актуальне дослідження інноваційного розвитку туризму (Відгук на монографію Г. І. Михайліченко "Інноваційний розвиток туризму") [Електронний ресурс] / О. Є. Кузьмін // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2021. - № 2. - С. 124-128
23. Ляпін Д. В. Бізнес-асоціації в Україні: оцінка спроможності і перспективи розвитку / Д. В. Лапін. – К : Інститут конкурентного суспільства; Український незалежний центр політичних досліджень. – 2019. – 48 с.
24. Матвієнко А. Т. Інформатизація туризму та соціокультурний аспект електронного туристичного ресурсу в Україні [Електронний ресурс] / А. Т. Матвієнко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. - 2019. - № 4. - С. 54-58. –

25. Матвієнко А. Т. Туристичні WEB-ресурси України: сучасні підходи та критерії інформаційно-комунікаційного забезпечення туристичної галузі [Електронний ресурс] / А. Т. Матвієнко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. - 2019. - № 3. - С. 36-41
26. Мельник, А. О., and І. А. Чапліч. "Перспективи розвитку вітчизняного туризму в умовах євроатлантичної інтеграції." Вісник Хмельницького національного університету:[науковий журнал].-Хмельницький 1 (2020): 76-80.
27. Музиченко А. С. Організаційно-економічні засади управління туристичною індустрією в умовах економічної нестабільності [Електронний ресурс] / А. С. Музиченко, С. О. Стойка // Економічний простір. - 2013. - № 71. - С. 66-73.
28. Нестерчук, І. К. "Національні туристичні організації: перевантаження після COVID-19." Туризм у XXI столітті: виклики та реагування (2021): 71-74.
29. Папп, В. В., and Н. В. Бошота. "Роль соціальних та бізнес-мереж у діяльності туристичних підприємств." Економіка і суспільство 14 (2018): 619-625.
30. Пономарьова Л. С. Бізнес-асоціації в Україні як суб'єкти регуляторної політики та самоорганізації підприємництва / Л. С. Пономарьова // Державне будівництво, № 1, 2021. – С. 54–60.
31. Посохов, Іван Сергійович, and Анастасія Віталіївна Сагайдачна. "Перспективи розвитку екологічного туризму в Україні." Вісник Харківського національного університету імені ВН Каразіна Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм (2019): 203-212.
32. Прес-служба Європейської бізнес асоціації повідомила про суттєве підвищення уваги інвесторів до України [Електронний ресурс] // Економіка. Фінанси. Право. - 2017. - № 8. - С. 57
33. Сазонець І.Л., Обуховська Л.І. Європейський досвід розвитку процесу децентралізації та визначення основних проблем комунальних підприємств

закладів охорони здоров'я. Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту в контексті Євроінтеграції : матеріали ІХ Міжнар. наук. практ. конф. вчених, молодих науковців, аспірантів та студентів. Рівне : НУВГП, 2020. С. 456 – 459.

34. Сазонець І.Л., Турко В.І. Тенденції попиту на туристичні послуги та відновлення туристичної галузі в умовах боротьби з пандемією COVID-19. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Теорія та практика менеджменту», м. Луцьк, 12 травня 2021 року

35. Сазонець І.Л., Ханіна О.І. Корпоративний контекст реалізації співпраці держави та бізнесу в сфері охорони здоров'я. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Теорія та практика менеджменту», м. Луцьк, 12 травня 2021 року

36. Сазонець І.Л., Ходак О.В. Значення санаторно-курортних підприємств в державній політиці розвитку здоров'язбережувального простору України. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Теоретико-прикладні аспекти розвитку індустрії гостинності, туризму, виробництва в умовах міжнародної економічної інтеграції». м. Дніпро, 20 травня 2020 року

37. Семенець О. С. Туристи як суб'єкти правовідносин використання природних ресурсів в Україні: загальна характеристика та правовий статус [Електронний ресурс] / О. С. Семенець // Адвокат. - 2019. - № 4. - С. 32-38

38. Статистичний бюлетень «Туристична діяльність в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/metaopus/2021/2_03_12_03_2021.htm

39. Стяпанавічюс, Евалдас, and Регіна Андрюкайтене. "Тенденції реалізації корпоративної соціальної відповідальності у сфері туризму." *Humanities Studies* 10 (87) (2022): 122-127.

40. Тишевська-Шапошник О. В. Комунікативні стратегії як основа розвитку туристичної діяльності [Електронний ресурс] / О. В. Тишевська-Шапошник // Вісник Харківської державної академії культури. - 2012. - Вип. 35. - С. 180-187

41. Шупік Б. В. Шляхи вдосконалення державного регулювання міжнародного туризму в Україні [Електронний ресурс] / Б. В. Шупік // Держава та регіони. Сер. : Державне управління. - 2020. - № 3. - С. 47-50.
42. Щепанський Е. В. Світовий досвід організації туристично-рекреаційної діяльності [Електронний ресурс] / Е. В. Щепанський // Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права. - 2002. - № 4. - С. 153-160.
43. Akehurst, Gary. "User generated content: the use of blogs for tourism organisations and tourism consumers." *Service business* 3.1 (2009): 51-61.
44. Briedenhann, Jenny. "The role of the public sector in rural tourism: Respondents' views." *Current issues in tourism* 10.6 (2007): 584-607.
45. Coles, Tim, Claire Dinan, and Fiona Catherine Hutchison. "Tourism and the public sector in England since 2010: a disorderly transition?." *Current Issues in Tourism* 17.3 (2014): 247-279.
46. Devine, Adrian, and Frances Devine. "Planning and developing tourism within a public sector quagmire: Lessons from and for small countries." *Tourism Management* 32.6 (2011): 1253-1261.
47. Dore, Lynne, and Geoffrey I. Crouch. "Promoting destinations: An exploratory study of publicity programmes used by national tourism organisations." *Journal of Vacation marketing* 9.2 (2003): 137-151.
48. Elliott, James. *Tourism: Politics and public sector management*. Routledge, 2020.
49. Ferguson, Lucy. "The United Nations world tourism organisation." *New Political Economy* 12.4 (2007): 557-568.
50. Hays, Stephanie, Stephen John Page, and Dimitrios Buhalis. "Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations." *Current issues in Tourism* 16.3 (2013): 211-239.

51. Jenkins, John M. "A comparative study of tourist organisations in Australia and Canada." *Australian-Canadian studies: an interdisciplinary social science review* 13.1 (1995): 73-108.
52. Kaufmane, Dace, and Aija Eglite. "Private and public sector cooperation in tourism." *Economic Science for Rural Development Conference Proceedings*. No. 42. 2016.
53. Lebediev, Ihor. "Сталий розвиток туризму: досвід Європейського Союзу і завдання для України." *Вісник соціально-економічних досліджень* 3 (67) (2018): 162-173.
54. McKercher, Bob. "A chaos approach to tourism." *Tourism management* 20.4 (1999): 425-434.
55. Page, S. J., and K. J. Thorn. "Towards sustainable tourism planning in New Zealand: public sector planning responses." *Journal of Sustainable Tourism* 5.1 (1997): 59-77.
56. Page, Stephen J., and Kaye Thorn. "Towards sustainable tourism development and planning in New Zealand: the public sector response revisited." *Journal of Sustainable Tourism* 10.3 (2002): 222-238.
57. Seraphin, Hugues, et al. "Heritage in tourism organisations' branding strategy: The case of a post-colonial, post-conflict and post-disaster destination." *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* (2018).
58. Shaw, Gareth, and Allan Williams. "Knowledge transfer and management in tourism organisations: An emerging research agenda." *Tourism management* 30.3 (2009): 325-335.
59. Stokes, Robyn, and Leo Jago. "Australia's public sector environment for shaping event tourism strategy." *International Journal of Event Management Research* 3.1 (2007): 42-53.
60. World bank data hub [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.worldbank.org/en/home>

Ім'я користувача:
Федосова Юлія

ID перевірки:
1011458209

Дата перевірки:
04.06.2022 00:01:27 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
04.06.2022 00:02:46 EEST

ID користувача:
100005559

Назва документа: Диплом_Козак_ДО

Кількість сторінок: 82 Кількість слів: 17271 Кількість символів: 123709 Розмір файлу: 325.80 KB ID файлу: 1011336

8.33% Схожість

Найбільша схожість: 3.36% з Інтернет-джерелом (<https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/05/Kuranova.p..>)

7.3% Джерела з Інтернету

365

Сторінка 84

2.12% Джерела з Бібліотеки

53

Сторінка 90

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

187