

3. Andreff W. (2010). Why tax international athlete migration? The «Coubertoin» tax in a context of financial crisis. Handbook on Sport and Migration. Abingdon: Routledge. Pp. 31-45.
4. Peeters T., Szymanski S. (2014). Financial fair play in European football. *Economic Policy*. Vol. 29, № 78. Pp. 343-390.
5. FIFA: Regulations on the status and transfer of players. June 2020 Edition. 89 p.
6. The European Champions Report 2020. KPMG Sports Advisory Practice. January, 2020. Retrieved from: https://www.footballbenchmark.com/library/the_european_champions_report_2020
7. UEFA Club Licensing and Financial Fair Play Regulations. Edition 2012. Retrieved from: http://ru.uefa.org/MultimediaFiles/Download/Tech/uefa_org/General/01/80/54/10/1805410_DOWNLOAD.pdf

ТЕНДЕНЦІЇ ПОПИТУ НА ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ ТА ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ БОРТЬБИ З ПАНДЕМІЄЮ COVID-19

д.е.н, проф., Сазонець І.Л., Турко В.

ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет» (м. Дніпро)

Однією з галузей економіки, що розвивалася найбільшими темпами в останнє десятиліття була туристична галузь. Вагомим фактором гальмування її розвитку стала пандемія COVID-19. В результаті пандемії COVID-19 світ зіткнувся з безпрецедентною глобальною ситуацією в області туризму, сфери охорони здоров'я, проблемами соціального та економічного характеру.

Оздоровлення, відпочинок, подорожі та туризм на теперішній час є одними з найбільш уражених секторів світової економіки. В світі проходить масове падіння міжнародного попиту на туристичні, оздоровчі, рекреаційні послуги на тлі глобальних обмежень на поїздки. В багатьох країнах відбулося повне закриття кордонів. Причиною такого закриття стало необхідність стримування вірусу.

Останні статистичні матеріали Всесвітньої туристичної організації демонструють наступні негативні тенденції у функціонуванні туристичної галузі:

кількість клієнтів міжнародних туристичних фірм та компаній у 2019 році впала на 72% в січні-жовтні 2020 року у порівнянні з тим же періодом минулого року. Це зумовлено повільними темпами боротьби з вірусом, низьким рівнем довіри мандрівників до національних

систем охорони здоров'я у плані боротьби з коронавірусом та серйозними обмеженнями на поїздки на всередині країн через пандемію COVID-19;

зниження на 900 мільйонів туристських прибуттів в світі у 2020 році у порівнянні з тим же періодом 2019 року призводить до втрати 935 мільярдів доларів США експортної виручки від міжнародного туризму. Це на більш ніж в 10 разів перевищує збиток в 2009 році для туристичної галузі від світової економічної кризи;

в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні за період з січня по жовтень 2020 року кількість прибуттів знизилася на 82%. На Близькому Сході зареєстровано зниження на 73%, а в Африці - на 69% за цей десятирічний період. Міжнародні прибуття в Європу і Америку знизилися на 68%;

дані про витрати на міжнародний туризм як і раніше відображають дуже слабкий попит на виїзні поїздки. Однак на деяких великих туристичних ринках, таких як США, Німеччина і Франція, в останні місяці спостерігаються слабкі ознаки відновлення;

у той час як попит на міжнародні поїздки залишається низьким, внутрішній туризм продовжує рости на декількох великих ринках. До таких ринків відносяться Китай і Росія. В цих країнах попит на внутрішні авіаперельоти в основному повернувся до рівнів, які існували до COVID.

Аналіз сучасних тенденцій свідчить, що кількість міжнародних прибуттів скоротиться на 70-75% протягом всього 2020 року. (Фактичні розрахунки щодо підсумків 2020 року ще не проведені). Це означає, що міжнародний туризм фактично повернувся до рівня 90-х років минулого сторіччя.

Передбачається, що реальний та фінансовий спад в міжнародному туризмі в 2020 році еквівалентний втраті близько 1 мільярда прибуттів і 1,1 трильйона доларів США. На таку суму скоротяться доходи від туризму в світовій економіці. Цей різкий спад в сфері міжнародного туризму може призвести, завдяки синергетичному ефекту до економічних втрат в розмірі понад 2 трильйонів доларів США в світовому ВВП. Цей показник складає більше 2% світового ВВП в 2019 році[1].

Основним чинником поновлення туристичної активності є створення нових ефективних вакцин та масове одночасне вакцинаування населення усіх країн світу. Очікується, що вакцинація поступово підвищить довіру клієнтів туристичних компаній і буде сприяти ослабленню обмежень на реалізацію туристичних програм.

Розробка розширених сценаріїв Міжнародною туристичною організацією на 2021-2024 роки вказує на відновлення міжнародного туризму з другої половини 2021 року. Однак, повернення обсягів туристичної діяльності до рівнів 2019 року, зокрема за кількістю міжнародних прибуттів може зайняти від 2,5 до 4 років.

1. Сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <https://www.unwto.org/ru/cultural-tourism-covid-19> (дата звернення 22.04.2020 р.)

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Швець Ф. Д., к. т. н., доцент

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

В умовах глобалізації світової економіки та розвитку зовнішньоекономічних зв'язків між різними країнами світу значно зростає роль і значення зовнішньоекономічної діяльності як для економіки будь-якої країни в цілому, так і для окремих господарюючих суб'єктів зокрема.

На сучасному етапі розвитку світової економіки зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарської діяльності є стратегічно важливим напрямком підвищення їх економічного потенціалу і конкурентоспроможності як на внутрішньому так і зовнішньому ринках та одним із основних пріоритетів національної економічної політики.

Необхідність дослідження зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання зумовлена посиленням, особливо в останні роки, процесом інтеграції економіки України до світового господарства, отриманням підприємствами конкурентних переваг, що базуються на входженні до світового процесу інтеграції і кооперації виробництва високоякісної продукції та надання послуг.

Найважливішими із таких конкурентних переваг на наш погляд є:

- ✓ можливість збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції (надання послуг) в наслідок виходу на нові ринки;
- ✓ зростання конкурентоспроможності продукції (послуг) через дотримання високих стандартів виробництва (наданих послуг);
- ✓ широкий вибір ресурсів на світовому ринку;
- ✓ можливість підвищення технологічного та технічного рівнів виробництва;