

ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В СТРУКТУРІ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ

© 2020 АТАМАНЧУК З. А.

УДК 338.487-027.543(045)
JEL: F01; F10; F60; F69

Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг

Метою статті є висвітлення сучасних тенденцій розвитку світового ринку послуг, обґрунтування специфіки та напрямів динаміки ринкової кон'юнктури безпосередньо міжнародного ринку туристичних послуг у глобальній площині. Обґрунтовано підвищення ролі міжнародної торгівлі послугами як результат змін у технологіях, попиті та структурі світових трендів. Наведено наявні системи класифікацій послуг. Висвітлено сучасні тенденції розвитку світового ринку послуг і визначено місце міжнародного туризму як пріоритетної сфери економіки багатьох країн, що забезпечує лівову частку сукупного національного доходу держав, стає напрямом міжнародної спеціалізації, сприяє всебічному сталому економічному розвитку, соціальному залученню, зростанню зайнятості та подоланню бідності, ефективному використанню ресурсів, охороні навколишнього середовища, розвитку міжкультурних комунікацій, збереженню миру та безпеки як важливих компонентів суспільної взаємодії світового масштабу. На основі виділених чинників глобалізації світового господарства визначено особливості розвитку міжнародного туризму в умовах процесів глобалізації і регіоналізації. Проаналізовано типи організаційних моделей мережевої інтеграції у сфері міжнародного туризму, масштаби діяльності готельних ланцюгів, рестораних мереж, глобальних партнерських об'єднань авіакомпаній, онлайн-агентств подорожей та їх роль у глобалізації туризму. Доведено, що глобальний і регіональний вектори сучасного міжнародного туризму роблять його як унікальним і потужним чинником економічного поступу держав, так і водночас залежним від наявних викликів і загроз.

Ключові слова: світовий ринок послуг, міжнародний туризм, глобалізація, регіоналізація, інтеграція, організаційні моделі мережевої інтеграції, сталий економічний розвиток.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-21-27>

Рис.: 3. Табл.: 1. Бібл.: 27.

Атаманчук Зорина Асланівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет імені Василя Стуса (вул. 600-річчя, 21, Вінниця, 21021, Україна)

E-mail: zarinaatamanch@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6139-1653>

УДК 338.487-027.543(045)
JEL: F01; F10; F60; F69

Атаманчук З. А. Глобальные тенденции развития международного туризма в структуре мирового рынка услуг

Целью статьи являются освещение современных тенденций развития мирового рынка услуг, обоснование специфики направленной динамики рыночной конъюнктуры непосредственно международного рынка туристических услуг в глобальной плоскости. Обоснована роль международной торговли услугами как результат изменений в технологиях, спросе и структуре мировых трендов. Приведены существующие системы классификации услуг. Освещены современные тенденции развития мирового рынка услуг, и определено место международного туризма как приоритетной сферы экономики многих стран, что обеспечивает львиную долю совокупного национального дохода государств, становится направлением международной специализации, способствует всестороннему устойчивому экономическому развитию, социальному привлечению, росту занятости и преодолению бедности, эффективному использованию ресурсов, охране окружающей среды, развитию межкультурных коммуникаций, сохранению мира и безопасности как важных компонент взаимодействия мирового масштаба. На основе выделенных факторов глобализации мирового хозяйства определены особенности развития международного туризма в условиях процессов глобализации и регионализации. Проанализированы типы организационных моделей сетевой интеграции в сфере международного туризма, масштабы деятельности гостиничных цепей, ресторанных сетей, глобальных партнерских объединений авиаккомпаний, онлайн-агентств путешествий и их роль в глобализации туризма. Доказано, что глобальный и региональный векторы современного международного туризма делают его как уникальным и мощным фактором экономического развития государств, так и одновременно зависимым от существующих вызовов и угроз.

Ключевые слова: мировой рынок услуг, международный туризм, глобализация, регионализация, интеграция, организационные модели сетевой интеграции, устойчивое экономическое развитие.

Рис.: 3. Табл.: 1. Библ.: 27.

Атаманчук Зарина Аслановна – кандидат экономических наук, доцент кафедры международных экономических отношений, Донецкий национальный университет имени Василя Стуса (ул. 600-летия, 21, Винница, 21021, Украина)

E-mail: zarinaatamanch@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6139-1653>

UDC 338.487-027.543(045)
JEL: F01; F10; F60; F69

Atamanchuk Z. A. Global Trends of the International Tourism Development in the Structure of the World Market of Services

The article is aimed at highlighting modern trends in the world market of services, substantiating the specifics and directions of the market conjuncture dynamics directly in the international tourism services market in the global plane. Enhancing the role of international trade in services as a result of changes in technologies, demand and the structure of world-wide trends is grounded. The available service classification systems are provided. The author highlights the modern trends in the world market of services and defines the place of international tourism as a priority sphere of economy of many countries, providing the lion's share

of the total national income of countries, becoming a direction of international specialization, promoting comprehensive sustainable economic development, social inclusion, growth of employment and overcoming poverty, efficient use of resources, environmental protection, development of intercultural communications, preservation of peace and security as an important component of social interactions of global scale. On the basis of the allocated factors of globalization of the world economy the features of development of international tourism in conditions of globalization and regionalization are determined. Types of organization models of network integration in the sphere of international tourism, the activity extent of hotel chains, restaurant networks, global partnerships of airlines, online travel agencies and their role in globalization of tourism are analyzed. It is proved that global and regional vectors of modern international tourism turn the latter into both unique and powerful factor of economic progress of countries, which at the same time is dependent on the existing challenges and threats.

Keywords: world market of services, international tourism, globalization, regionalization, integration, organizational models of network integration, sustainable economic development.

Fig.: 3. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 27.

Atamanchuk Zoryna A. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of International Economic Relations, Vasyl' Stus Donetsk National University (21 600-richchia Str., Vinnytsia, 21021, Ukraine)

E-mail: zarinaatamanch@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6139-1653>

Послуги формують найбільший сектор у міжнародній економіці, на який припадає 70 % світового ВВП, 60 % глобальної зайнятості та 46 % світового експорту [1; 2]. Послуги охоплюють понад 2/3 прямих іноземних інвестицій, забезпечують близько 2/3 робочих місць в країнах, що розвиваються, та 4/5 – у розвинених країнах [2; 3]. Найбільша частка експорту послуг у світі належить промислово розвиненим країнам – 90 %. Жодна країна, що розвивається, не входить в 107 найбільших у світі експортерів послуг [4, с. 63]. Зростання потреб у послугах зумовлено розвитком галузей виробництва, зокрема, промисловості, сільського господарства, будівництва, а у зв'язку з цим – позитивною динамікою виробничих (транспорт, торгівля, зв'язок) і спеціальних видів послуг (банківських, страхових, юридичних, маркетингових, інформаційних); змінами в структурі попиту; удосконаленням науково-технічних та інформаційних технологій, зростанням якості життя населення, що стимулює розвиток таких видів послуг, як туризм, освіта, спорт та ін. [2].

Проблемні питання розвитку світового ринку послуг висвітлено у працях зарубіжних науковців: Дж. Белла, Е. Ван Дузер, Дж. Гелбрейта, Д. Джоббера, П. Друккера, К. Кларка, С. Коена, Ф. Котлера, Дж. Ланкастера, Дж. Ходжсона та ін. Серед вітчизняних вчених вагомими є напрацювання: І. Бураковського, А. Гальчинського, Р. Заблоцької, О. Зернецької, М. Іващенко, Д. Лук'яненка, А. Мазараккі, С. Мариніної, Ю. Пахомова, О. Плотнікова, Л. Побоченко, О. Рогача, Т. Циганкової, О. Швиданенка та ін. Водночас недостатньо дослідженими залишаються питання оцінки сучасних процесів, що відбуваються на світовому ринку туристичних послуг в умовах поглиблення міжнародного поділу праці й глобалізації світогосподарських зв'язків.

Метою статті є висвітлення сучасних тенденцій розвитку світового ринку послуг, обґрунтування специфіки та напрямів динаміки ринкової кон'юнктури безпосередньо міжнародного ринку туристичних послуг у глобальній площині.

Системи класифікацій послуг охоплюють: Керівництво з платіжного балансу (п'яте видання МВФ), Систему національних розрахунків (СНР) 1993 р., Класифікацію основних продуктів ООН, Міжнародну стандартну галузеву класифікацію усіх видів економічної діяльності, Класифікацію торгівлі послугами ОЕСР та Євростату, класифікацію Світового банку, рекомендації зі статистики міжнародної міграції ООН та ін. Порадник зі складання платіжного балансу МВФ, яким користуються усі країни світу, відносить до торгових (міжнародних) послуг такі їх види та підвиди: транспорт (пасажирський і вантажний), поїздки (ділові і особисті), зв'язок, будівництво, страхування, фінансові послуги, комп'ютерні й інформаційні послуги; роялті та ліцензійні платежі, інші бізнес-послуги (посередницькі послуги, лізинг та інші ділові, професійні і технічні послуги), особисті, культурні та рекреаційні послуги (аудіовізуальні й ін.), державні послуги, не віднесені до інших категорій.

Світовий Банк використовує класифікацію послуг, яка має на меті пов'язати їх з рухом факторів виробництва, при цьому поділяючи їх на такі групи: факторні послуги (factor services) – платежі, які виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва, передусім із капіталом та робочою силою (доходи чи інвестиції, роялті та ліцензійні платежі, заробітна плата, сплачена нерезидентам); нефакторні послуги (non-factor services) – послуги, не пов'язані з рухом факторів виробництва (транспорт, туризм, інші нефінансові послуги) [5]. У 1991 р. Секретаріатом ГАТТ було підготовлено записку під назвою «Перелік класифікованих послуг за секторами (GNS/W/120)», де визначено сектори та підсектори відповідно до національних нормативів, що регулюють сферу послуг [6, с. 301–335]. Генеральна угода з торгівлі послугами (англ. «General Agreement on Trade in Services» — «GATS») класифікує послуги на 12 секторів: бізнес-послуги (в тому числі професійні та комп'ютерні); послуги зв'язку; будівельні й інженерні; послуги дистриб'юторів; освітні послуги;

екологічні; фінансові послуги (страхування та банківські); медичні послуги; послуги в галузі туризму та подорожей; рекреаційні, культурні та спортивні послуги; транспортні тощо. З метою вдосконалення статистичних даних стосовно торгівлі послугами під керівництвом ООН у 2004 р. розроблено Рекомендації зі статистики міжнародної торгівлі послугами, що побудовані на чинних стандартах складання статистики. Генеральна угода з торгівлі послугами (ГАТС) визначає 4 моделі їх надання: транскордонне надання послуг; споживання за кордоном; комерційна присутність; присутність фізичної особи [6, 301–335].

Стверджується, що ринок послуг значною мірою є динамізатором світового виробництва, науково-технічного прогресу та всієї системи міжнародних економічних відносин.

А модель світового господарства, яка формується під впливом сучасних інформаційно-технологічних та глобалізаційних тенденцій, часто називають «економікою послуг» [7, с. 314].

Динаміку загального обсягу світової торгівлі послугами за період 2005–2018 рр. наведено на рис. 1.

Обсяги світової торгівлі послугами.
Індекс 2005=100

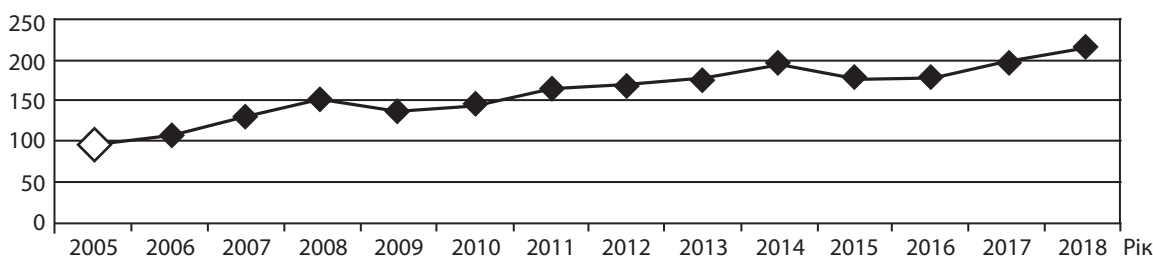


Рис. 1. Динаміка загального обсягу світової торгівлі послугами, 2005–2018 рр.

Джерело: складено автором за даними [8].

Загальний обсяг світового експорту послуг у 2018 р. склав 5 802 трлн дол. США. Найбільше експортовано туристичних послуг – 1405 трлн дол. США та бізнес-послуг – 1227 трлн дол. США (рис. 2). Динамічно розвивається міжнародна торгівля діловими послугами, зокрема, управлінськими, професійними, банківськими, страховими, аудиторськими.

Найдинамічнішою складовою світового ринку послуг є туристичний ринок. Сучасна індустрія туризму – це створення додаткових робочих місць, прискорення розвитку транспортної інфраструктури, дорожнього будівництва, стимулювання зростання виробництва споживчих товарів, розвиток засобів зв'язку тощо.

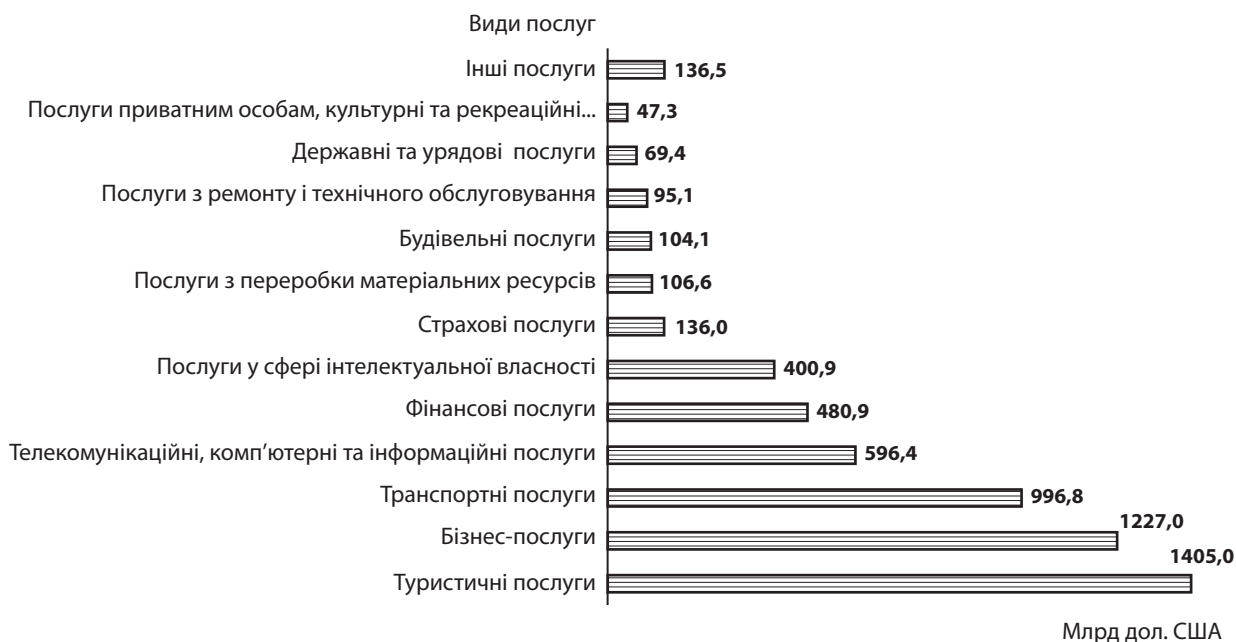


Рис. 2. Структура світового експорту послуг у 2018 р., млрд дол. США

Джерело: складено автором за даними [8].

Для багатьох країн світу пріоритетною сферою економіки сьогодні стає саме міжнародний туризм, оскільки забезпечує левову частку сукупного національного доходу держав і стає напрямом міжнародної спеціалізації [9, с. 23–28]. Україна з її вигідним географічним положенням, наявним туристично-рекреаційним потенціалом, історико-культурним спадком також активно інтегрується у світову туристичну індустрію, позиціонуючи себе як вагому туристичну дестинацію.

За останні два роки Україна піднялася на 10 позицій в Індексі конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму й посіла 78 місце. Як зазначається в доповіді Всесвітнього економічного

форуму в галузі туризму, Україна мала найшвидший темп зростання в субрегіоні, зокрема, відбулось значне поліпшення ділового середовища (з 124 на 103 місце), безпеки (з 127 на 107 місце), міжнародної відкритості (з 78 на 55 місце) і загальної інфраструктури (з 79 на 73 місце) [10].

Кількість іноземців, які відвідали Україну в період 2005–2013 рр., постійно зростала (табл. 1). У 2013 р. Україна посіла 15 місце у загальносвітовому рейтингу найбільш відвідуваних країн світу. У наступному 2014 р. у зв'язку з анексією Криму та початком військових дій на сході країни вхідний туристичний потік удвічі скоротився. Певне покращення ситуації щодо в'їзних та виїзних потоків мало місце у післякризові роки [11].

Таблиця 1

Україна: міжнародні туристичні потоки, 2005–2018 рр.

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон, осіб	Кількість іноземців, які відвідали Україну, осіб	Сальдо, осіб	Загальний туристичний потік, осіб
2005	16453704	17630760	1177056	34084464
2006	16875256	18935775	2060519	35811031
2007	17334653	23122157	5787504	40456810
2008	15498567	25449078	9950511	40947645
2009	15333949	20798342	5464393	36132291
2010	17180034	21203327	4023293	38383361
2011	19773143	21415296	1642153	41188439
2012	21432836	23012823	1579987	44445659
2013	23761287	24671227	909940	48432514
2014	22437671	12711507	-9726164	35149178
2015	23141646	12428286	-10713360	35569932
2016	24668233	13333096	-11335137	38001329
2017	26437413	14229642	-12207771	40667055
2018	27811000	14104000	-13707000	41915000

Джерело: складено автором за даними [11].

Негативною динамікою 2014–2015 рр. є значне скорочення доходу від міжнародного туризму (рис. 3). У 2014 р. він становив 2 264 млн дол. США, а у 2015 р. – 1662 млн дол. США, відповідно, порівняно з 2013 р., коли ця цифра дорівнювала 5931 млн дол. США [11].

Глобалізація і регіоналізація – складові єдиного процесу розвитку міжнародного туризму, що робить його унікальним економічним інструментом, здатним формувати виробничі системи інтернаціонального характеру і зберігати локальну значущість [12; 13]. Транснаціоналізація міжнародного туристичного бізнесу найкраще простежується на прикладі сектора розміщення туристів, де ТНК набувають форми готельних мереж або ланцюгів, що сприяє ефективному розвитку сфери послуг.

Попри інтенсивне поширення готельних мереж їх територіальний розподіл є нерівномірним. Осно-

вна їх частка зосереджена у промислово розвинутих країнах, що пов'язано з легкістю ведення бізнесу та значною прибутковістю. Лідером виступають США, де переважають національні готельні мережі. Частка готельних ланцюгів у туристичній індустрії країн ЄС є значно нижчою. Зокрема, найбільше готельні мережі представлені у Франції – 3819 готелів (21 % від усіх готелів), де лідерами за кількістю готелів є національні оператори Accor Hotels (1603), Louvre Hotels Group (820) [14]; Великої Британії – 3538 (8,5 %), Німеччині – 1944 (9,7 %), Італії – 1491 (4,2 %). Натомість на території України готельні мережі тільки почали входження [15]. Зокрема, готельна мережа Rezidor Hotel Group (Бельгія) на українському ринку представлена брендами: Redisson Blu Hotels & Resorts та Park Inn; британська готельна мережа Intercontinental Hotel Group представлена брендом Intercontinental Hotel Group; Global Hyatt Corporation (США) – брендом Hyatt

Млн дол. США

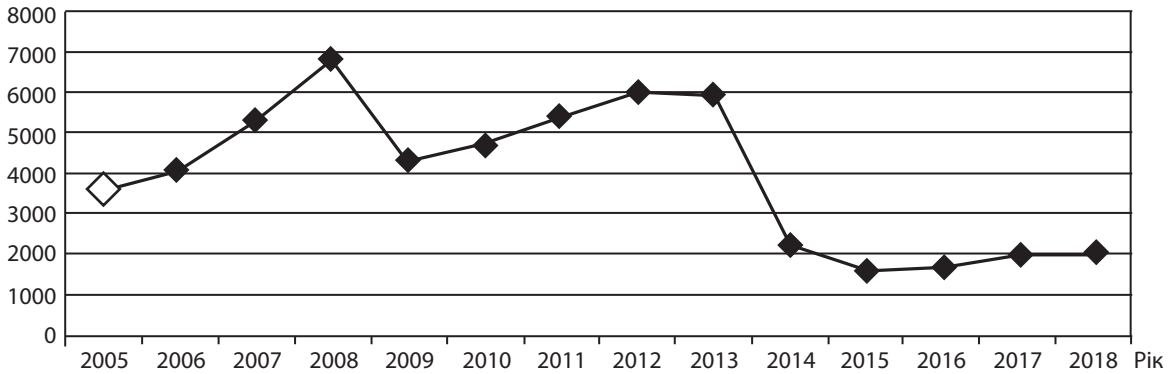


Рис. 3. Україна: дохід від міжнародного туризму, 2005–2018 рр., млн дол. США

Джерело: складено автором за даними [11].

Regency; Rixos (Туреччина) – брендом Rixos Hotels; французька компанія Accor в Україні сьогодні успішно працює під брендами: Ibis, Ibis Styles, Fairmont. Поступове входження на вітчизняний ринок продовжують й інші відомі американські готельні мережі, зокрема: Wyndham Worldwide; Hilton; Marriott [14; 15].

Транснаціональні корпорації, відкриваючи філії за кордоном, впроваджуються в економіку приймаючих країн, а самі країни вписуються в інтернаціонально організовані цими корпораціями виробництва туристичних продуктів. Діяльність ТНК підсилює взаємозв'язок і взаємозалежність внутрішніх і зовнішніх туристичних ринків країн [16, с. 87]. Активно розвиваються і ресторани мережі, яким у світі належить близько 20 % обсягів ринку, що свідчить про наявні переваги та широкі горизонти використання таких моделей стратегічної поведінки [17, с. 134]. Найвідомішими серед рестораних мереж, представлених на ринку України, є «Козирна карта», «Світова карта», «Eric's family», «Happy days», «Конкорд груп», «Пивкофф» [18, с. 49–64]. Широко розповсюдженою серед міжнародних перевізників набула форма глобальних партнерських об'єднань авіакомпаній – авіаційні альянси. Сьогодні у світі сформована глобальна тріада «Star Alliance», «SkyTeam» та «Oneworld», до якої входять 52 великі та середні авіакомпанії, які контролюють близько 60 % світового обсягу пасажирських перевезень [18, с. 49–64].

Укладання глобальних союзів – поширена в різних секторах індустрії туризму практика [16, с. 86–89]. Яскравим прикладом діяльності подібних союзів є глобальні комп'ютерні системи бронювання широкого спектра туристичних товарів і послуг – від авіаційних перельотів, переїздів залізницею і придбання пакет-турів до оренди автомобілів, попереднього замовлення місця в готелі чи квитків на футбольний матч або концерт [16, с. 89]. Значну популярність здобули туроператорські системи онлайн-бронювання, що підтверджується концен-

трацією часток ринку та фінансових потоків у компаніях: «Sabre», «Travelport», «Galileo» та «Amadeus», сфери впливу яких розташовані в межах мегарегіонів туристичного бізнесу [19, с. 124]. З появою форумів, блогів, «Facebook», «Twitter», «Youtube», «Foursquare» та інших соціальних мереж туристи стали створювати імідж і впливати на бренд компанії завдяки своїм повідомленням у соціальних мережах [20, с. 24–32]. Беззаперечно, величезна роль у глобалізації туризму відведена також електронній комерції [21].

Глобалізація туризму несе в собі й негативні наслідки. Йдеться про загрозу терористичних актів, екологічні проблеми, спалахи захворювань і епідемій, що виникають у різних куточках світу. Туристична активність на сучасному етапі перервана у зв'язку з поширенням світом коронавірусу, появу нового штамму якого 2019-пCoV було підтверджено у грудні 2019 р. в Ухані (Китай). Нинішній вірус, що інтенсивно поширюється світом, може виявитися не тільки більш смертельним для людини, але й більш згубним для світової економіки [22], зокрема й для міжнародної туристичної індустрії. Експерти Moody's вважають, що пандемія коронавірусу може стати «чорним лебедем», який спричинить більш серйозний вплив на світову економіку, ніж криза 2008–2009 рр. [23]. Президент Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC) Глорія Гевара вважає, що туристична галузь може понести втрати від пандемії у розмірі 22 млрд дол. США або більше 20 млрд євро. Зроблені нею прогнози базуються на попередніх розрахунках WTTC, проведених спільно з Oxford Economics, що враховують досвід криз у сфері міжнародного туризму минулих років, викликаних епідеміями SARS та H1N1 [24]. Оголошена приблизна сума збитків може зрости у 2–3 рази, якщо розповсюдження COVID-19 не зупинять [25]. Зазначається, що найбільший вплив буде спостерігатися в Азії, в першу чергу в Китаї, де туризм складає 11 % ВВП, а в останні роки він зростав з темпом 7 %. Особливо постраждають також від пан-

демії залежні від туристів з Китаю країни – Гонконг, Макао, Таїланд, Камбоджа, Філіппіни [26]. Втрати понесуть також країни Європи, США, що сьогодні вже стали епіцентром подій. За оцінками експертів, за 7–8 місяців збитки туристичної галузі Італії можуть сягати 50 млн євро [27]. На березень вже скасовано майже 90 % бронювань, і в цілому кількість бронювань знизилася на кожен місяць аж до червня. Міжнародна організація цивільної авіації США (ICAO) прогнозує багатомільйонні втрати авіакомпаній.

ВИСНОВКИ

Сучасний стан розвитку світового господарства характеризується домінуванням сфери послуг як результату змін у технологіях, попиті та структурі світових трендів, що є наслідком формування економіки нового типу, а також глобальних перетворень, пов'язаних із переходом до наступного ступеня розвитку світового співтовариства.

Для багатьох країн світу пріоритетною сферою економіки сьогодні стає саме міжнародний туризм, що сприяє всебічному сталому економічному розвитку, соціальному залученню, зростанню зайнятості та подоланню бідності, ефективному використанню ресурсів, охороні навколишнього середовища, розвитку міжкультурних комунікацій, миру та безпеки як важливих компонент суспільної взаємодії світового масштабу.

Специфіка та напрями динаміки подальшої ринкової кон'юнктури міжнародного ринку туристичних послуг у глобальній площині залежатимуть, в першу чергу, від процесів інтенсивності глобалізації та регіоналізації, а також від наявних викликів і загроз. Попри негативний вплив на світову економіку пандемії COVID-19, істотними проблемами для розвитку міжнародного туризму можуть стати: нестача продовольства, у тому числі й питної води, забруднення повітря, руйнування екосистем і глобальні зміни клімату.

Подальші дослідження слід зосередити на питаннях екологізації туристичної діяльності як важливої складової забезпечення сталого розвитку держав. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. International Trade Centre. URL: <http://www.intracen.org/itc/sectors/services/>
2. Атаманчук З. А., Макогін З. Я. Глобалізація світових ринків товарів та послуг. *Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія: «Економіка»*. 2019. Вип. 314. URL: <https://dsum.edu.ua/fahove-vydannya-zbirnyk-naukovyih-prats/>
3. World trade report 2019. The future of services trade. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/01_wtr19_0_e.pdf

4. Носач Л. Л. Світовий ринок товарів та послуг : навч.-метод. посіб. Харків : Форт, 2014. 295 с.
5. World Bank Group. URL: <https://www.worldbank.org/>
6. Генеральна угода про торгівлю послугами. Результати Уругвайського раунду багатосторонніх торговельних переговорів: Тексти офіційних документів. Київ : Вимір, 1998. 520 с.
7. Побоченко Л. М., Федорова І. К. Глобалізаційні тенденції розвитку світового ринку послуг. *Стратегія розвитку України*. 2015. № 1. С. 113–118.
8. World Trade Organization. URL: <https://www.wto.org/>
9. Атаманчук З. А., Дем'янова Ю. О. Міжнародний туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку держав світу. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2019. № 2 (54). С. 23–28.
10. World Economic Forum. URL: <http://edclub.com.ua/tegy/vsesvitniy-ekonomicheskii-forum>
11. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua
12. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М. : Финансы и статистика, 2013. 304 с.
13. Згуровський О. Війни глобалізації. URL: <http://www.dt.ua/1000/1600/54652/>
14. Atamanchuk Z., Yavorovenko N. Hotel chains in the global tourism space. *Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія: «Економіка»*. 2019. Т. XX. Вип. 312. URL: <https://dsum.edu.ua/fahove-vydannya-zbirnyk-naukovyih-prats/>
15. Безручко Л., Жук Ю. Сучасний стан та перспективи розвитку готельних мереж у світі та Україні. *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини*. 2018. № 45. С. 273–280.
16. Ціхановська В. М., Ковальчук С. Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 7. С. 86–89.
17. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі: теорія та практика розвитку. *Вісник ДІТБ*. 2013. № 17. С. 129–135.
18. Атаманчук З. А. Формування мережевої туристичної індустрії як форма глобальної інтеграції країн. *Економічний простір*. 2019. № 141. С. 49–64.
19. Фалько Є. А. Розвиток інформатизації міжнародного туристичного бізнесу в умовах глобалізації : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02. Дніпропетровськ, 2014. 296 с.
20. Папп В. В., Бошота Н. В. Роль соціальних та бізнес-мереж у діяльності туристичних підприємств. *Економіка і суспільство*. 2018. № 3. С. 24–32.
21. Атаманчук З. А. Перспективи розвитку міжнародного туризму в умовах цифровізації економіки // Сучасні проблеми розвитку туризму в Україні : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 16–17 травня 2019 р.). Львів : ЛІЕТ, 2019. С. 111–119.
22. Коронавірус і світова економіка: які наслідки матиме епідемія. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/koronavirus-i-svitova-ekonomika/30420833.html>
23. «Черный лебедь». В Moody's оценили вред коронавируса для мировой экономики // НВ-Бизнес. 31 января. URL: <https://nv.ua/biz/economics/koronavirus-v-kitae-v-moody-s-ocenili-vred-koronavirusa-dlya-mirovoy-ekonomiki-novosti-mira-50067596.html>
24. World Travel & Tourism Council. URL: <https://www.wttc.org/>

25. OxfordEconomics.URL:<https://www.oxfordeconomics.com/>
26. Туризм в нокдауне. Потери отрасли оценивают в \$22 млрд и это не предел // Ліга.Бізнес.28 лютого. 2020. URL: <https://biz.liga.net/ekonomika/all/novosti/vsemirnyy-sovet-po-turizmu-otsenil-vozmojny-uscherb-ot-koronavirusa-v-22-mlrd>
27. Il Messaggero. URL: <https://www.ilmessaggero.it/>

REFERENCES

- Atamanchuk, Z. A. "Formuvannia merezhevoi turystychnoi industrii yak forma hlobalnoi intehratsii krain" [Formation of the Network Tourist Industry as a Form of Global Integration of Countries]. *Ekonomichnyi prostir*, no. 141 (2019): 49-64.
- Atamanchuk, Z. A. "Perspektyvy rozvytku mizhnarodnoho turyzmu v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky" [Prospects for the Development of International Tourism in the Context of Digitalization of the Economy]. *Suchasni problemy rozvytku turyzmu v Ukraini*. Lviv: LIET, 2019. 111-119.
- Atamanchuk, Z. A., and Demianova, Yu. O. "Mizhnarodnyi turyzm yak priorityetnyi napriam sotsialno-ekonomichnoho rozvytku derzhav svitu" [International Tourism as a Priority Area of Socio-economic Development of the World]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya «Ekonomika»*, no. 2 (54) (2019): 23-28.
- Atamanchuk, Z. A., and Makohin, Z. Ya. "Hlobalizatsiia svitovykh rynkiv tovariv ta posluh" [Globalization of World Markets for Goods and Services]. *Zbirnyk naukovykh prats Donetskoho derzhavnoho universytetu upravlinnia*. Seriya: «Ekonomika». 2019. <https://dsum.edu.ua/fahove-vydannya-zbirnyk-naukovykh-prats/>
- Atamanchuk, Z., and Yavorovenko, N. "Hotel chains in the global tourism space". *Zbirnyk naukovykh prats Donetskoho derzhavnoho universytetu upravlinnia*. Seriya : «Ekonomika». 2019. <https://dsum.edu.ua/fahove-vydannya-zbirnyk-naukovykh-prats/>
- Bezruchko, L., and Zhuk, Yu. "Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku hotelnykh merezh u sviti ta Ukraini" [Current State and Prospects of Development of Hotel Chains in the World and Ukraine]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya : Mizhnarodni vidnosyny*, no. 45 (2018): 273-280.
- Bosovska, M. V. "Intehratsiini protsesy v turyzmi: teoriia ta praktyka rozvytku" [Integration Processes in Tourism: Theory and Practice of Development]. *Visnyk DITB*, no. 17 (2013): 129-135.
- "«Chernyy lebed». V Moody's otsenili vred koronavirusa dlya mirovoy ekonomiki" ["Black Swan". Moody's Has Evaluated the Impact of Coronavirus on the Global Economy]. *NV-Biznes*. <https://nv.ua/biz/economics/koronavirus-v-kitae-v-moody-s-ocenili-vred-koronavirusa-dlya-mirovoy-ekonomiki-novosti-mira-50067596.html>
- Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. www.ukrstat.gov.ua
- Falko, Ye. A. "Rozvytok informatyzatsii mizhnarodnoho turystychnoho biznesu v umovakh hlobalizatsii" [Development of Informatization of International Tourism Business in the Conditions of Globalization]: *dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.02*, 2014.
- Gulyayev, V. G. *Turizm: ekonomika i sotsialnoye rozvitiye* [Tourism: Economics and Social Development]. Moscow: Finansy i statistika, 2013.
- Heneralna uhoda pro torhivliu posluhamy. Rezultaty Uruhvaiskoho raundu bahatostoronnikh torhovelykh perehovoriv: Teksty ofitsiinykh dokumentiv* [General Agreement on Trade in Services. Results of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations: Texts of Official Documents]. Kyiv: Vymir, 1998.
- International Trade Centre. <http://www.intracen.org/itc/sectors/services/>
- Il Messaggero. <https://www.ilmessaggero.it/>
- "Koronavirus i svitova ekonomika: yaki naslidky matyme epidemii" [Coronavirus and the World Economy: What Will Be the Consequences of the Epidemic]. <https://www.radiosvoboda.org/a/koronavirus-i-svitova-ekonomika/30420833.html>
- Nosach, L. L. *Svitovyi rynek tovariv ta posluh* [World Market of Goods and Services]. Kharkiv: Fort, 2014.
- Oxford Economics. <https://www.oxfordeconomics.com/>
- Papp, V. V., and Boshota, N. V. "Rol sotsialnykh ta biznesmeretz u diialnosti turystychnykh pidpriemstv" [The Role of Social and Business Networks in the Activities of Tourism Enterprises]. *Ekonomika i suspilstvo*, no. 3 (2018): 24-32.
- Pobochenko, L. M., and Fedorova, I. K. "Hlobalizatsiini tendentsii rozvytku svitovoho rynku posluh" [Globalization Trends in the Global Services Market]. *Stratehiia rozvytku Ukrainy*, no. 1 (2015): 113-118.
- "Turizm v nokdaune. Poteri otrasli otsenivayut v \$22 mlrd i eto ne predel" [Knockdown Tourism. Industry Losses are Estimated at \$ 22 Billion and This is not the Limit]. *Liga. Biznes*. <https://biz.liga.net/ekonomika/all/novosti/vsemirnyy-sovet-po-turizmu-otsenil-vozmojny-uscherb-ot-koronavirusa-v-22-mlrd>
- Tsikhanovska, V. M., and Kovalchuk, S. Ya. "Tendentsii rozvytku svitovoho rynku turystychnykh posluh v umovakh posylennia hlobalizatsiinykh protsesiv" [Trends in the Development of the World Market of Tourist Services in the Context of Increasing Globalization Processes]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 7 (2015): 86-89.
- "World Trade Report 2019. The Future of Services Trade". https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/01_wtr19_0_e.pdf
- World Bank Group. <https://www.worldbank.org/>
- World Economic Forum. <http://edclub.com.ua/tegy/vsesvitniy-ekonomicheskoye-forum>
- World Trade Organization. <https://www.wto.org/>
- World Travel & Tourism Council. <https://www.wttc.org/>
- Zhurovskiy, O. "Viiny hlobalizatsii" [Wars of Globalization]. <http://www.dt.ua/1000/1600/54652/>