

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ ТА ВОЄННОГО СТАНУ

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:

студент IV курсу 410
групи спеціальності
242 «Туризм» ОП
**«Міжнародний
туризм»**

Сирота Анастасія Сергіївна

Керівник: кандидат географічних
наук, доцент

Брик Степан Дмитрович

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри

№ _____ від « _____ » _____ 2024 р.

Зав. кафедри _____ д. геогр. н., доцент Король О. Д.

Чернівці – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП		4
РОЗДІЛ I.	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	7
1.1.	Зміст та розвиток міжнародного туризму як економічного феномена	7
1.2.	Чинники, які впливають на розвиток міжнародного туризму в світі	18
РОЗДІЛ II.	СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В КРИЗОВИХ УМОВАХ	25
2.1.	Новітні напрямки розвитку туристичного бізнесу в Україні та світі з урахуванням кризових факторів	25
2.2.	Динаміки розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом глобальної пандемії	37
2.3.	Оцінка стану міжнародного туризму в Україні в умовах війни	44
РОЗДІЛ III.	ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ КРИЗОВИХ ЯВИЩ	53
3.1.	Перешкоди розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом криз та шляхи їх подолання	53
3.2.	Стратегічні перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії гостинності та туризму в Україні в кризових умовах	59
ВИСНОВКИ		70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ		74

Анотація

Дослідження особливостей та тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні у критичних ситуаціях зараз дуже актуальна тема.

У даній роботі досліджено розвиток туризму під час пандемії та воєнного стану. Проаналізовано наслідки у сфері туризму спричинені несприятливими ситуаціями. Висвітлені новітні напрямки розвитку туристичного бізнесу в Україні та світі з врахуванням кризових факторів та визначено стратегічні перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії гостинності та туризму в Україні в умовах сьогодення.

Ключові слова: міжнародний туризм, сфера туризму, індустрія туризму.

Abstract

The study of the peculiarities and trends of the development of international tourism in Ukraine in critical situations is now a very relevant topic.

This paper examines the development of tourism during the pandemic and martial law. The consequences in the field of tourism caused by unfavorable situations are analyzed. The latest trends in the development of the tourism business in Ukraine and the world, taking into account crisis factors, are highlighted, and strategic prospects for restoring the economic potential of the subjects of the hospitality and tourism industry in Ukraine in today's conditions are defined.

Keywords: international tourism, sphere of tourism, tourism industry.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело. _____ А.С. Сирота

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туризм розвивається динамічно і має значний вплив на економічний та соціальний розвиток країни. Україна має великий потенціал у сфері туризму. Сприятливе географічне положення, приємний клімат, різноманітна культурна та історична спадщина, а також багатий вибір готелів і ресторанів сприяють швидкому розвитку туризму. Туризм є однією з найважливіших галузей для економічного та соціального життя країни, тому його розвиток має бути головним пріоритетом.

Представники міжнародного туризму стикаються з низкою викликів, серед яких COVID-19 та повномасштабна війна в Україні, які відіграють негативну роль. Туризм є дуже чутливою галуззю до всіх економічних і політичних турбулентностей. На індустрію гостинності впливають не лише глобальні пандемії, але й збройні конфлікти, терористичні загрози, зміни клімату, коливання валютних курсів, фінансово-економічні кризи, а також зміни економічної ситуації в країні та інші фактори.

У 2019 році розпочалась пандемія COVID-19, яка сильно ударила по індустрії туризму, як у Україні, так і по всьому світу. Варто відзначити, що до початку пандемії українська галузь гостинності вже мала проблеми через нестабільну політичну, економічну та соціальну ситуацію в країні, а також недорозвинену систему регулювання туристичної галузі. Пандемія ще більше заглибила ці проблеми розвитку українського туризму.

24 лютого 2022 року на територію країни розпочалося повномасштабне вторгнення, яке триває й донині, ускладнюючи прогнозування подальшого впливу на туристичну галузь та її функціонування. Важливо звернути увагу на те, що Україна повинна взяти на увагу досвід країн, які вже пережили подібні випробування, та продовжувати підтримувати галузь туризму.

Підкреслюється, що в умовах складної ситуації пріоритетом є

підтримка та заохочення розвитку туристичної індустрії, орієнтуючись на найефективніші методи та стратегії, які дозволять галузі вижити та відновитися після кризових подій.

Аналіз наукової літератури дозволяє зробити висновок, що основні напрямки досліджень у сфері туризму включають правові, економічні, соціальні, історичні та міжнародні аспекти. Протягом тривалого періоду ці питання вивчалися як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Серед них можна відзначити Н.О. Алешугіну, А.П. Андреєва, І.В. Безуглого, Х. Крипендорфа, О.О. Зеленську, В.А. Квартальнова, В. Кемонса, Ф. Котлера, Р. Ланкара, В. Мідлтона, І.І. Набока, Н. Ольє, М.Б. Ониська, Л.М. Побоченка, К. Рігера, М.П. Мальської, В.І. Мацоли, О.М. Савченка, Г.Ф. Шаповала, І.М. Школи та інших дослідників.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей та тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні у критичних ситуаціях.

Для досягнення поставленої мети слід вирішити такі **завдання**:

- визначити теоретичні засади дослідження міжнародного туризму при врахуванні криз та соціально-економічних потрясінь;
- проаналізувати тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні у теперішніх умовах;
- дослідити фактори, які впливають на розвиток міжнародного туризму в світі;
- сформулювати сучасні тренди й новітні напрямки розвитку туристичного бізнесу в Україні і світі з врахуванням кризових факторів;
- виділити стратегічні перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії туризму в Україні в умовах сьогодення.

Об'єктом дослідження є процеси, які впливають на функціонування та розвиток міжнародного туризму в Україні під час кризових умов.

Предметом дослідження є теоретичні й практичні аспекти розвитку міжнародного туризму в державі в контексті криз та соціально-економічних потрясінь.

Для досягнення поставленої мети використовуються наступні методи дослідження:

- Діалектичний підхід до аналізу явищ і процесів у сфері туризму, що дозволяє розглядати їх у взаємозв'язку та в контексті змін.
- Порівняльний аналіз досвіду міжнародних туроператорів та турагентів у реагуванні на виклики, спричинені пандемією COVID-19 та повномасштабним вторгненням, для виявлення ефективних підходів.
- Дедуктивний метод для вивчення фінансової складової туризму під час кризових умов, що дозволяє виділити основні фактори та закономірності.
- Системний аналіз ринку туризму як сукупності складових, що дозволяє досліджувати його взаємозв'язок та вплив на розвиток галузі.

Дослідження, проведені вітчизняними та зарубіжними вченими, становлять теоретичну базу цієї роботи. У написанні кваліфікаційної роботи використовувалися нормативно-правові акти та законодавчі матеріали, що регулюють галузь туризму. Також використовувалися статистичні дані, надані Міністерством економіки України, Державною агенцією розвитку туризму та Державною службою статистики України. Крім того, були використані матеріали конференцій та звітів від організацій, таких як Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Світовий банк, Всесвітня туристична організація, Всесвітній економічний форум, ICAO (Uniting Aviation), Human Research та компанія Statista.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. У роботі містяться 3 таблиці та 8 рисунків. Список використаних джерел містить 55 найменувань.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Зміст та розвиток міжнародного туризму як економічного феномена

Міжнародний туризм є економічним явищем, що відображає основні економічні принципи. На сьогодні туризм відіграє важливу роль у світовій торгівлі товарами та послугами, регіональних економічних відносинах та в багатьох інших аспектах економіки.

Міжнародний туризм демонструє високі темпи росту у всьому світі. Цей швидкий розвиток пояснюється різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн та регіонів. Згідно з думкою аналітиків, основними факторами, що сприяють розвитку міжнародного туризму, є:

1. Економічний ріст і соціальний прогрес, що призвели до збільшення обсягу ділових поїздок і подорожей з пізнавальними цілями.
2. Покращення всіх видів транспорту, що знизило вартість поїздок.
3. Збільшення кількості найманих працівників та службовців у розвинених країнах, а також підвищення їхнього матеріального й культурного рівня.
4. Збільшення тривалості відпусток для працюючих.
5. Розвиток міждержавних зв'язків та культурних обмінів, що призвело до поширення міжособистісних зв'язків між регіонами.
6. Розвиток сфери послуг, що стимулює розвиток транспортної галузі та технологічний прогрес у сфері телекомунікацій.
7. Послаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах та спрощення прикордонних формальностей [37].

Туризм можна вважати ведучим сектором бізнесу, що став ключовим

напрямом у міжнародній торгівлі та пріоритетною галуззю для економічного зростання багатьох країн. Цей багатогранний сектор об'єднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, що мають великий потенціал для сталого розвитку. Туризм взаємодіє з багатьма галузями економіки, що робить його ключовим елементом соціально-економічного життя країн та народів. Він є динамічним чинником економічного та культурного розвитку, сприяє захисту довкілля та збереженню історико-культурної спадщини, міжнародному взаєморозумінню, миру та дотриманню прав людини та основних свобод, незалежно від раси, статі, мови чи релігії. Туризм створює нові робочі місця, сприяє розвитку інфраструктури і є невід'ємною частиною загального міжнародного ринку [39].

Для кращого розуміння явища такого швидкого та інтенсивного розвитку міжнародного туризму, необхідно розглянути тлумачення його значення. Туризм - це тимчасовий виїзд особи з місця проживання з оздоровчою, пізнавальною, професійною чи іншою метою, без здійснення оплачуваної діяльності у місці, куди особа від'їжджає [1].

Інше тлумачення поняття "туризм" можна описати так: туризм - це процес проведення часу поза домом з метою задоволення рекреаційних потреб, при цьому послуги надаються комерційними компаніями. Цей вид туризму виник в Західній Європі у 17 столітті, але його перші прояви можна було помітити ще в античний період.

Міжнародний туризм включає в себе в'їзний та виїзний туризм. В'їзний туризм - це діяльність відвідувачів, що постійно проживають на території даної країни, але подорожують за її межі для внутрішніх або виїзних туристичних поїздок. Виїзний туризм - це діяльність відвідувачів, що не проживають на території даної країни, але приїжджають у цю країну для відпочинку чи інших туристичних поїздок [17].

Туризм має два основних значення: вузьке та широке. Вузьке тлумачення передбачає туристичні маршрути, які заздалегідь підготовлені для переміщення громадян, проте ці поїздки не мають робочого характеру.

Цю діяльність здійснюють спеціальні організації, такі як туристичні фірми, агентства, бюро та інші, які в загальному називаються суб'єктами туристичної індустрії. Законодавство України вимагає, щоб такі організації були зареєстровані у встановленому порядку та надавали послуги туристам, які виїхали на певний час зі свого місця проживання [16].

Турист, або мандрівник, - це особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з метою протягом від 24 годин до одного року, при цьому не займаючись будь-якою оплачуваною діяльністю та зобов'язаний залишити країну або місце перебування в зазначений термін (відповідно до Закону України "Про туризм") [25].

Основні фактори, які сприяли виникненню подорожей та розвитку туризму:

1. Географічні фактори: особливості розташування регіонів та країн та необхідність забезпечення зв'язку між ними.
2. Соціальні зміни: міграційні і демографічні процеси, розвиток суспільних відносин.
3. Політичні події: завоювання та освоєння нових територій, перерозподіл політичного впливу.
4. Економічний розвиток: зростання економіки сприяло розвитку туристичної галузі.
5. Мотиваційні фактори: потреби, мотиви, цінності та стереотипи, що впливають на вибір мети подорожі.
6. Екологічна обізнаність: збереження придатного для проживання та відпочинку навколишнього середовища.
7. Науково-технічний прогрес: розвиток технологій та засобів комунікації [15].

Сучасний туризм характеризується швидкими темпами розвитку галузі, постійним розширенням географічного охоплення, обміном культурними цінностями між країнами, інноваціями та покращенням у туристичній індустрії. Зростання ролі туризму у повсякденному житті призвело до потреби наукового та теоретичного аналізу, що сприятиме

формуванню туристичної теорії.

Європу можна назвати матір'ю туризму через те, що перші дослідження та навчальні заклади з'явилися саме в європейських країнах. Проте не можна забувати про внесок Сполучених Штатів Америки в розвиток цієї галузі. У Вашингтонському університеті вперше була запропонована навчальна програма з туризму та ресторанної справи. Приблизно через рік дослідник Браун опублікував роботу, де вперше була вжита термінологія "рекреація", а сама наукова робота стосувалась бізнесу рекреації та способів їх поєднання.

Рекреація або активний відпочинок (від лат. *recreatio*, що означає відновлення) - це система заходів, пов'язаних з використанням вільного часу для оздоровлення, культурного та спортивного розвитку людей на спеціально облаштованих територіях, що знаходяться поза їхнім звичайним місцем проживання [27].

Сфера туризму та її подальше розвиток стали можливими завдяки науковцям, які приділяли увагу цій новій галузі для дослідження. Почали з'являтися наукові школи туризму, із числа науковців яких варто відзначити деяких представників. В Австрійській туристичній школі серед цих вчених можна виділити: Юріста Бернекера, який визначає туризм "...сукупність взаємовідносин та послуг, пов'язаних з тимчасовою та добровільною зміною місця проживання мандрівником з некомерційних чи непрофесійних мотивів" [12]; Д. Стаднера; В. Еднера; Д. Мазанця; Е. Стапа. До німецької школи туризму можна віднести таких науковців: Г. Валтерспіля; Б. Пфістера; Х. Сауермана.

Звертаючись до історії України, не можна обійти стороною радянські часи, в які були достатньо швидкі темпи вивчення туризму. Радянські вчені внесли значний внесок у розвиток туристичної сфери. Наприклад, радянський науковець В. Азар сформулював поняття туризму як велику економічну систему із різноманітними зв'язками між окремими її елементами національного господарства та з національною економікою у світовому масштабі [4].

До списку науковців, що вивчали туризм в радянські часи, можна також віднести таких вчених, як Валерій Квартаньов, Віслав Зорін, Михайло Ананьєв, Микола Крачило та інших.

До базових потреб туризму, які ви відзначили, можна додати деякі інші:

- 1) Стимулювання інновацій та технологічний розвиток: технологічні інновації, такі як віртуальна реальність, штучний інтелект, блокчейн та інші, вже активно перетворюють туристичну галузь. Розвиток новітніх технологій може покращити якість послуг, забезпечити персоналізований підхід до туристів та покращити управління туристичними підприємствами.
- 2) Сталість та екологічна відповідальність: зростаюча увага до екологічних питань та сталого розвитку вимагає від туристичної галузі впровадження екологічно відповідальних практик. Розвиток екотуризму, використання енергоефективних технологій та зменшення впливу на довкілля стають все більш важливими.
- 3) Глобальна конкурентоспроможність: зростаюча конкуренція в туристичній галузі вимагає розвитку маркетингових стратегій, які просувають унікальність та конкурентоспроможність країни або регіону.
- 4) Підвищення якості послуг та безпеки: постійне покращення якості туристичних послуг та забезпечення безпеки туристів вимагає вдосконалення систем управління якістю, розвитку інфраструктури та впровадження нових стандартів безпеки.

Враховуючи ці та інші аспекти, туристична галузь може продовжувати ефективно відповідати на змінні потреби та очікування туристів, забезпечуючи стійкий та інноваційний розвиток.

Організація Об'єднаних Націй (ООН) визначає туризм як всі види руху населення, що не пов'язані із зміною місця роботи та проживання. Це визначення ширше, оскільки воно включає різні типи подорожей, такі як відпочинок, участь у наукових, ділових та культурних заходах. Основна увага звернута на соціокультурний і економічний вплив туризму, а не лише на його комерційні аспекти.

Хоча обидва визначення відображають різні аспекти туризму, вони доповнюють одне одного, надаючи комплексне уявлення про цю галузь [47].

Так, збільшення кількості туристів в країні може мати значний економічний вплив. Ось кілька способів, якими це може статися:

- Збільшення виробництва туристичних товарів і послуг: якщо кількість туристів зростає, попит на різні товари і послуги, такі як готелі, ресторани, транспортні послуги, екскурсії та розваги, також зростає. Це стимулює розвиток туристичної інфраструктури і створює можливості для нових існуючих підприємств.
- Створення нових робочих місць: збільшення туристичного руху призводить до зростання потреб у різних сферах економіки, включаючи готельний бізнес, ресторани, транспортні компанії, туристичні агентства, магазини та інші. Це може привести до створення нових робочих місць і зменшення безробіття.
- Збільшення податкових надходжень: збільшення кількості туристів також призводить до збільшення податкових надходжень уряду через податок на прибуток підприємств, податок на споживчі товари, туристичні збори та інші податки.
- Розвиток інфраструктури: для зустрічі потреб туристів можуть бути розширені або модернізовані інфраструктурні об'єкти, такі як аеропорти, магістралі, готелі, ресторани та музеї. Це може стимулювати розвиток інших галузей економіки.

Отже, збільшення кількості туристів може мати дуже позитивний економічний вплив на країну, сприяючи зростанню виробництва, створенню робочих місць і збільшенню податкових надходжень.

Так, Міжнародна спілка офіційних туристичних організацій (МСОТО), яка була утворена в 1927 році, стала важливою платформою для співпраці між урядовими та неурядовими організаціями в галузі туризму. Протягом років вона об'єднувала країни, які бажали сприяти та розвивати туризм у своїй країні.

У 1969 році, згідно з резолюцією Генеральної асамблеї ООН, МСОТО була реорганізована у Всесвітню туристичну організацію (COT). Це стало важливим кроком, оскільки COT стала міжурядовою організацією ООН, яка має значний вплив на розвиток туризму світовому масштабі.

COT займається сприянням розвитку туризму, сприяє співпраці між країнами у галузі туризму, здійснює дослідження туристичних ринків, розробляє стандарти і рекомендації для розвитку туризму, а також забезпечує підтримку менш розвиненим країнам у розвитку їх туристичної індустрії. Це сприяє стабільному та збалансованому розвитку туризму як важливої складової світової економіки.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) грає важливу роль у розвитку туризму як ключової галузі для стійкого економічного розвитку. Основні напрямки роботи UNWTO відображають сучасні виклики туризму та спрямовані на забезпечення стійкого та інклюзивного розвитку туризму. Давай розглянемо їх детальніше:

1. Цифрова трансформація туризму: Розвиток цифрових технологій сприяє створенню "розумного" туризму, який забезпечує покращене взаємодію між туристами та послугами, зростання ефективності та зручності.

2. Конкурентоспроможність міжнародного туризму: Залучення інвестицій та розвиток бізнесу у туристичній галузі є важливими для збільшення конкурентоспроможності країн у міжнародному туристичному ринку.

3. Створення робочих місць та навчання персоналу: Туризм забезпечує значну кількість робочих місць, тому важливо розвивати якісну освіту та навчання для персоналу, щоб вони відповідали потребам ринку.

4. Забезпечення безпеки подорожей: UNWTO сприяє розробці та впровадженню стандартів та політик, що сприяють безпеці та стабільності у туризмі.

5. Збереження культурної та природної спадщини: Організація працює над збереженням та раціональним використанням культурної та природної спадщини для забезпечення сталого розвитку туризму.

Ці напрямки визначають стратегічний курс UNWTO на шляху до розвитку стійкого та інклюзивного туризму, який сприятиме економічному, соціальному та культурному розвитку країн.

Такий географічний поділ дозволяє краще зрозуміти структуру туристичного ринку та його розвиток в різних частинах світу. Поділ на регіони і субрегіони допомагає аналізувати тенденції та визначати пріоритети для кожної з них.

1. Азіатсько-Тихоокеанський регіон: Цей регіон включає країни з великою кількістю туристичних ресурсів, таких як Японія, Китай, Таїланд, Малайзія. Він має значний потенціал для розвитку туризму, особливо з урахуванням екзотичної культури, природних крас та історичних пам'яток.
2. Північна і Південна Америка: США та Канада входять до Північної Америки, а країни Латинської Америки - до Південної. Ці регіони мають різні туристичні особливості: в Північній Америці це переважно бізнес-туризм та культурні події, тоді як в Південній Америці приваблюють пляжі, екотуризм та історичні пам'ятки.
3. Африка: Цей континент має величезний потенціал у сфері екотуризму та сафарі. Країни Південної Африки, наприклад, відомі своїми національними парками та унікальними видами дикої природи.
4. Близький Схід: Туристичний розвиток в цьому регіоні спрямований на культурний туризм, а також на релігійні та історичні пам'ятки.
5. Південна Азія: Цей регіон славиться своїми тропічними пляжами, екзотичною кухнею та культурою. Тут велика популярність мають країни, такі як Таїланд, В'єтнам, Індонезія.
6. Європа: Відома своєю різноманітною культурою та історичними пам'ятками. Північна, Південна, Західна та Центральна Європа мають різні особливості та атракції, що приваблюють туристів.

Такий поділ допомагає країнам розробляти ефективні туристичні стратегії, враховуючи їхні унікальні можливості та конкурентні переваги [20]. Цікавий огляд різних видів туризму в Україні! Розглянемо кожен із них

докладніше:

1. Лікувально-оздоровчий туризм: Україна відома своїми лікувальними курортами з мінеральними джерелами та лікувальними грязями, такими як Трускавець, Моршин, Східниця, Яремче. Тут туристи отримують оздоровчі процедури та відпочивають у спа-центрах.
2. Лижний туризм: Карпати та високогірні регіони Криму приваблюють туристів з усього світу. Тут є велика кількість гірськолижних курортів та трас для катання.
3. Рекреаційний туризм: Мальовничі місця України, такі як Київ, Львів, Одеса, пропонують туристам можливість відпочинку, огляду пам'яток архітектури та культурних заходів.
4. Водний туризм: Тут можна виділити каякінг та рафтинг на річках Карпат та Дніпра, а також катання на водних мотоциклах та вітрильних спортивних суднах у Чорному та Азовському морях.
5. Етнічний туризм: Україна має багату культурну спадщину, яку можна відчувати в різних місцях країни, таких як Карпати, Полісся, Київщина. Тут можна відвідати національні музеї, етнографічні комплекси та фольклорні заходи.
6. Паломницький туризм: Україна славиться своїми давніми монастирями, які є пунктами приваблення для віруючих, такими як Києво-Печерська Лавра, Почаївська Лавра, Свято-Успенська Києво-Печерська Лавра та багато інших.
7. Пригодницький туризм: Здесь на думку варто включити виїзди на сплави по річках, відвідування кар'єрів для активного відпочинку та екстремального туризму, такого як скелелазіння та бейсджампінг.

Ці види туризму в Україні дозволяють задовольнити різноманітні інтереси туристів та розвинути туристичну галузь країни.

Отже, можна розглядати туризм з різних точок зору:

Як індустрію: Туризм є важливою галуззю економіки, яка створює робочі місця, приносить прибуток та сприяє економічному розвитку країни.

Як сектор: В туризмі виділяють готельний, ресторанний,

транспортний, розважальний та інші сектори.

Як послугу: Туризм надає різноманітні послуги для задоволення потреб туристів, такі як проживання, харчування, екскурсії, розваги тощо.

Як явище: Туризм є масовим явищем, яке впливає на соціокультурний та економічний розвиток країни, а також на взаємодію між націями та культурами.

Як діяльність: Подорожі та відвідування різних місць є активністю, що передбачає певні дії та зусилля.

Як бізнес: В туристичній галузі діють багато підприємств та організацій, які забезпечують різноманітні продукти та послуги.

Як мистецтво та науку: Туризм також може розглядатися як мистецтво подорожування, де людина вивчає та відчуває красу світу. Також це наука, що досліджує тенденції, вплив туризму на суспільство та економіку, та розвиває стратегії для його поліпшення.

Отже, туризм визначається як складне явище, яке охоплює різні аспекти людського життя та діяльності.

Так, міжнародний туризм дійсно відіграє ключову роль у світовій економіці, а особливо в економіках країн, де туризм є одним з основних секторів. Ось деякі важливі функції міжнародного туризму для економіки країни:

- 1) Створення різних послуг розваги: Міжнародний туризм спонукає розвиток різних послуг розваги, таких як готелі, ресторани, музеї, парки розваг та інші, що підвищує рівень валового внутрішнього продукту (ВВП) країни.
- 2) Поповнення бюджету країни: Туризм приносить значні доходи в казну країни через податки, збори та інші платежі, що сприяє підтримці туристичних центрів та забезпеченню зарплат співробітників у цьому секторі.
- 3) Розвиток слаборозвинених регіонів: Міжнародний туризм може сприяти вирівнюванню рівня розвитку різних регіонів країни. Туристичні об'єкти у віддалених або слаборозвинених регіонах можуть стати ключовими

джерелами доходу та розвитку.

4) Створення нових робочих місць: Туристична індустрія створює значну кількість робочих місць у готельному господарстві, ресторанному бізнесі, транспорті, розвагах та інших секторах.

Ці функції міжнародного туризму не лише збагачують економіку країни, але й сприяють її розвитку та підтримці різних галузей та регіонів.

Фактори, що впливають на розвиток міжнародного туризму:

- Зростання доходів населення: Збільшення доходів дозволяє більше людей відправлятися в подорожі та витратити більше грошей на подорожі. Це стимулює розвиток туристичної індустрії.

- Скорочення робочого часу: Зменшення тривалості робочого тижня або відпусток дає більше часу для відпочинку та подорожей.

- Збільшення стресових ситуацій: Сучасний спосіб життя часто супроводжується стресом, тому люди шукають відпочинок та релаксацію у подорожах.

- Розширення асортименту транспорту для туристичних поїздок: Поява нових транспортних засобів або розвиток існуючих сприяє збільшенню доступності подорожей та зменшенню витрат часу на переїзди.

- Розвиток інформаційних технологій: Інтернет і соціальні медіа роблять процес планування та бронювання подорожей більш доступним та зручним.

- Спрощення митних формальностей: Зниження бюрократичних перешкод і митних обмежень сприяє збільшенню кількості туристів, які відправляються в подорожі.

Всі ці фактори взаємодіють між собою і впливають на попит та пропозицію у туристичній індустрії, сприяючи її розвитку та зростанню.

Міжнародний туризм відрізняється від інших видів туризму переважно поїздкою за межі країни проживання, але це лише один критерій, що виділяє його. Для здійснення міжнародних подорожей необхідно дотримуватися ряду формальностей, таких як оформлення візи,

отримання паспорта, перетин кордону, оформлення страховки та обмін валюти. Ці критерії були введені з метою боротьби з незаконним туризмом, забезпечення порядку при в'їзді та виїзді з країни, а також запобігання таким явищам, як незаконна міграція, міжнародний тероризм, торгівля наркотиками та проституція.

Міграційна служба забезпечує дотримання всіх правил щодо в'їзду та виїзду, і якщо в країні діють обмеження через COVID-19, служба перевіряє наявність антигенного тесту або довідки про вакцинацію (за умови, що в країні ці довідки визнаються, оскільки українські можуть бути непридатними в деяких країнах). Також проводиться перевірка валіз, документів на ввезення тварин до країни.

Кожна формальність, яку туристові доводиться виконувати під час подорожі за кордон, є частиною особливостей міжнародного туризму. Чим більше відрізняються грошові системи країн, чим більше формальних перешкод у вільному пересуванні людей, чим суттєвіші мовні бар'єри, тим більше відмінностей між міжнародним та внутрішнім туризмом.

1.2. Чинники, які впливають на розвиток міжнародного туризму в світі

На розвиток індустрії туризму впливає велика кількість чинників, які можна поділити на постійні та змінні. У своїй роботі О.М. Азарян та Н.Л. Жукова досліджують фактори, які обмежують розвиток рекреаційної сфери і туризму в Україні та окремих регіонах. Вони наголошують на необхідності розробки антикризових заходів для відновлення ре [5].

Л.П. Дядечко визначає цілі державного регулювання та пріоритетні напрями розвитку туристичного бізнесу, враховуючи як позитивні, так і негативні фактори, які пов'язані із політичною, законодавчо-правовою і соціально-економічною ситуацією в країні та світі. [10].

Аналізуючи думки різних дослідників, слід відмітити, що в основі позитивної динаміки розвитку міжнародного туризму виділяють слідуючі

чинники:

- економічне зростання та соціальний прогрес призвели до збільшення обсягу ділових поїздок та подорожей із пізнавальними цілями;
- вдосконалення різних типів транспортних засобів зробило дешевшими поїздки;
- підвищення кількості найманих працівників та службовців в розвинутих країнах і підвищення їхнього матеріального та культурного рівня;
- інтенсифікація праці та отримання працюючими довших відпусток;
- розвиток міждержавних зв'язків та культурних обмінів між країнами призвів до розширення міжособистісних зв'язків регіонами;
- розвиток сфери послуг простимулював розвиток сфери п
- послаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах та спрощення прикордонних формальностей [11].

Багаторазово наголошувалося, що міжнародний туризм позитивно впливає на економічний розвиток та урядову сферу країни. Також існують три моделі, за допомогою яких можна регулювати туристичну сферу:

1. Модель самоорганізації передбачає, що влада не втручається в регулювання проблем, пов'язаних з туризмом, а відповідальність за їх вирішення покладається на місцеві незалежні органи або базується на принципах ринкової економіки. Ця модель найчастіше використовується в країнах, де туризм не має значного впливу на економіку, і всі туристичні об'єкти можуть працювати незалежно.
2. Модель міністерства управління туризмом передбачає, що міністерство виступає в якості основного органу, що регулює сферу туризму. Для ефективного функціонування міністерства необхідні відповідні фінансові інвестиції. Управління туризмом зосереджується в одному місці, а фахівці здійснюють розвиток цієї галузі.
3. Модель Європейської системи передбачає, що управління туризмом

здійснюється переважно через міністерства відповідних відомств, що характерно переважно для країн Європи. Зазвичай функціонування туристичної сфери розподіляється між відділами, присвяченими маркетингові та адміністративній діяльності.

Маркетингова діяльність включає управління туристичними представництвами, розробку нормативно-правової бази, збір та обробку інформації і таке інше. Європейська модель управління є найбільш підходящою для України, оскільки країна обрала європейський орієнтир розвитку. Прикладами розвинених туристичних галузей за цією моделлю є країни, такі як Іспанія, Франція, Італія, Великобританія.

Точно, кожен дослідник має власний підхід та особливості у розумінні та оцінці розвитку туризму. Це може бути пов'язано з різними методами дослідження, акцентами на певні аспекти або просто із власним професійним досвідом. В результаті кожна наукова робота відображає індивідуальний погляд дослідника на сутність та перспективи розвитку туризму.

Так, кожен регіон має свої унікальні особливості, які можуть бути привабливими для туристів. Наприклад, Південна Америка може привертати туристів своєю багатою культурою, природною красою та історичними пам'ятками, тоді як Середземноморський регіон може вражати своїми старовинними містами, пляжами та пам'ятками архітектури. Важливо також зазначити, що привабливість регіону може змінюватися залежно від потреб та інтересів туристів. Наприклад, у деяких регіонах можуть бути привабливі для екологічного туризму, в інших - для культурних або релігійних подорожей (табл. 1.2)

Таблиця 1.2

Чинники для розвитку туризму в різних регіонах світу

Найбільш туристично привабливі країни за регіонами	Чинники зростання туристичної привабливості регіону
--	---

Країни Південноамериканського регіону (Бразилія та інші країни)	1. Розвиток екологічних турів по Амазонії 2. Екзотична природа 3. Сучасний дизайн та архітектура столиць країни
Країни Європейського регіону (Франція, Англія, Німеччина, Фінляндія, Швеція)	1. Висока концентрація історичних і культурних визначних пам'яток 2. Спрощений візовий режим 3. Високий рівень сервісу
Країни Середземноморського регіону (Ізраїль, Кіпр тощо)	1. Вигідна система оподаткування 2. Сучасна банківська мережа 3. Добре налагоджена структура телекомунікацій 4. Ріст паломницького туризму 5. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів 6. Тур по чотирьох морях 7. Розвинута інфраструктура туризму 8. Високий рівень обслуговування 9. Комфортний клімат 10. Велика тривалість туристичного сезону 11. Практика «Tax Free»
Країни Азіатського регіону (Об'єднані Арабські Емірати)	1. Високий рівень сервісу 2. Мінімальні податки. Практика «Tax Free» 3. Екзотична природа та культура 4. Політична стабільність

Примітка. Складено а даними World Tourism.

Точно так, врахування ключових факторів розвитку туризму допомагає стимулювати його зростання та привертати більше туристів. Проте не врахування або недостатнє увага до деяких факторів може призвести до зниження темпів розвитку туризму або навіть стримувати потоки туристів.

Загалом, на розвиток туризму в світі впливають різноманітні фактори, які можна розділити на дві категорії: зовнішні та внутрішні. Давайме розглянемо зовнішні чинники, які впливають на розвиток туризму:

1. Природно-географічні
2. Культурно-історичні

Два цих фактори можна об'єднати через їх схожість у виборі туристичного

напрямку. Якщо країна багата на один із цих факторів або містить обидва, це впливає на напрямки та темпи розвитку туризму.

3. Економічні чинники визначаються внутрішньою ситуацією країни. Якщо країна є економічно розвиненою, з високим рівнем життя та швидкими темпами розвитку, місцеві мешканці будуть частіше подорожувати. Стабільність економіки країни визначає розвиток матеріально-технічної бази та туристичної інфраструктури.

4. Соціальні чинники є важливими, оскільки вони сприяють розвитку туризму через зміни у робочому житті громадян. Наприклад, скорочення робочого дня та збільшення тривалості відпустки можуть підвищити зацікавленість людей у подорожах. В деяких країнах вже впроваджують чотириденний робочий тиждень. Наприклад, уряд Іспанії розпочав національний пілотний проект із впровадження чотириденного робочого тижня, який триватиме три роки. Подорожі сприяють також підвищенню рівня освіти, оскільки люди отримують нові враження та знайомляться з культурою і звичаями інших країн.

5. Демографічні чинники також мають важливе значення для розвитку туризму. У країнах з високою густотою населення подорожі стають більш інтенсивними. Крім того, спостерігається зміна туристичної активності в залежності від віку: молоді люди віком від 18 до 30 років віддають перевагу активним видам туризму; від 30 до 50 років спостерігається менша активність у подорожах; одинокі жінки та чоловіки подорожують частіше, ніж сімейні пари; також жінки виявляють більший інтерес до туризму, ніж чоловіки.

6. Політико-правові аспекти також мають значний вплив на туризм. Туристична галузь чутлива до політичних ситуацій у світі. Наприклад, напруженість у світовій політиці може спричинити зниження туристичних потоків. Фактори, такі як тероризм, війна, пандемії та екстремізм, усі вони впливають на міжнародний туризм.

7. Розвиток технологій має великий вплив на туризм. Чим швидше та ефективніше розвиваються технології, тим більш доступним стає для

туристів відвідування різних визначних пам'яток та отримання інформації про них. Технологічні новації сприяють швидкому появі нових видів розваг для туристів і поліпшують якість послуг у готельному бізнесі, транспорті та інших галузях.

8. Екологічні чинники впливають на міжнародний туризм значним чином. Цей вплив можна узагальнити у дві категорії: нераціональний розподіл туристичних ресурсів та техногенний вплив. До першої категорії відноситься неправильне використання природних туристичних об'єктів. Наприклад, екосистема Галапагоських островів, яка була важливою для Чарльза Дарвіна у розвитку теорії про Природний Відбір, зараз є дуже крихкою до зовнішнього впливу. ЮНЕСКО визнала ці острови об'єктом всесвітньої спадщини у 2007 році. Щоб зберегти їх дику природу, були введені обмеження для туристів, включаючи обов'язковий супровід ліцензованим гідом. До другої категорії належать техногенні проблеми, такі як аварії на атомних станціях, витікання нафти та інші людські помилки. Сезонність також впливає на туристичну сферу, адже сезонний туризм залежить від певного часу року. Його поділяють на односезонний і двосезонний [32].

Внутрішні фактори - це ті, що впливають безпосередньо на сферу туризму всередині країни або регіону. Матеріально-технічні фактори мають важливе значення для розвитку туризму і включають розвиток засобів розміщення, транспортної інфраструктури, гастрономічних закладів, рекреаційних об'єктів, мережі роздрібної торгівлі і багато іншого [34].

До внутрішніх чинників належать:

- Підвищення попиту, пропозиції та розповсюдження туристичних продуктів, перетворення тимчасового попиту на постійний, а також зростання ролі індивідуального туризму.
- Збільшення ролі сегментації ринку та поява нових внутрішньорегіональних туристичних сегментів, а також збільшення відстаней подорожей і різноманітність форм проведення канікул.

- Посилення координації діяльності в туризмі через монополізацію, зокрема через горизонтальні інтеграції (розширення партнерських відносин між великими фірмами і середнім або малим бізнесом), вертикальні інтеграції (створення стратегічних туристичних союзів), а також глобалізацію туристичного бізнесу.
- Зростання ролі засобів масової інформації та взаємодії з громадськістю (паблік рілейшнз) у просуванні, рекламі та реалізації туристичних продуктів.
- Збільшення значення фахівців у сфері туризму, зростання чисельності працівників і розвиток професійно-кваліфікованої структури.
- Зростання чисельності представників туристичного бізнесу, що створює умови для дії на ринку як великих операторів, так і малих підприємств-агентств, які пропонують різноманітні турпослуги [34].

Так, сучасний міжнародний туризм залежить від впливу різноманітних факторів, які включають культурно-історичні, природно-географічні, економічні, демографічні, політико-правові, технологічні, соціальні, екологічні та внутрішні фактори. Варто відзначити, що ці фактори можуть відрізнятися в залежності від регіону. Наприклад, Південноамериканський регіон може приваблювати туристів своєю сучасною архітектурою, тоді як Середземноморський регіон, навпаки, може бути більш привабливим для любителів паломництва.

РОЗДІЛ II

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КРИЗОВИХ УМОВАХ

2.1. Новітні напрямки розвитку туристичного бізнесу в Україні і світі з урахуванням кризових факторів

Кризові ситуації завжди ставлять під загрозу туристичну сферу, але вона завжди знаходить шляхи виходу та продовжує свою діяльність. Починаючи з XX століття, однією з найвпливовіших кризових подій для туристичної галузі була криза після Другої світової війни. Державні уряди були зацікавлені у використанні туризму як інструменту для дипломатії та невидимого експорту.

Глобалізація нерозривно пов'язана з розвитком міжнародного туризму. Вона спонукає до виникнення нових ринків, до пошуку та впровадження інноваційних технологій, а також до активізації конкуренції на світовому ринку. Проте багатонаціональні компанії іноді вдаються до нечесної конкуренції та обмеження ведення бізнесу. Серед них можна виділити такі:

- контроль над діяльністю із метою припинення цієї діяльності;
- нав'язування дискримінаційних комерційних умов;
- зловживання переважаючим становищем на ринку;
- розповсюдження недостовірної інформації про конкурентів;
- порушення ліцензійних умов;
- цінова змова;
- таємний розподіл ринків;
- запозичення торгових марок, копіювання продуктів конкурентів;
- економічний шпіднаж [26].

Глобалізація стає новим етапом розвитку світу, що характеризується раптовим прискоренням темпів інтернаціоналізації всіх сфер суспільного життя. Глобалізаційні процеси мають вагомі підстави для того, щоб привести

до утворення нової суспільно-політичної формації – глобалізму. Підтвердженням цього є той факт, що глобалізація вже призвела до формування специфічних відносин, нових технологічних систем та загального способу виробництва [14].

Глобалізацію світового господарства зумовили такі взаємопов'язані чинники:

1. Міжнародний поділ праці: структура, практика і логіка сучасної глобальної економіки призвели до появи нової концепції міжнародного поділу праці;
2. Інтернаціоналізація фінансів: яскравими прикладами такого явища є запровадження єдиної європейської валюти та уніфікація світового валютного ринку;
3. Нові інформаційні й технологічні системи: нова глобальна інформаційно-орієнтована економіка надає перевагу здійсненню технологічних проривів в розвитку за рахунок впровадження ноу-хау-технологій;
4. Зростання конкурентної боротьби між новими індустріальними країнами та провідними промислово розвиненими країнами.
5. Гомогенізація міжнародного споживчого ринку виникає внаслідок поширення масової культури, яка спонукає до використання однакових товарів (таких як побутова техніка, мобільні телефони, автомобілі, джинси, спортивне взуття, напої, засоби гігієни, іграшки тощо) та споживання однакових послуг (наприклад, кінофільми, музика і література, ресторани швидкого харчування, розваги у нічних і комп'ютерних клубах, дискотеках, барах, туризм на морських курортах) [28].

Глобальна фінансова криза 2020 року стала найбільшою кризою ХХІ століття. За підрахунками, вона є найгіршою з часів кризи 2008 року і Великої депресії. Будь-які зміни у геополітичному середовищі призводять до коливань, що мають значний вплив на сферу міжнародного туризму. Для забезпечення більш стабільного функціонування країн застосовують

різноманітні моделі розвитку галузі міжнародного туризму.

Впровадження інноваційних технологій у туристичні підприємства відображає перспективний напрямок розвитку в цій галузі. Чим більше сфера використовує нові технології, тим більш ефективними стають економічні процеси та компоненти туристичних підприємств. Звертаємо увагу на те, що туристична сфера має надзвичайно високі темпи розвитку, тому ніколи не залишається на місці, що стимулює появу нововведень у цьому секторі.

Інноваційна активність завжди має максимально позитивний вплив на розвиток економіки і соціального життя суспільства. Інновації у сфері міжнародного туризму можуть зміцнити галузь на ринку. Пошук інновацій у галузі міжнародного туризму повинен бути на першому місці, оскільки це є рушійною силою для розвитку України. Останні тренди, які з'явилися в міжнародному туризмі:

1. Роботи, чат-боти та автоматизація.
2. Віртуальна реальність. Тренд з використання віртуальної реальності з'явився ще до пандемії COVID-19, а зараз ця технологія охоплює відвідування музеїв, готелів та місць, де туристи планують відпочивати.
3. Голосові помічники. Багато компаній розробляють свої голосові помічники, які дозволяють шукати готелі, туристичні об'єкти та ресторани.
4. Вплив технологій на туристів полягає в тому, що сучасні люди звикли мати телефон при собі та отримувати доступ до всієї необхідної інформації за кілька натискань.

Дослідження, проведені до початку пандемії COVID-19, підкреслювали важливість модифікування розвитку відповідно до потреб туристів та розвитку технологічного забезпечення. Всі фахівці туристичної галузі повинні вкладати у розвиток сфери інформаційних технологій.

Пандемія суттєво пошкодила економіку всього світу. В 2019 році було здійснено 1,5 мільярда міжнародних поїздок, а туризм вносив приблизно 7% у глобальний ВВП. COVID-19 негативно вплинув на розвиток і подальше

функціонування сфери туризму.

З впевненістю можна стверджувати, що працівники і сфера туризму постраждали найбільше. За оцінками експертів через пандемію втратили свою роботу в галузі міжнародного туризму до 62 мільйонів людей. Ситуація трохи поліпшилася у 2021 році, але не настільки істотно. Кількість безробітних у сфері зменшилася приблизно на 20 мільйонів осіб. Найбільші втрати зазнали країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону (див. Рис. 2.1).

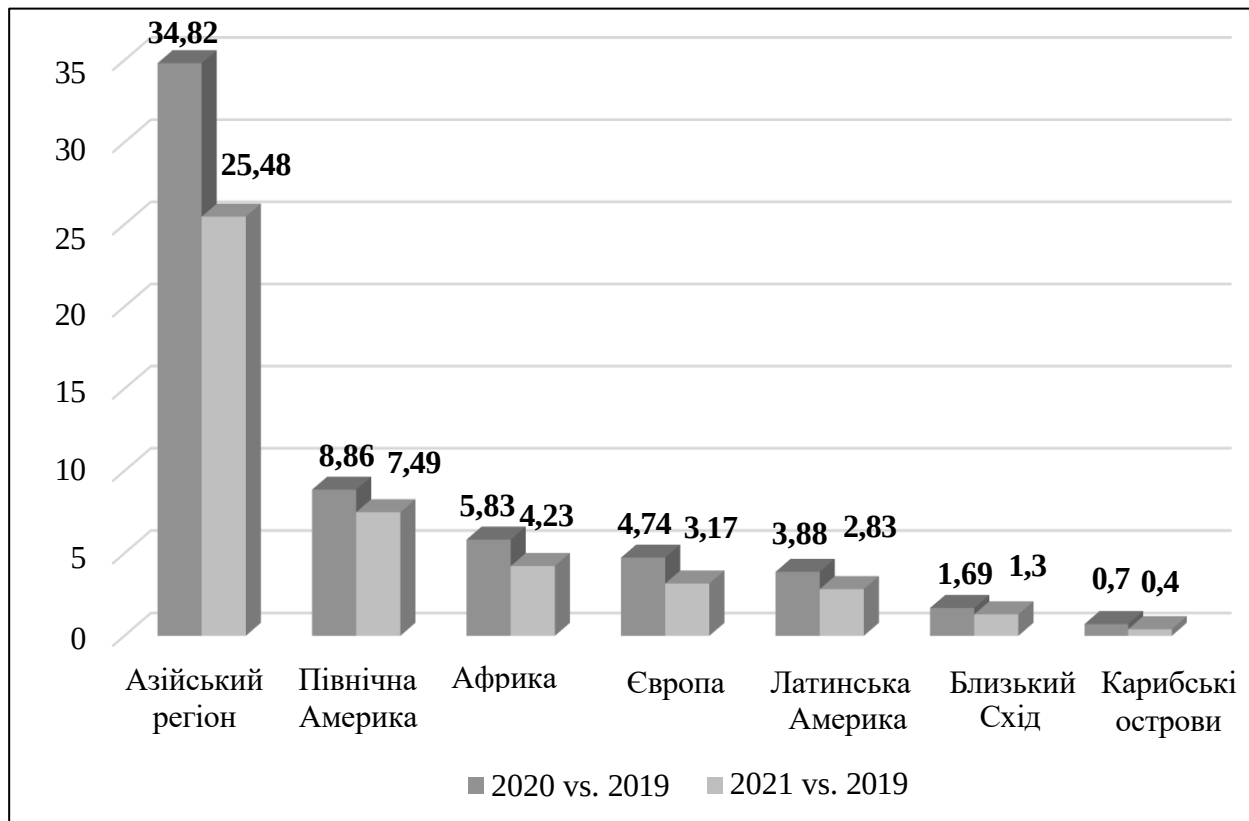


Рис. 2.1. Динаміка кількості робочих місць в секторі подорожей та туризму за період 2020-2021 рр., по регіонах світу (млн. од.).

Примітка. Побудовано за даними компанії Statista.

З початку пандемії коронавірусної хвороби багато науковців вивчають негативний вплив на сферу туризму у масштабах країни, у якій вони проживають. В опублікованих наукових працях можна знайти статистику впливу на різні сфери, такі як суспільство, економіка, втрати у різних секторах туризму, пошук шляхів подолання кризової ситуації та

вивчення епідеміологічних нововведень.

До 2020 року спостерігалась тенденція постійного збільшення попиту на туристичні послуги. Нижче ви можете побачити графік, який відображає динаміку міжнародних прибуттів із 2014 по 2021 рік в світі. COVID-19 призвів до різкого зниження кількості туристичних потоків у порівнянні з 2019 роком, але у 2021 році відбувся приріст на 5,9% в порівнянні з 2020 роком. Проте, хоча ринок і показав зростання, він все ще не повністю відновився. (див. Рис. 2.2).

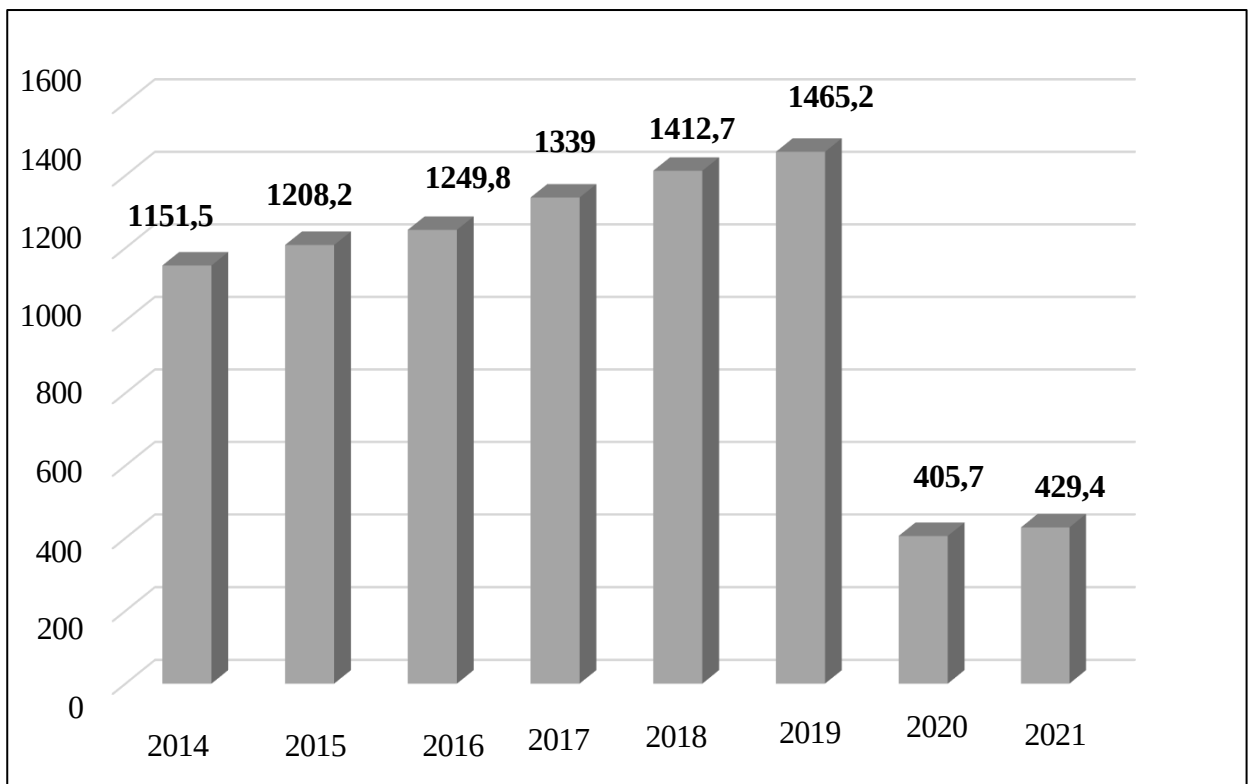


Рис. 2.2. Динаміка міжнародних прибуттів в світі з 2014-2021 рр. (млн. осіб).

Примітка. Побудовано за даними компанії Statista.

Європейський регіон залишається найпопулярнішим напрямком для відпочинку, однак через пандемію COVID-19 туристичні потоки знизилися на 69%. Найбільш привабливими для туристів були Південний та Середземноморський регіони. До пандемії вони фіксували понад 300 мільйонів в'їзних прибуттів, але в 2021 році ця кількість скоротилася до 138 мільйонів. Пандемія COVID-19 значно вплинула на туристичну галузь, створивши найбільшу кризу з часів Великої депресії та фінансової кризи

2008 року. Mobility Market Outlook від Statista проаналізував ситуацію на ринку туристичних послуг і дійшов висновку, що дохід світового ринку подорожей скоротився на 60% у перший рік пандемії, що стало одним з найзначніших падінь у 2020 році. 2021 рік залишався вкрай складним для міжнародного туризму. За даними ЮНВТО, з березня по грудень 2020 року кількість туристичних прибуттів зменшилася на 84%.

Негативні наслідки кризи є значними. За відсутності будь-яких заходів стимулювання це призведе до ще більшого падіння ВВП. Туризм є однією з найважливіших галузей у світі, забезпечуючи роботою кожен десяту людину та надаючи засоби для існування. Всесвітньо відомий експерт у галузі туризму Сюзанна Беккен зазначає, що галузь зможе витримати пандемію COVID-19, і вплив кризи не є достатнім, щоб змінити її правильний розвиток. Перш за все, варто розглянути обсяги надходжень від міжнародного туризму. (рис. 2.3):

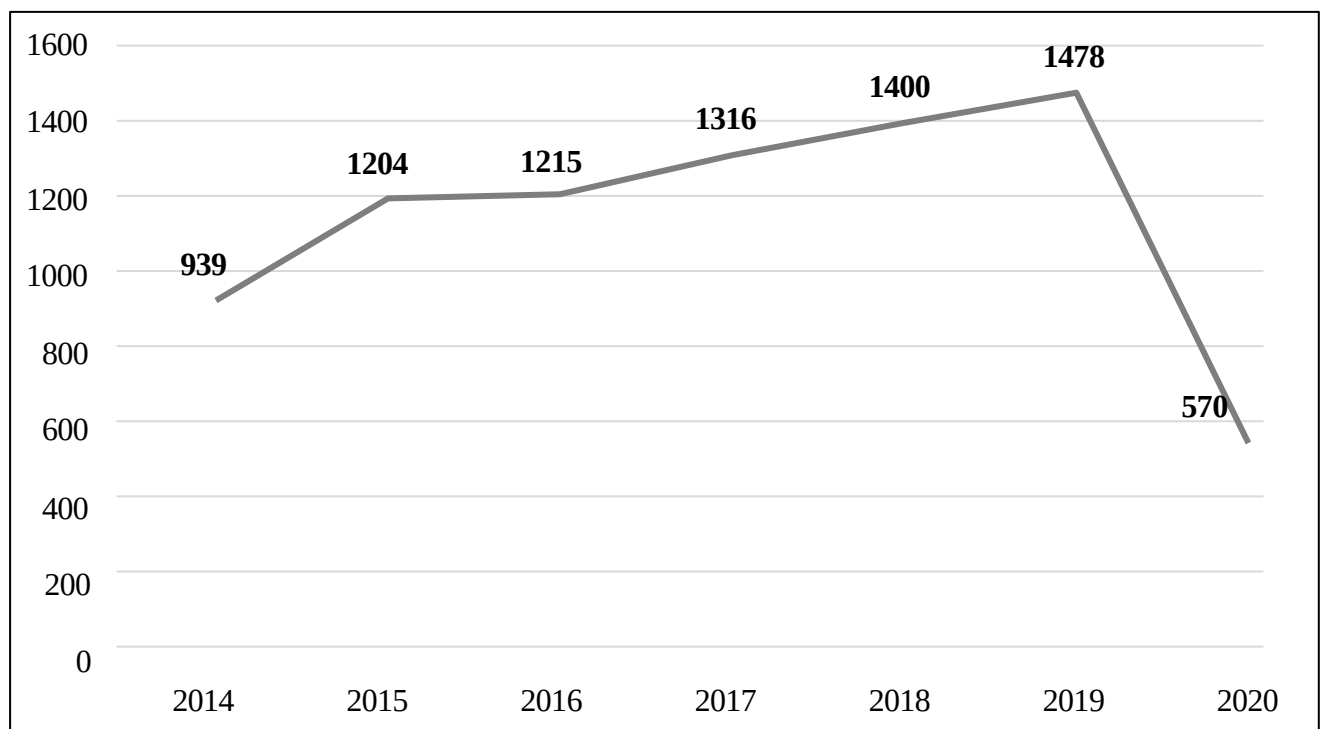


Рис. 2.3. Динаміка світових обсягів надходжень від міжнародного туризму за період 2014-2020 рр. (млрд. дол.США).

Примітка. Побудовано за даними компанії Statista.

Туризм є більш доступним завдяки зростанню добробуту, тривалим періодам миру, покращеній комунікації, онлайн-бронюванню через цифрові канали та різні інтернет-платформи, а також зменшенню бар'єрів. Це призвело до зростання ринку. Найбільший світовий дохід у сфері міжнародного туризму припадає на готелі.

Готель – це підприємство, яке надає людям, що перебувають поза домівкою, комплекс послуг, серед яких найважливішими є розміщення та харчування. Пандемія COVID-19 сильно вплинула на галузь на початку, ситуація почала покращуватись у 2021 році. Це відобразилось на динаміці обсягів грошових надходжень готелів, які почали зростати з 2022 року і, за прогнозами, продовжуватимуть збільшуватись. (Рис. 2.4).

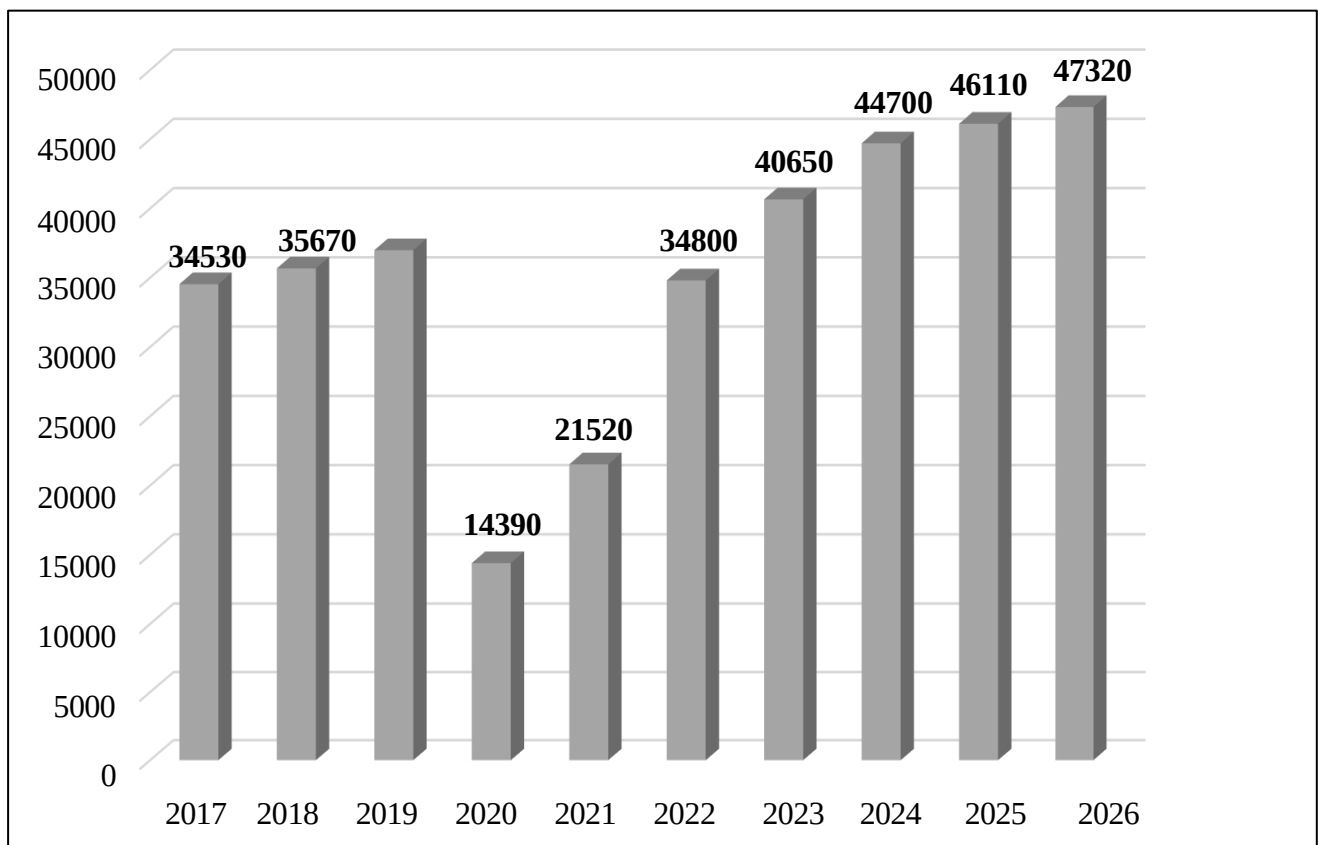


Рис. 2.4. Динаміка обсягів доходів підприємств готельної індустрії в світі за період 2017-2021 рр., 2022-2026 рр. – прогноз, (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

Інновації, що впроваджуються в готельних підприємствах, значно допомагають як гостям, так і співробітникам. На світовому ринку готельного бізнесу посилюється міжнародна конкуренція, що ускладнює пошук нових клієнтів і утримання позицій. У зв'язку з цим готелі повинні бути оригінальними і пропонувати унікальні послуги, щоб виділятися серед конкурентів.

Впровадження інновацій та створення готелю подібного типу дійсно змінює уявлення про готельний бізнес. Його унікальність створює ситуацію, де готель не має аналогів у світі, а отже, не має прямих конкурентів. Це, в свою чергу, може вказувати на успіх серед готельєрів і сприяти приверненню уваги гостей, які шукають неповторний та ексклюзивний досвід проживання. [98]. Ці інновації дійсно можуть значно покращити ефективність та конкурентоспроможність готельного бізнесу:

1. Система автоматизації праці персоналу відділу продажів допомагає оптимізувати процеси управління та планування, збільшуючи продуктивність та забезпечуючи більш ефективний контроль.

2. Система роботи зі споживачами забезпечує готель детальною аналітикою та відомостями щодо гостей, допомагаючи ліпше розуміти їхні потреби та уподобання та оптимізувати маркетингові стратегії.

3. Система управління програмами лояльності допомагає створити стійкі та вигідні відносини з постійними клієнтами, що сприяє збільшенню їхньої лояльності та частоті повторних візитів.

4. Система управління заходами готелю дозволяє ефективно планувати та управляти різноманітними заходами та подіями, що відбуваються в готелі, забезпечуючи оптимальне використання ресурсів та приміщень готелю.

Ці інновації не лише сприяють покращенню обслуговування гостей, а й допомагають оптимізувати управління готельним бізнесом та збільшити його конкурентоспроможність на ринку [36].

Маркетинг інновацій - це важлива стратегія для розвитку бізнесу, яка спрямована на знаходження нових можливостей, розробку інноваційних продуктів і впровадження їх на ринок з метою задоволення потреб споживачів і забезпечення конкурентоспроможності підприємства. У контексті готельного бізнесу, маркетинг інновацій може включати в себе впровадження нових послуг, технологій або методів обслуговування для привертання та задоволення гостей. Однак, під час кризи, такої як пандемія COVID-19, бізнеси зазнають великого впливу, і їм доводиться швидко адаптуватися до нових умов. Закриття готелів у перші місяці пандемії є прикладом необхідності реагування на кризові ситуації та перегляду стратегій маркетингу інновацій для виживання та успішного функціонування в незвичних умовах.

Так, всі ці елементи можна вважати маркетинговими інноваціями у готельній індустрії:

- Використання інформаційних технологій для онлайн бронювання номерів спрощує процес для клієнтів та покращує їхнє задоволення від обслуговування.
- Використання сучасних рекламних структур, таких як соціальні медіа та онлайн-реклама, дозволяє готелям досягати більшої аудиторії та привертати нових клієнтів.
- Розширення можливостей інтернет-сайту готелю для надання додаткових послуг через чат-підтримку та інші інтерактивні функції сприяє підвищенню зручності для клієнтів.
- Привабливий та функціональний веб-сайт готелю є важливим інструментом маркетингу, оскільки він створює перші враження та допомагає залучати нових клієнтів.
- Використання франчайзингу дозволяє розширити мережу готелів та підвищити їхню впізнаваність та доступність для клієнтів.
- Нова функція віртуальних екскурсій надає клієнтам можливість ознайомитися з готелем перед бронюванням, що збільшує їхню впевненість

та інтерес до обраного помешкання.

Усі ці маркетингові інновації сприяють підвищенню конкурентоспроможності готельного бізнесу та поліпшенню задоволення клієнтів.

З даних, наведених у таблиці 2.1 бачимо, що 2020 рік для сектора онлайн-агентств став важким періодом. Провідні гравці, такі як сайт бронювання Booking, зазнали значних фінансових втрат, або, конкретно, було зафіксовано втрати приблизно на рівні 8,27 млн. доларів США. У той же час, Airbnb, яке спеціалізується на бронюванні готелів та подорожньому оренді житла, втратило близько 1,43 млн. доларів США протягом пандемійного року. Така велика різниця у втратах може бути пояснена тим, що Booking має різноманітнішу лінійку послуг, включаючи бронювання готелів та інші види проживання, тоді як Airbnb сконцентоване виключно на бронюванні готелів та квартир для короткострокового проживання. У 2021 році ситуація змінилась, і спостерігалось зростання кількості замовлень на туристичних веб-сайтах, що може вказувати на певне відновлення туристичного сектора після пандемії. (табл. 2.1):

Таблиця 2.1

Провідні туристичні онлайн агентства світу за рівнем доходів
за період 2019-2021 р., (млрд. дол. США)

Назви туристичних онлайн-агентств	Роки		
	2019	2020	2021
Booking	15.07	6.8	10.96
Expedia	12.07	5.2	8.6
Airbnb	4.81	3.38	5.99
Trip.com (Ctrip)	5.1	2.8	3.1
Tripadvisor	1.56	0.6	0.9
Trivago	0.84	0.25	0.36
Despegar	0.52	0.13	0.32
eDreams Odigeo	0.56	0.2	0.29
MakeMyTrip	0.53	0.19	0.29
Lastminute	0.35	0.11	0.14

Примітка. Складено а даними компанії Statista.

У 2021 році компанія Booking отримала найвищий дохід, і навіть до початку пандемії цей онлайн-ресурс займав провідні позиції на ринку. Booking пропонує не лише послуги бронювання готелів, але й авіабілетів, автомобілів для оренди, послуги з дозвілля та послуги таксі до аеропорту. Це міжнародний сайт, який користується популярністю серед українців, але, на жаль, інформацію щодо України та місцеві розваги може бути важко знайти на таких порталах. Українські підприємці мають можливість створити український аналог, який буде включати в себе ще більше функціональності, зокрема, зосереджений саме на відпочинку в Україні.

У 2021 році на сайті Booking було зареєстровано приблизно 653 мільйони бронювань. Найбільш популярним сегментом серед туристів було бронювання готелів, тоді як послуги бронювання автомобілів користувалися найменшою популярністю. У цей період компанія Booking Holidays здобула дохід у розмірі 77 мільярдів доларів США.

Expedia та Airbnb посідали друге та третє місце в рейтингу. Однак слід зазначити, що інтернет-ресурс TripAdvisor також відзначився значним підвищенням популярності та збільшенням кількості замовлень. На сайті Airbnb було здійснено понад 3 мільйони бронювань готельних номерів.

Такі бізнес-моделі є справжньою інновацією у туристичній галузі. Раніше клієнти зазвичай використовували послуги туристичних агентств, туроператорів та туристичних агентств, за які їм доводилося платити комісійні відсотки. Але завдяки веб-сайтам, де вони можуть самостійно замовляти та планувати свої поїздки, туристи отримали можливість визначати свої маршрути та економити гроші.

Так, цифровізація є комплексним процесом впровадження цифрових технологій у всі сфери суспільства, включаючи освіту, медицину, економіку, телебачення та інші. Проте в контексті модернізації державного управління цей процес набуває особливого значення, оскільки він спрямований на вдосконалення та цифровізацію різних сфер громадського життя.

Бізнес-модель інтернет-ресурсів для бронювання можна вважати складовою цифрової трансформації в сфері туризму. Ці інтернет-платформи представляють нове покоління цифрової трансформації, де постачальник послуг одночасно може бути і споживачем. Наприклад, компанії, що надають послуги таксі, автомобілів для оренди або ресурси для спільного користування автомобілями, можуть не мати власного автопарку. Так само найбільші компанії з оренди житла або апартаментів можуть не володіти нерухомістю, а просто надають платформу для пошуку та бронювання житла. Це є прикладами цифрових екосистем.

Найбільші платформи в цьому секторі, такі як Booking, Airbnb, Uber, Expedia та інші, стали найбільшими гравцями на туристичному ринку, з великою капіталізацією та попитом. Цифрова трансформація також вплинула на самих туристів, і вони стали активніше використовувати цифрові технології у своїх подорожах. Поняття "цифровий турист" стало невід'ємною частиною повсякденного життя [30].

Справді, сучасний цифровий турист став практично залежним від соціальних мереж та мобільних пристроїв, особливо смартфонів. Він очікує персоналізованих сервісів, які надаються в онлайн-форматі, і активно використовує цифрові технології для планування і здійснення подорожей.

Цифровий турист вимагає повного контролю над своїм досвідом подорожі, він хоче бути впевнений у якості послуг та безпеці під час подорожей. Особливо важливо це стало в умовах пандемії коронавірусу, коли відновлення довіри споживачів і забезпечення їх безпеки стали пріоритетним завданням для туристичної індустрії.

Такий цифровий підхід дозволяє туристам отримати повну інформацію про свої подорожі та уникнути стресових ситуацій. Він прагне мати доступ до усієї необхідної інформації і засобів у будь-який момент, щоб зробити свою подорож комфортною і безпечною.

Пандемія COVID-19 сприяла подальшому розвитку онлайн-продажів туристичних послуг та зменшенню кількості послуг, придбаних офлайн.

Так, авіап перевезення дійсно стали однією з найбільш постраждалих

галузей під час пандемії COVID-19. Зупинка пасажирських перельотів майже повністю зупинила постійне зростання глобального пасажиропотоку, призводячи до значного зниження обсягів пасажирських перевезень.

Таке різке падіння призвело до того, що галузь авіаперевезень опинилася на рівні розвитку, який був характерний для неї приблизно у 1997 році. Це величезний виклик для авіаіндустрії, оскільки вона змушена адаптуватися до нових умов і шукати способи відновлення пасажирського руху та відновлення свого розвитку.

У 2021 році авіаційна галузь продовжувала перебувати в кризі, потребуючи постійної підтримки. Хоча ситуація почала покращуватись, багато підсекторів авіаційної індустрії, як показує дослідження Міжнародної ради аеропортів (ACI World), все ще зазнали значних збитків через обмеження, пов'язані з пандемією.

Спалах COVID-19 у 2020 році суттєво вплинув на авіаційну індустрію, зменшивши кількість пасажирів у світових аеропортах на вражаючі 5,9 мільярда осіб. Проте, у 2021 році ситуація стала змінюватись, особливо завдяки підвищенню темпів вакцинації в Північній Америці.

Отже, кризові ситуації, такі як пандемія COVID-19, підкреслюють важливість постійного розвитку туристичної галузі та впровадження інноваційних підходів. Це означає постійне адаптування до змін у світі та швидку реакцію на економічні та соціальні виклики.

2.2. Динаміки розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом глобальної пандемії

Туризм справді вважається одним з найбільш прибуткових секторів у світовій економіці, оскільки він залучає значні інвестиції та створює велику кількість робочих місць. Прогнози Всесвітньої організації туризму (ВОТ) підтверджують, що до 2030 року туристичний ринок продовжить розвиватися, якщо країни будуть дотримуватись наявних темпів розвитку.

Важливо, щоб розвиток міжнародного туризму відбувався у гармонії

та співпраці з іншими секторами економіки. Інтеграція з іншими галузями, такими як транспорт, культура, гостинність, торгівля та інші, може забезпечити стійкий і збалансований розвиток туристичної індустрії.

Такий підхід сприятиме збереженню прибутковості та стабільності галузі туризму, а також сприятиме підвищенню якості та різноманітності туристичних послуг для задоволення потреб сучасних мандрівників.

Україна має все необхідне для різноманітного відпочинку: від прекрасних пляжів на Чорному та Азовському узбережжі до високих гір Карпат та яскравих степів на сході країни. Крім того, багата історія та культурна спадщина України, яка відображається у старовинних замках, церквах, музеях і архітектурних пам'ятках, привертає туристів, бажаючих поглибити свої знання про цю країну.

Подорожуючи по Україні, туристи мають можливість познайомитися з різноманітністю регіонів країни, які відрізняються своєю культурою, традиціями, архітектурою та природою. Це надає унікальний досвід подорожей і робить вітчизняний туризм привабливим для відвідувачів з усього світу.

Південна частина країни, зокрема прибережні області з Чорним та Азовським морями, відома своїми пляжами та активними видами відпочинку, такими як дайвінг та інші водні розваги. Західна Україна славиться гірськолижними курортами та мальовничими гірськими маршрутами для прогулянок та екстремальних видів відпочинку. Північ та Схід України приваблюють туристів своїми культурними та історичними пам'ятками, а також природними ландшафтами, ідеальними для спокійних прогулянок та екскурсій.

Українська сфера гостинності славиться високим рівнем сервісу та неповторною атмосферою, яка поєднує у собі традиції та етнічність з сучасними тенденціями. Разом із збереженням ідентичності та культурного спадку, готелі, ресторани та інші гостинні заклади українських регіонів намагаються адаптуватися до сучасних вимог та потреб сучасного туриста. Такий підхід робить туристичний продукт України привабливим та

конкурентоспроможним на міжнародному ринку.

Туризм повинен розвиватися в гармонії та співпраці з іншими секторами економіки, сприяючи поліпшенню життя громадян і економічному розвитку. У 2021 році багато країн залишили свої кордони закритими через пандемію, що підвищило попит на місцевий туризм. Водночас фахівці туристичної сфери продовжували розвивати міжнародний туризм, створюючи нові тренди.

Міжнародний туризм є однією з найвпливовіших галузей на соціально-економічне життя українців і включає виїзний та в'їзний туризм. Виїзний туризм охоплює поїздки резидентів країни до місць, що знаходяться за її межами, тобто подорожі осіб, які постійно проживають у країні, за межі митної території України.

В'їзний туризм включає поїздки у межах України осіб, які постійно не проживають на її території. Міжнародний туризм відіграє важливу роль у поліпшенні життя громадян та розвитку економіки. Однак, через швидке розповсюдження COVID-19, міжнародний туризм зазнав значних втрат. У 2020 році подорожі відбувалися, але були скоріш виключенням, оскільки кордони багатьох країн були закриті. Ситуація почала покращуватись влітку 2021 року, коли більшість країн відкрили свої кордони з обмеженнями для забезпечення індивідуальної безпеки при COVID-19.

Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) повідомляє, що Україну в 2021 році відвідало близько 4,2 млн туристів, що на 26,3% більше порівняно з 2020 роком. У 2020 році країну відвідали 3 382 097 іноземних туристів, тоді як у 2021 році кількість туристів зросла до 4 271 991. Ця різниця пояснюється відсутністю вакцини у 2020 році та активним використанням вакцини і відкриттям кордонів у більшості країн, включно з Україною, у 2021 році. На рисунку нижче можна побачити, з яких країн найбільше приїжджали в Україну.

Найбільший інтерес до України в 2021 році проявили туристи з таких країн, як Молдова, Польща, Румунія, Саудівська Аравія, Італія, Велика Британія, Індія, Франція, Грузія, Чехія, Словаччина, Вірменія та Нідерланди.

Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) прогнозує, що кількість туристів з цих країн буде зростати й надалі.

У 2021 році українці найчастіше літали до Туреччини, Польщі та Грузії, причому ці напрямки були популярні й до пандемії коронавірусу. Через обмеження на поїздки до багатьох країн, місцевий туризм значно зріс. Незважаючи на це, на туристичному ринку продовжують з'являтися нові тренди, які стосуються розвитку міжнародного туризму.

Задля адаптації до умов пандемії сфера туристичних послуг впровадила низку інновацій. Наведені приклади інновацій в туристичній сфері за об'єктом застосування:

- Продуктові інновації: галереї, музеї та інформаційні центри перейшли на віртуальні тури.
- Ресурсні інновації: деякі готелі і вілли пропонують туристам відпочинок-ізоляцію.
- Техніко-технологічні інновації: кінотеатри і театри перейшли в онлайн-режим, з'явився продаж онлайн квитків на прем'єри та їх показ в інтернеті. Зустрічі та конференції проводять віртуальні заходи, що стимулює розвиток нових платформ та додатків для онлайн-заходів.
- Організаційні інновації: заклади харчування під час карантину надавали послуги "їжа на виніс" або "доставка", що сприяло розширенню мережі послуг з доставки, включаючи продукти, книги тощо.
- Маркетингові інновації: музеї та галереї почали розвиватися у новому напрямі відеоблогінгу в соціальних мережах і транслювати освітній контент [29].

Так, COVID-19 суттєво вплинув на галузь авіап перевезень, призводячи до її повної або часткової зупинки. Уряди багатьох країн прийняли різні нормативно-правові акти для підтримки авіаційної галузі та зменшення впливу пандемії та кризи. Ця криза справді завдала значних збитків авіабудівній сфері в цілому.

Спад у пасажирських перевезеннях у 2020 році був досить значним у

порівнянні з попереднім роком. Зокрема, обсяг усіх перевезень в аеропортах зменшився на 2,8 рази, склавши лише 8,66 мільйонів пасажирів. Це було спричинене карантинними обмеженнями та закриттям кордонів, які суттєво знизили міжнародні перельоти. Обсяг перевезень регулярними рейсами також зменшився у 3,5 рази, в той час як чартерні перевезення скоротилися менш ніж удвічі. [87].

До пандемії лідируючі позиції займали регулярні рейси, і у 2019 році навіть спостерігалось зростання кількості регулярних перевезень в аеропортах України. Проте коронавірусна хвороба значно зменшила потік туристів до країни. Міжнародні чартерні рейси у 2020 році не зазнали такого різкого скорочення, оскільки під час пандемії нерегулярні перевезення стали більш популярними через свою стабільність та меншу ймовірність відміни рейсів. (рис. 2.5):

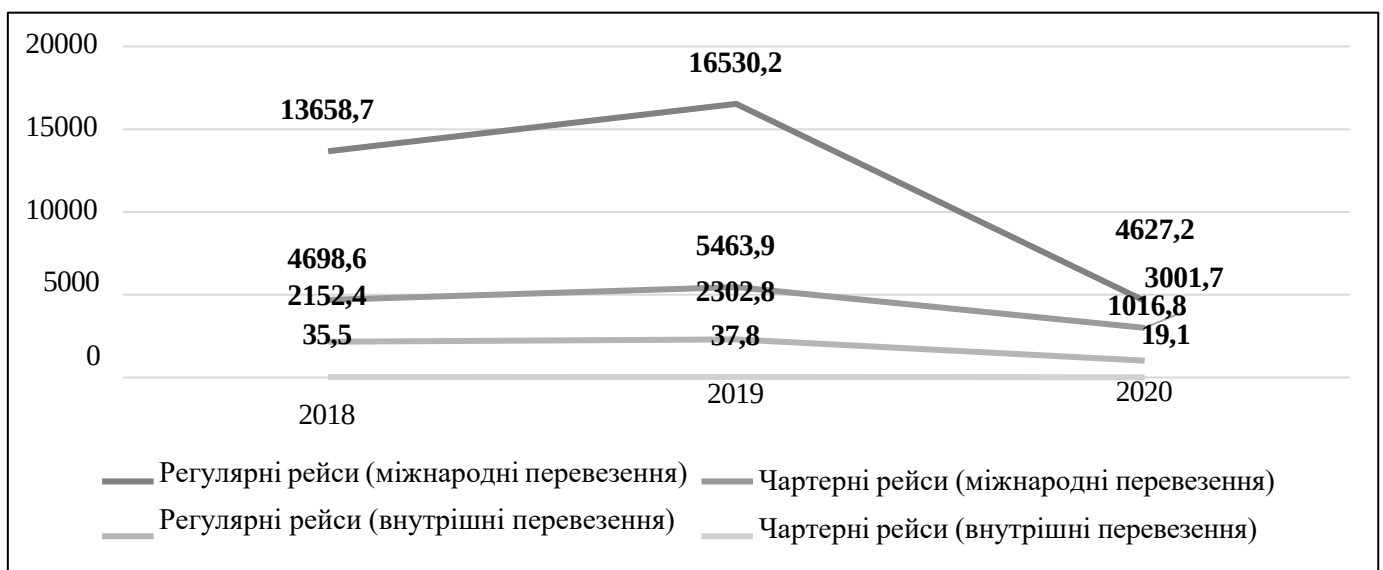


Рис. 2.5. Обсяг авіаційних пасажирських перевезень в Україні (тис. осіб).

Примітка. Побудовано за даними Державного агентства розвитку туризму.

На рисунку можна побачити вплив COVID-19 на міжнародний пасажиропотік з 2015 по 2020 рік, зокрема у порівнянні з 2019 роком. У 2020 році спостерігається тенденція до зменшення кількості місць, запропонованих авіакомпаніями, на 50%, загальний пасажиропотік скоротився на 60% (до 2703 млн осіб), а втрати від операційних доходів

становили близько 372 млрд дол. США. (рис. 2.6):

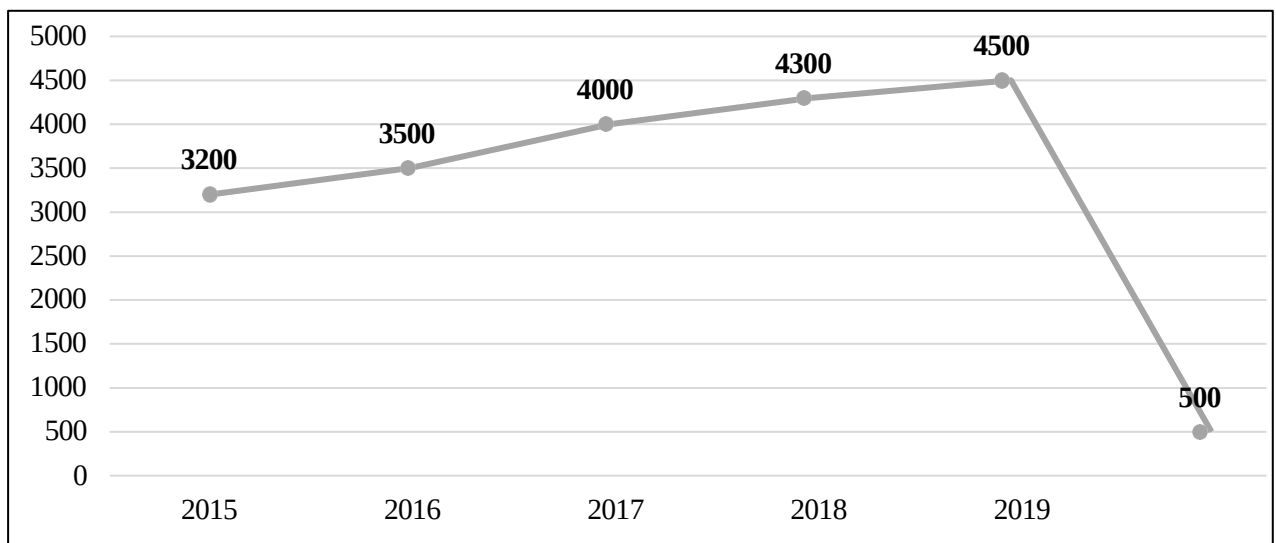


Рис. 2.6. Динаміка обсягів світового пасажиропотоку за період 2015-2020 рр., (млн. осіб).

Примітка. Побудовано за даними ІКАО.

Із результатів роботи авіакомпаній в 2020-2021 роках під впливом COVID-19 на світовий пасажиропотік можна зробити висновок, що в 2021 році загальне скорочення пасажиропотоку знизилось на 40%, що на 10% менше, ніж у 2020 році. Порівняно з 2020 роком, пасажиропотік скоротився лише на 49% (2201 млн осіб), а компанії втратили приблизно 324 млрд доларів

Укрзалізниця також зазнала значних втрат під час пандемії COVID-19. Якщо у 2018 році пасажиропотік склав 47286,7 тис. пасажирів, то у 2020 році він різко впав до 16692,5 тис. чоловік. Це велике зниження можна пояснити тим, що в перші два місяці в Україні ситуація була стабільною, але найбільший локдаун розпочався в березні 2020 року. У 2021 році перевезення між містами були можливі тільки за умови наявності тесту або ковід-сертифікату (жовтого або зеленого). (рис. 2.7):

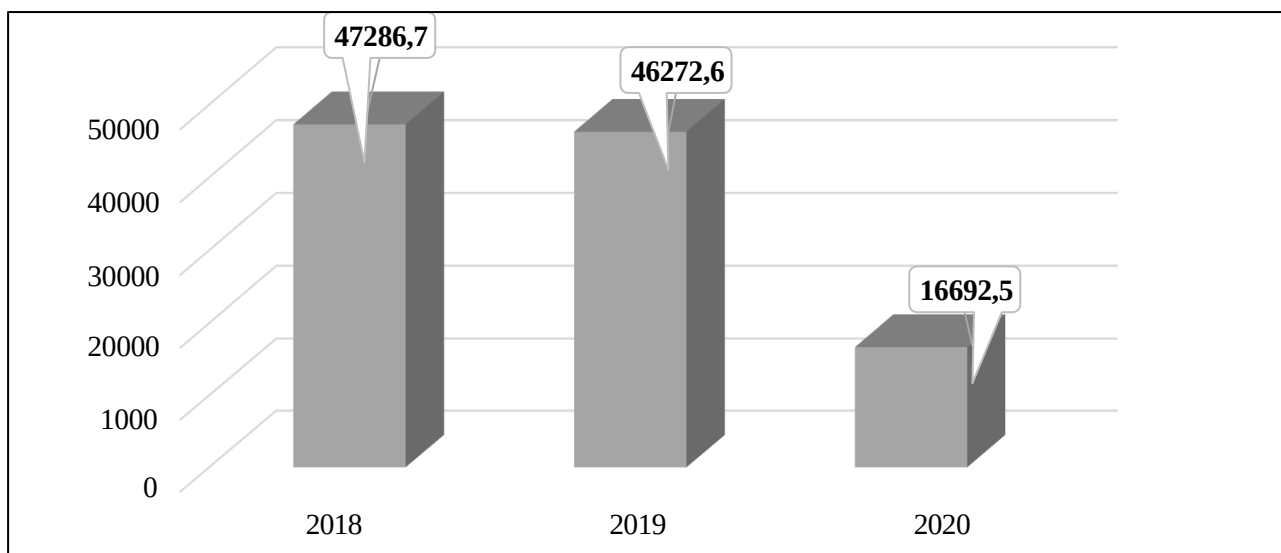


Рис. 2.7. Обсяг пасажирських залізничних перевезень за період 2018-2020 рр., (тис. осіб).

Примітка: Побудовано за даними Державного агентства розвитку туризму.

Моделі державної участі, які застосовували під час пандемії, слід використовувати для розвитку туристичної галузі в Україні. Це доцільно, оскільки необхідно запроваджувати ефективну міжвідомчу координацію діяльності і державно-приватне партнерство, розбудовувати та розвивати інфраструктуру і транспортну галузь, інтегрувати транспортну систему України до європейських та світових транспортних мереж, створювати та реалізовувати туристичні продукти і послуги, які мають попит на світовому ринку, а також застосовувати нові технології в туроперейтингу. Аналіз досвіду туристично розвинених країн, розробка відповідних інструментів та механізмів, а також міжнародна допомога у відновленні туризму в поствоєнний період допоможуть уникнути важких локдаунів та кризових ситуацій у майбутньому в Україні.

Отже, вітчизняний туризм зазнав значних втрат під час пандемії COVID-19. Аеропорти не працювали, більшість готелів та багато ресторанів були закриті. Україна перебувала у повному локдауні з березня по липень

2020 року. Влітку ситуація почала змінюватися, оскільки уряд усвідомив втрати коштів та податків. В результаті більшість ресторанів почали працювати на виніс, а ближче до осені 2020 року деякі готелі та ресторани відновили роботу з певними обмеженнями. З появою вакцини та антиген-тестів поступово повернулося нормальне життя, хоча рекомендації щодо безпеки в людних місцях залишаються актуальними.

2.3 Оцінка стану міжнародного туризму в Україні в умовах війни

Із лютого 2022 року більшість готелів зачинена або використовується як житло для тимчасово переміщених осіб з окупованих територій. Багато туристичних пам'яток зруйновано, готелі та ресторани в багатьох містах України знищені або можуть бути зруйновані в майбутньому через продовження воєнних дій. Багато міст залишилися без туризму, фактично туризм повністю зруйновано, а галузь міжнародного туризму наразі заморожена в Україні.

З 2014 року, потік міжнародних туристів значно зменшився через загострення ситуації на сході України. Військова агресія Російської Федерації проти України розпочалася 24 лютого 2022 року. Армія РФ знищує інфраструктуру туристичних об'єктів та житлових районів, руйнує історичні та природні пам'ятки, завдаючи значних збитків екології України на мільйони доларів США. З'являється інформація про загострення інфекційних захворювань, спричинених активними бойовими діями та окупацією областей України.

Безпекова ситуація значно погіршується через постійні обстріли українських міст та гуманітарні катастрофи, викликані неможливістю дістатися до міст у сірій зоні через постійну небезпеку. Знищення ліній електропередач, перебиті водопровідні труби та інші руйнування суттєво впливають на інфраструктуру. Всі ці фактори негативно впливають на імідж України як приймаючої країни та підтверджують небезпеку для міжнародних туристів у країні, де тривають активні бойові дії. Щодня Україна зазнає

значних економічних збитків.

Наша держава спочатку втратила близько 35% своїх територій, а під час повномасштабного вторгнення — близько 300,000 квадратних метрів. Тому після деокупації областей міжнародні туристи деякий час не будуть відвідувати зруйновані міста. Звісно, є певна кількість людей, зацікавлених у військовому туризмі, які хочуть на власні очі побачити жахи, які російська армія спричинила українцям.

Військовий туризм — це одна з небагатьох галузей, яка наразі підтримує економіку України. Проте надходження до бюджету дуже малі, оскільки це не ті потоки, що були раніше. Для відновлення всієї інфраструктури України необхідно інвестувати 1 мільярд доларів США. Незважаючи на це, Україна має всі шанси на відновлення туристичної сфери, оскільки вона дуже багата на природні та культурні об'єкти.

Звичайно, в Україні туристичний сезон зазвичай розпочинався у травні й тривав до кінця осені, отже, втрати на початку року у розмірі 18% не такі великі, які можуть бути. За даними від Economist Intelligence Unit, війна впливає не лише на український ринок, але й на європейський. Збитки можуть виникнути у чотирьох напрямках:

1. закритий повітряний простір над Україною;
2. відсутність впевненості туристів у своїй безпеці та підвищення цін
3. втрата українських туристів;
4. зростання цін на харчування та паливо.

Але є туристи, які планують відвідати Україну. Для них розроблено спеціальні поради щодо того, де краще зупинитися та як діяти в критичних ситуаціях, оскільки стан України зараз досить нестабільний. Серед порад для іноземних туристів враховані такі пункти:

- знаходити найближче укриття та швидко спускатися туди під час повітряної тривоги;
- завантажити додаток "Повітряна тривога";
- мати при собі постійно всі необхідні документи;

- уникаючи місць скупчення людей;
- уникаючи взяття на руки підозрілих предметів;
- уникаючи фотографування військових та блокпостів;
- постійно заряджати мобільні телефони.

Більшість країн світу під час воєнних дій класифікує Україну як країну четвертого рівня і не рекомендує подорожувати до неї. У разі вирішення іноземним туристом відвідати Україну, уряд США рекомендує перед поїздкою скласти заповіт, постійно підтримувати зв'язок з родичами та інформувати їх про своє місцезнаходження, мати план на випадок непередбачуваних ситуацій і зареєструвати свою подорож у додатку Smart Travel Enrollment Program.

Частина території України є окупованою, або перебуває в зоні активних бойових дій, де будь-яка туристична діяльність просто неможлива. У той же час, західні та центральні області переважно функціонують як притулок для українців, які були змушені залишити свої домівки через агресію Російської Федерації. Також на цих територіях частково відновили свою роботу туроператори, що спеціалізуються на внутрішньому туризмі.

Можна зазначити, що українці поступово почали дозволяти собі короткі подорожі по країні з метою відновлення енергії та психологічного спокою. Це сприяє розвитку всього ланцюжка суміжних галузей, таких як перевізники, ресторатори, виробники крафтової продукції [39].

Незважаючи на складні економічні умови у перші півроку в Україні, коли нормальне функціонування та працездатність були обмежені, за шість місяців 2022 року сума туристичного збору складала 89 млн 420 тис. грн, що перевищує показники 2021 року (69 млн 453 тис. грн).

У Топ-5 лідерів за сплатою туристичного збору потрапили місто Київ та чотири області. Столиця збільшила свій бюджет на понад 20 млн грн. Найбільше зростання порівняно з аналогічним періодом минулого року зафіксовано в Львівській області – на 193%. У Івано-Франківській області сума турзбору зросла на 76,4% і становила 9 млн 47 тис. грн.

Закарпатська область заробила 8 млн 872 тис. грн туристичного збору, це на 144% більше, ніж у відповідний період минулого року. Київська область сплатила до бюджету 4 млн 694 тис. грн за перші шість місяців поточного року, що на 23% менше, ніж за аналогічний період минулого року [21].

Найбільше зростання туристичного збору за перше півріччя 2022 року зафіксовано в семи областях, з яких шість розташовані на Заході України. Особливо значний приріст порівняно з аналогічним періодом у 2021 році, окрім Львівської, Івано-Франківської та Закарпатської областей, спостерігався у Тернопільській області – на 145%, Хмельницькій області – на 116%, Кіровоградській області – на 105% та в Чернівецькій області – на 103% [39] (див. Рис. 2.8).

Протягом перших шести місяців 2022 року представники туристичної галузі України сплатили на 25,7% менше податків, ніж за аналогічний період у 2021 році. Загалом кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, зменшилася на 17% у перше півріччя війни. Водночас, виявлено, що кількість юридичних осіб скоротилася на 24,5%, а фізичних – на 13,5% [39].

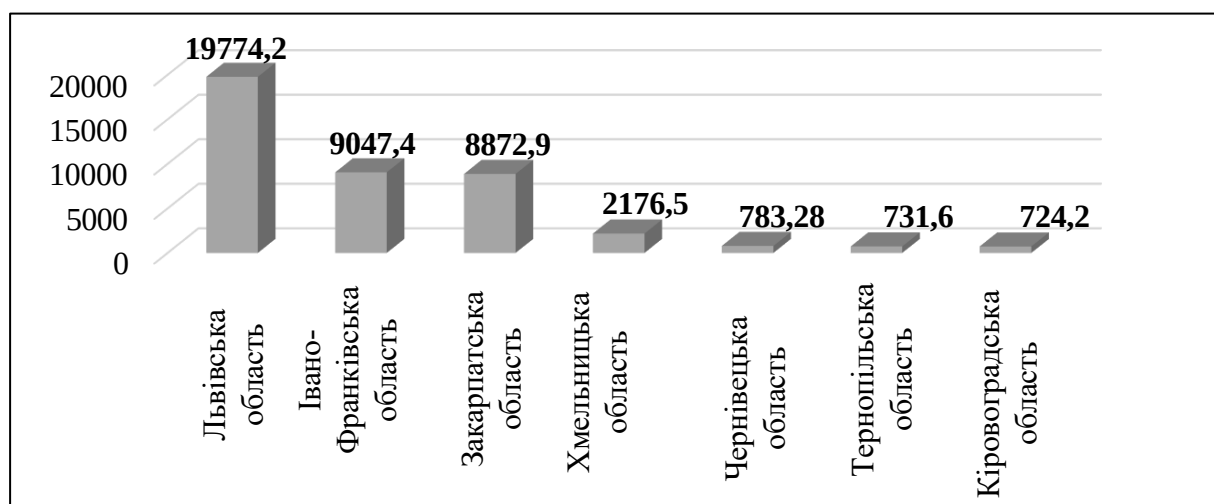


Рис. 2.8. Області України з найбільшим обсягом сплачених податків

від туристичної діяльності за перше півріччя 2022 р., (тис. грн).

Примітка. Побудовано за даними Державного агентства розвитку туризму.

ДАРТ також провів оцінку суми податків, які надійшли до бюджету України від туристичної галузі протягом першої половини 2022 року. Приблизно 461 млн. грн. було сплачено готелями та санаторіями у 2022 році, проте ця сума все ще залишалася на 30% меншою, ніж у 2021 році. Підвищення податкових платежів від місць проживання, які використовувалися як тимчасовий притулок для переселенців, було відзначено, тоді як частка сплачених податків дитячих таборів та баз відпочинку, кемпінгів зменшилася на 59%. Туристичні компанії також збільшили суму сплачених податків державі майже на 41% в порівнянні з 2021 роком, але це може бути пояснено можливістю раннього бронювання у турфірмах та спокійною ситуацією в Україні протягом першого місяця 2022 року.

Війна вплинула не лише на внутрішній туристичний ринок України, але і на глобальний. Молдова, Словенія, Латвія та Фінляндія стали серед країн, що найбільше постраждали від кризи в туристичній галузі. Зокрема, ринок авіаперевезень Молдови зазнав втрат до 69%, в той час як у Словенії ця цифра становить 42%, а в Латвії та Фінляндії — відповідно 38% та 36%. Незважаючи на те, що ринок авіаперевезень поступово відновлюється, військова агресія суттєво гальмує його відновлення після пандемії COVID-19.

Графіки показують, що Україна має найбільше зменшення кількості рейсів авіакомпаній (практично на 100%) в порівнянні з іншими країнами. Починаючи з 24 лютого, всі аеропорти України припинили рейси через військову агресію та закриття повітряного простору для цивільної авіації. Молдова та Словенія також втратили значну кількість європейських рейсів через своє географічне розташування біля кордонів з Україною. У той час Угорщина, яка знаходиться на маршруті багатьох авіаперевезень, втратила менше, оскільки зберігається як ключовий вузол авіаційних маршрутів.

Дійсно, можна спостерігати динаміку змін у бронюванні квитків починаючи з січня 2022 року. Відмічено, що 9-го січня 2022 року спостерігався значний приріст у бронюванні квитків на європейському ринку, і ця позитивна тенденція трималася до 20 лютого. Однак, від'ємна динаміка бронювання квитків почалася саме з початку повномасштабного вторгнення, тобто з 24-го по 10 березня 2022 року.

Ситуація більш-менш стабілізувалась з 13 березня, проте ринок авіаційних послуг надалі сильно залежить від обстановки в Україні. Це підтверджує теорію, що зараз не найкращий час для відвідування різних країн, оскільки існують ризики пов'язані зі вступом в повітряний простір третіх країн ракет, що підтверджують певні ризики та нестабільність

Це дійсно важливе спостереження. Військова агресія та нестабільність в будь-якому регіоні можуть серйозно підірвати довіру туристів та вплинути на подорожі до цього регіону. Враховуючи схильність європейського туристичного ринку до ризиків, це може вплинути на подорожі з Сполучених Штатів Америки та Азійського регіону. Такі події можуть викликати певну нерішучість серед туристів щодо безпеки подорожей до Європи, що в свою чергу може призвести до втрат у туристичній галузі цього регіону.

Так, воєнні дії в Україні можуть мати серйозний вплив на Близький Схід і призвести до дефіциту продовольства та енергетики в цих країнах. Близькосхідні країни, такі як Туреччина, Єгипет, та ОАЕ, традиційно є популярними туристичними напрямками для відпочинку, а туристи з України та Росії становлять значну частину їхніх відвідувачів. Зменшення туристичних потоків з України та Росії може призвести до зниження доходів в туристичній галузі цих країн і, як наслідок, до зменшення здатності вирішувати проблеми з продовольством та енергетикою. Це може також вплинути на загальну стабільність та економічний розвиток Близького Сходу.

Ситуація на туристичному ринку Туреччини може призвести до значного зменшення доходів на суму приблизно 34,5 мільярда доларів у 2022

році. Уряд Туреччини розраховував на те, що цей рік стане періодом відновлення туристичної індустрії. Проте багато готелів вже скоротили кількість працівників, і очікується, що країна втратить близько 60-65% своїх туристичних обсягів. Ситуація також впливає на туристичний ринок Об'єднаних Арабських Еміратів, але уряд цієї країни сподівається, що загострення конфлікту в Україні збільшить попит на нерухомість. Зокрема, Туреччина та Об'єднані Арабські Емірати пропонують певні пільги для проживання, тому багаті туристи можуть вибрати ці країни для відпочинку та інвестицій. Однак відновлення готельного бізнесу може виявитися повільним.

Український внутрішній туристичний ринок складає приблизно 1,5% від загальних витрат на міжнародний туризм у всьому світі. Прибуття туристів до України становить близько 2%, що, враховуючи обсяги туристичного ринку Європи, складає всього лише 0,5% загальних надходжень у європейський туристичний сектор. Ця ситуація становить серйозний виклик для туристичної галузі України, оскільки вона обмежує можливості інвестицій та розвитку в цьому секторі.

Ініціатива українських туроператорів щодо створення туристичного маршруту "темного туризму" в Україні є важливим кроком у відображенні наслідків російської агресії. Цей маршрут сприяє приверненню уваги іноземних туристів та світової громадськості до руйнувань, завданих російською армією в Україні. Міста, які вже відвідали численні туристи та світові лідери, стали привабливими для цього маршруту, а постійні відвідування журналістами додають інформаційного значення. Головна мета таких турів - показати правду та підвищити усвідомленість щодо ситуації в Україні серед більш широкої аудиторії.

Ініціатива об'єднання різноманітних турів на одному сайті та залучення розробників для їх подальшої реалізації є дуже перспективною. Врахування етичних аспектів, зокрема уникнення втручання в особисте життя місцевого населення, вкрай важливе. Такий підхід дозволить не лише привернути увагу до туристичного потенціалу України, але й забезпечити

повагу до місцевих жителів та їхньої приватності. Така стратегія сприятиме позитивному враженню та розвитку нових форм туризму, які мають важливе інформаційне, культурне та емоційне значення.

Це дуже важливий крок у відновленні туристичної індустрії в Україні. Активна промоція туристичних маршрутів по історичних містах Західної України та Києва сприяє не лише приверненню уваги іноземних туристів, а й підвищенню інтересу власного населення до культурної спадщини своєї країни. Забезпечення безпеки та надання рекомендацій щодо безпечного перебування в Україні є важливими аспектами в контексті непередбачуваної ситуації у країні. Такі заходи сприяють підвищенню довіри та залученню більшого числа туристів, що може стимулювати економічний розвиток регіонів та підтримувати туристичну галузь в цілому.

Це дійсно складна ситуація, яка вимагає комплексного підходу та широкого співробітництва всіх галузей економіки для відновлення країни. Розвиток внутрішнього туризму може стати важливим елементом відновлення економіки, адже він сприятиме створенню нових робочих місць, підтримці місцевих підприємств та піднесенню національного духу. Однак, як ви правильно зазначили, ситуація на окупованих територіях потребує негайних заходів для забезпечення основних потреб людей. Важливо забезпечити доступ до життєво важливих ресурсів, таких як світло, вода, медична допомога та інші, для підтримки гідності та безпеки всіх українців, незалежно від їхнього місця проживання.

Агентство NPR оприлюднило дані, які показують зростання внутрішнього туризму в Україні на 24% з 2019 по 2021 рік. В 2021 році Україну відвідали приблизно 4,2 мільйони іноземних туристів, що на 30% більше, ніж в 2020 році. Голова ДАРТ зазначила, що тенденція до зростання мала продовжуватися і в 2022 році. Проте поїздки до України зменшилися на 80-90%, а рівень завантаженості в туристичних регіонах знизився на 50%. Туризм повністю зупинився у містах, розташованих ближче до фронту, а прибутки готелів впали на 70-80%, що значно нижче у порівнянні з попереднім роком. Голова ДАРТ планує створити туристичну кампанію

«Надихнись Україною», спрямовану на відродження внутрішнього туризму.

Згідно звіту Economist Intelligence Unit, конфлікт в Україні може мати значний вплив на туризм у всій Європі. Російські й українські туристи разом витрачають 45 мільярдів доларів на рік, але очікується, що ця сума зменшиться. У звіті також зазначається, що конфлікт призведе до підвищення цін на їжу та паливо, що вплине на впевненість мандрівників і їхні доходи, а також обмежить авіалінії та повітряний простір.

Згідно зі звітом, за перше півріччя 2022 року зафіксовано спад на 21% у діяльності туристичних операторів, які сплатили до держбюджету лише 83 млн грн податків, порівняно з 106 млн грн за аналогічний період 2021 року. Найбільший розмір сплаченого податку за перше півріччя 2022 року зафіксовано в місті Київ та у Львівській, Івано-Франківській, Київській і Одеській областях. Зростання продемонстрували Івано-Франківська (63%), Львівська (51%) і Київська (16%) області. Однак у Києві та Одеській області відбувся спад: на Одещині на 82,3%, а в Києві на 34%. Українські підприємці вже зараз повинні думати про безпеку в місцях скупчення іноземних туристів, створюючи бомбосховища та системи оповіщення при повітряній тривозі. Середнє навантаження готелів наразі становить 10-15%.

Ще одна сфера туризму, яка зазнала значних втрат від повномасштабного вторгнення, – діловий туризм. Наразі проводити зустрічі в Україні досить небезпечно, а онлайн конференції часто неможливі через затяжні повітряні тривоги. Через це українські підприємці шукають більшої стабільності, і офіси великих підприємств переїжджають за кордон. Зараз цей показник складає приблизно 10%, але з кожним днем він буде зростати, якщо війна продовжуватиметься. Це є великою втратою для України, оскільки активна бізнес-спільнота є важливим елементом економіки. Прогнозується, що відновлення ділового туризму розпочнеться з подій, спрямованих на відбудову України після війни. Ці події стануть поштовхом для перезапуску сфери ділового туризму, залучаючи ініціативних людей та інвестиції, причому кількість інвестицій значно зросте.

Отже, наразі досить складно робити конкретні висновки щодо

розвитку туризму через нестабільну ситуацію в державі, викликану війною. З цієї причини важко прогнозувати вплив воєнних дій на міжнародний туризм в Україні. Однак можна з упевненістю сказати, що сфера туризму буде однією з тих, що допоможе подолати кризу після війни, за умови, що український уряд застосовуватиме правильну маркетингову стратегію в цій галузі.

РОЗДІЛ III

ПРОБЛЕМИ Й МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

3.1. Перешкоди розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом криз та шляхи їх подолання

В Україні відсутній єдиний підхід до розвитку та функціонування туристичної сфери. Однією з головних проблем міжнародного туризму є відсутність ефективної маркетингової кампанії, яка б представляла Україну не як країну з аваріями на атомних станціях, революціями та війнами, а як безпечну для іноземних туристів, з багатою історією та великою кількістю туристичних дестинацій і унікальних місць для відвідування. Щоб створити сильну сферу міжнародного туризму, необхідно зосередитися на багатьох аспектах: економічному, соціальному та правовому. У розвинених країнах туризм значно впливає на соціальне життя населення та його подальший розквіт.

Якщо розглядати міжнародні туристичні прибуття по всьому світу, більшість країн демонструють позитивну динаміку. В українському туризмі, навпаки, спостерігається тенденція до зменшення туристичного потоку. Щороку Україна втрачає позиції в цій сфері. Економічна криза, яка почалася у 2014 році і продовжує загострюватися, негативно впливає на розвиток міжнародного туризму. Обсяги в'їзного та виїзного туризму зменшилися вдвічі через кризу та нестабільну економічну ситуацію в Україні.

До слабких сторін міжнародного туризму відносять:

1) вплив держави на інвестиційний ринок України і виникнення проблем на державному рівні. Україна є досить привабливою країною для інвестицій, і багато іноземних інвесторів зацікавлені у інвестуванні у український ринок послуг. Однак інвестиційні умови та законодавство постійно змінюються. У банківській сфері, якщо клієнт неправильно оформить документи, його акаунт можуть заблокувати без права повернення. Корупція в державних органах влади та нестабільність внутрішніх справ також залишаються проблемами.

2) сфера туризму все ще не на перших місцях у економічній галузі, тому розвиток відбувається досить сповільнено;

3) неефективна застаріла маркетингова кампанія і реклама, що не висвітлює Україну як привабливу країну із багатими туристичними ресурсами;

4) військова агресія проти України, тому на даному етапі для міжнародних туристів Україна є небезпечною країною для подорожей;

5) застарілі стандарти якості, що використовувались більше 25 років тому;

6) на державному рівні немає законів про екологію, які будуть регулювати

7) охорону та використання природних ресурсів для збереження наступним поколінням.

Вторгнення Росії в Україну негативно впливає на світовий міжнародний туризм. Вартість авіаперевезень зросла, оскільки з 23 лютого повітряний простір над Україною закритий для цивільної авіації. Усі авіаперевізники змушені перенаправляти свої рейси через інші маршрути, які наразі є досить завантаженими.

Спостерігались перебої у подорожах до Східної Європи. Серйозні проблеми виникли із робочою силою в різних галузях туристичної індустрії, зокрема, в аеропортах. Однак неможливо прогнозувати, що це остаточний результат впливу війни в Україні на економіку. Прогнози вказують на

можливість ще більших проблем. Підвищуються процентні ставки, ціни на продукти харчування, нафту та газ. Світовий банк прогнозує, що ця криза становить основну загрозу відновленню після пандемії COVID-19 і матиме подальший вплив на сферу міжнародного туризму.

Щодо ситуації з COVID-19, ця хвороба також суттєво змінила ситуацію в Україні, щодо кількості в'їзних туристів та економічної галузі країни. Завдяки стрімкому поширенню хвороби, значна кількість людей втратила свої робочі місця, оскільки протягом перших декількох місяців сфера гостинності була повністю паралізована та не функціонувала. Українська туристична галузь стала однією з перших, хто відчув кризову ситуацію. Багато підприємств просто не були готові до таких масштабів кризи, через що багато з них змушені були закритися через нестерпні фінансові втрати.

Під час пандемії COVID-19 політика уряду була недбалою, а підтримки, необхідної для галузі у цей час, не відбувалося. Програма уряду, спрямована на стимулювання економіки та подолання наслідків пандемії, не включала в себе план відновлення галузі туризму, а Державне агентство з розвитку туризму було позбавлене фінансування. Обмеження, введені після першого великого локдауну, були зняті необдуманно, дозволяючи громадському транспорту, торгово-розважальним центрам та готелям працювати, хоча дотримання всіх санітарних вимог у цих закладах було складніше, ніж, наприклад, у ресторанних закладах. Останні, зазвичай, почали працювати майже через місяць після зняття карантину і виявили високий рівень обережності власників бізнесу щодо дотримання всіх санітарних норм.

До недбало прорахованих заходів під час COVID-19 можна також віднести міжобласні сполучення. Багато спеціалістів, які займаються розвитком туризму, вказували на те, що всі нові вимоги, що надходили від Міністерства охорони здоров'я щодо обмежень у туристичній сфері, надходили "в останню мить". Один з прикладів - це ситуація з готелями. Вони мали відкритися 22 травня 2020 року, але вимоги від МОЗ були

оприлюднені тільки 21 травня, що затягнуло відкриття готельної індустрії в Україні ще на певний період. Також, протягом тривалого часу, МОЗ не публікувало вимог для відкриття ресторанного господарства, зокрема обслуговування клієнтів у закладах. Приблизно 7 тисяч туристичних агенцій по всій Україні було закрито, а прогнозували, що майже кожен п'ятий туристичний оператор може збанкрутувати.

Дуже складно відбувалися зміни і в туристичній галузі через те, що уряд не приділяв увагу цій сфері, і, відповідно, не знижував або не скасовував туристичний збір, як вже зазначалося раніше. Сама галузь туризму активно пропонувала різні ідеї для збереження туристичної сфери в Україні, проте через запізнілість у вживанні навіть мінімальних заходів до збереження галузі, ситуація у сфері стала досить критичною. Зазначена проблематика призвела до закриття багатьох туристичних фірм, готелів та ресторанного господарства.

Найбільшим ударом, що отримав міжнародний туризм, є зниження купівельної спроможності населення, що сталося через зростання вартості долара. Ця ситуація призвела до скорочення кількості вибору турів туристичними операторами, а також до зменшення числа регулярних рейсів авіакомпаній до найпопулярніших місць для відпочинку. Умови повномасштабної війни також спричинили те, що багато туристів уникають поїздок до України через постійні ракетні обстріли та підвищену небезпеку повторного наступу на території, розташованій на півночі країни.

Туристичну сферу в Україні слід активно розвивати. Це зазначалося вже з 2015 року, оскільки туризм може стати значним джерелом надходжень до бюджету, які Україна може використовувати на озброєння Збройних сил та оборону територій.

Виділяють такі перешкоди, що заважають розвитку туризму в Україні:

- недостатньо сприятливе середовище (бізнес-сфера, рівень безпеки, інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій);
- недосконалість державної політики та умов у сфері подорожей та туризму (пріоритетність сфери подорожей і туризму, міжнародна відкритість, екологічна стійкість);
- нерозвинена інфраструктура (інфраструктура повітряного, наземного та водного транспорту, туристична інфраструктура);
- занедбаність природних ресурсів.

Варто зазначити, що Україна наразі не реалізує свій туристичний

потенціал повною мірою. У разі посилення уваги та підтримки туристичної сфери з боку уряду, у професіоналів з'являться значно кращі можливості для розробки нового туристичного продукту, який зможе успішно конкурувати на міжнародному ринку туристичних послуг. Для цього Україна має створити власний бренд, відомий у всьому світі, залучаючи до цього процесу урядові структури, центральне управління туризмом та місцеві громади.

Стійкий туризм (sustainable tourism) — сучасна концепція розвитку туризму, що базується на принципах сталого розвитку. Цей тип туризму задовольняє поточні потреби, одночасно розвиваючись так, щоб забезпечити аналогічні можливості для майбутніх поколінь.

Через збільшення кількості туристичних поїздок і взаємодії людини з природою виникає потреба у більш обережному використанні природних ресурсів. Стійкий туризм передбачає використання екологічно безпечних технологій, що сприятимуть збільшенню кількості туристів до України. Проте, на жаль, український туризм поки не готовий до впровадження інновацій сталого туризму.

До проблем, що перешкоджають розвитку сталого туризму, можна віднести:

- недосконалу законодавчу та нормативно-правову базу у сфері екологічного туризму, оскільки держава не надає достатньої інституційної підтримки розвитку туризму та рекреації;
- нераціональне використання історичної та культурної спадщини України і природних ресурсів, де на місцях часто ігноруються принципи сталого розвитку туризму та порушуються екологічні стандарти туристичної та рекреаційної діяльності;
- обмежений асортимент і низьку якість туристичних продуктів (послуг) на ринку;
- низьку якість сервісу і невідповідність стандартам засобів розміщення;
- відсутність координації між місцевими органами виконавчої

влади та органами місцевого самоврядування щодо розвитку туризму і рекреації в регіонах;

- відсутність єдиного підходу до раціонального використання курортних ресурсів;
- недостатню поінформованість потенційних туристів про можливості рекреаційно-туристичного потенціалу;
- нестачу професійних кадрів у сфері туризму і рекреації;
- дисбаланс між соціальною та економічною ефективністю використання рекреаційних ресурсів та необхідністю їх збереження;
- неефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу у сільській місцевості;
- відсутність сучасної методології статистичного спостереження в галузі туризму та готельного господарства;
- відсутність цільових маркетингових заходів та їх державної підтримки, що негативно впливає на туристичний імідж України [90].

В Україні відсутня система, яка б забезпечувала інформаційно-маркетингову підтримку туристичної сфери, а також немає належної схеми роботи різних туристичних центрів. Багато підприємців, що працюють у сфері туризму, виключені з офіційного сектору надання туристичних послуг, тому вони не вважаються підприємцями в цій галузі. Деякі з них офіційно не зареєстровані і здають своє житло як тимчасові місця відпочинку. Через наявність тіньової сторони туристичної сфери, яку важко відстежити, виникають проблеми з нормальним функціонуванням і розвитком туризму, а також зі стягненням податків.

В обороті туроператорів та турагентів також спостерігаються значні річні коливання, що є додатковим свідченням недосконалості системи збору туристичних даних в Україні. Це здебільшого не наслідок ринкових коливань в сфері туризму, а переважно результат державного регулювання, законодавчих змін у галузі та зовнішніх економічних та політичних факторів.

Отож, можна розглядати вплив туристичної політики в Україні на формування туристичних потоків як короткостроковий, оскільки загальна нестабільність та відсутність "міцного" правового, економічного та статистичного фундаменту впливають регресивно на розвиток туризму в країні. Водночас, слід відзначити, що найбільш гострою проблемою для вітчизняної туристичної сфери є військова агресія проти України. Ця агресія призводить до значних економічних збитків, руйнує культурні пам'ятки та завдає шкоди природі України. У зв'язку з цим, уряд повинен звернути увагу на проблеми міжнародного туризму в Україні й сприяти їх вирішенню на державному рівні. Необхідно удосконалити законодавчу базу та створити ефективні регуляторні механізми для міжнародного туризму в країні, враховуючи сучасні реалії і виклики часу.

3.2. Стратегічні перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії гостинності та туризму в Україні в кризових умовах

Останні роки стали випробуванням для сфери міжнародного туризму в Україні через ряд криз, що виникли. Початок цього періоду відзначився пандемією COVID-19, а завершення - повномасштабним вторгненням Росії на територію України. Багато дослідників передбачали, що 2022 рік принесе полегшення для сфери туризму, але 24 лютого 2022 року ця надія розбилася, продовживши кризу, яка розпочалася вже в 2019 році. Наразі ситуація з міжнародним туризмом виглядає дуже песимістично, проте існують приклади, коли, навіть у часи війни, туризм продовжував розвиватися. Уряд України повинен взяти на увагу такі країни, як приклад, де туристична сфера не зупинялася. Україна має всі передумови для розвитку міжнародного туризму, але всі зацікавлені сторони - уряд та фахівці галузі - повинні спрямовувати свої зусилля у відповідне русло для досягнення цієї мети.

Отримані аспекти пропонують декілька ключових шляхів для покращення міжнародного туризму в Україні:

1. Розробка нових концепцій міжнародного туризму: Спільно зі спеціалістами необхідно створювати інноваційні підходи до туристичного продукту, що відповідали б сучасним потребам та очікуванням міжнародних туристів.

2. Спрощення візового режиму: Швидке оформлення віз або навіть розгляд можливості введення безвізового режиму сприятиме збільшенню притоку іноземних туристів до країни.

3. Підтримка та реконструкція архітектурних пам'яток: Належний стан та оновлення історичних та культурних об'єктів приверне увагу та зацікавлення іноземних відвідувачів.

4. Оновлення стандартів обслуговування та правової бази: Покращення якості обслуговування та вдосконалення нормативно-правового середовища сприятиме позитивному іміджу України на міжнародному туристичному ринку.

5. Збільшення притоку іноземних туристів до українських міст: Розвиток маркетингових стратегій та активна реклама сприятимуть збільшенню відвідування іноземцями міст України.

Важливо також визначити внутрішній туризм як пріоритет, оскільки він може сприяти розвитку туристичної інфраструктури та підвищенню інтересу до країни як туристичного напрямку. Однак, для успішного відновлення міжнародного туризму важливо також активно працювати над покращенням стандартів та оновленням туристичної індустрії (табл. 3.2):

Таблиця 3.1.

Залученість українців до внутрішнього туризму залежно від області проживання, (%)

Області України і місто Київ	Подорожують Україною	Зокрема подорожують			Не подорожують Україною
		Раз на півроку або частіше	Раз на рік	Раз на 2-3 роки або частіше	
Київська (без Києва)	63	24	27	12	37
Чернівецька	60	22	29	9	40

Львівська	54	23	19	12	46
Полтавська	49	15	25	9	51
Дніпропетровська	47	12	25	10	53
Хмельницька	45	16	23	6	55
Харківська	43	11	21	11	57
Одеська	41	12	17	12	59
Рівненська	39	9	20	10	61
Донецька	39	9	20	9	62
м. Київ	38	16	16	6	62
Луганська	36	11	15	10	64
Херсонська	36	10	15	11	64
Вінницька	32	9	16	7	68
Волинська	32	8	14	10	68
Миколаївська	32	11	15	6	68
Івано-Франківська	31	13	11	7	69
Чернігівська	31	9	15	7	69
Закарпатська	27	12	11	4	73
Запорізька	25	10	11	4	75
Кіровоградська	21	5	13	3	79
Черкаська	21	4	14	3	79
Сумська	19	5	9	5	81
Житомирська	17	4	9	4	83

Примітка. Побудовано за даними Державного агентства розвитку туризму

Дійсно, статистика з 2018 року свідчить про значний потенціал туристичної галузі в Україні. Приблизно 14 мільйонів іноземних туристів відвідали країну, а доходи від туристичної діяльності склали близько 4,3 мільярда гривень, за даними Мінекономрозвитку. Однак, не дивлячись на ці вражаючі цифри, потенціал туризму в Україні ще не повністю реалізований.

У порівнянні зі світовою економікою, де туризм відіграє значну роль, частка туризму в українському ВВП становить всього лише 2%, що свідчить про недостатній внесок цієї галузі в економіку країни. Однак важливо підкреслити, що туристична сфера має значний вплив на розвиток інших секторів економіки, таких як готельний бізнес, громадське харчування, сфера дозвілля, культурна сфера, пасажирські перевезення та торгівля.

Отже, хоча є певні недоліки у розвитку туризму в Україні, важливо визнати його значення для економічного зростання країни і зосередити зусилля на подальшому розвитку цієї перспективної галузі.

Легалізація грального бізнесу в Україні може позитивно впливати на міжнародний туризм через створення спеціальних гральних зон та інфраструктури, яка привертає туристів. Згідно з законодавством, прийнятим у 2020 році, територією спеціальної гральної зони можуть бути різні об'єкти, такі як готелі категорії «П'ять зірок», замиські комплекси відпочинку та спеціальні територіальні гральні зони.

Такі заходи можуть стимулювати приїзд іноземних туристів, які зацікавлені у гральному бізнесі та розвагах. Введення гральних зон може привернути інвестиції в туристичний сектор та сприяти розвитку пов'язаних індустрій, таких як готельний бізнес, ресторанний сервіс та розважальні заклади.

Належне регулювання грального бізнесу може стати одним з чинників, що сприятимуть збільшенню туристичного потенціалу України, зокрема за рахунок привернення інтересу міжнародних туристів до нових розважальних можливостей та відпочинку.

Ця ініціатива щодо інвестиційних проектів для організації та проведення азартних ігор казино може стати важливим кроком для розвитку туризму в Україні. Шляхом створення гральних закладів у великих готельних комплексах, уряд може привернути нові інвестиції та створити додаткові розважальні можливості для туристів.

За умови будівництва готельних комплексів певної категорії, інвестиційна ліцензія дає право на організацію та проведення азартних ігор у гральних закладах казино, що може стимулювати інвестиції у готельний бізнес та створювати нові робочі місця. Немає плати за видачу цієї ліцензії, що може стати додатковою стимуляцією для інвесторів.

Такий підхід може сприяти розвитку туристичної інфраструктури, збільшенню привабливості України як туристичного напрямку та створенню нових можливостей для туристів. Однак, важливо забезпечити ефективний контроль за дотриманням законодавства та захистом інтересів громадян [76].

Такі ініціативи зі сторони уряду та місцевих органів влади можуть

стати важливими кроками для підтримки туристичної галузі в умовах пандемії COVID-19. Звільнення від сплати податків та інших обов'язкових платежів може допомогти туристичним операторам та підприємцям в період складних економічних умов, що виникають внаслідок обмежень та зниження попиту на туристичні послуги.

План відновлення туризму, розроблений Львівською міською радою, є ще одним важливим кроком у напрямку стимулювання туристичної діяльності після закінчення пандемії. План може включати заходи, спрямовані на просування туристичних послуг, підтримку місцевих туристичних підприємств та створення сприятливих умов для відвідувачів.

Важливо, щоб такі заходи були ретельно сплановані та ефективно реалізовані, з урахуванням потреб та можливостей туристичного сектору. Тільки так можна забезпечити успішне відновлення туристичної галузі та збереження її конкурентоспроможності в майбутньому.

Щоб оживити туристичну індустрію в будь-який кризовий період, потрібно приділяти їй увагу, оскільки це може сприяти відновленню економіки країни. Спеціалісти туристичної галузі мають брати участь у розробці комплексного плану, який включатиме фінансові заходи (податкові пільги, фінансову підтримку) і невідкладну інформаційну підтримку. Під час пандемії були розроблені оперативні плани спільно з фахівцями туристичної галузі. Також потрібно виявити проблеми, які спричиняють найбільші збитки у туристичній сфері, не тільки в умовах кризи.

Серед негативних аспектів можна відзначити зменшення числа виїздів зарубіжних та вітчизняних туристів через недоліки та застарілість стандартів у сфері.

Україна має всі передумови для того, щоб туристична галузь стала однією з ключових галузей, що приносить дохід країні. У 2019 році американська телекомпанія склала рейтинг топ-11 міст України, які вважаються привабливими для іноземних туристів. Цей список включає міста: Чернігів, Київ, Харків, Львів, Чернівці, Умань, Переяслав-Хмельницький, Одеса, Ужгород та Кам'янець-Подільський.

Укріплення позицій України на світовому туристичному ринку можливе завдяки створенню національного конкурентоздатного туристичного продукту, формуванню іміджу країни та впровадженню довгострокової стратегії стійкого розвитку туристичного сектору. Це передбачає реалізацію таких заходів:

1. Забезпечення безпеки для іноземних громадян під час їх перебування в країні.
2. Використання сучасних інформаційних технологій для поширення туристичних послуг на національному та міжнародному рівнях.
3. Поліпшення стану національної транспортної інфраструктури для зручності та комфорту туристів.
4. Впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності у туристичному бізнесі, що включає етичні та соціальні аспекти.
5. Використання екологічно чистих продуктів та розвиток зеленого туризму з пошаною до природних ресурсів.
6. Проведення моніторингу та збирання відгуків клієнтів щодо туристичного продукту, а також регулярне опитування представників бізнесу для вдосконалення та адаптації послуг до потреб споживачів [23].

Приклад Хорватії підтверджує, що навіть країни зі складним минулим можуть стати привабливими туристичними напрямками за правильної стратегії. Хорватія зосередилась на маркетинговій кампанії, популяризуючи свої острови, що раніше були маловідомі. Велика кількість іноземних туристів та відомих блогерів, які писали про відпочинок у Хорватії, сприяли приросту ВВП країни на 15%. Країни, як Кіпр, також вибрали маркетингову кампанію для просування свого туристичного потенціалу. Важливою стала підтримка сфери туризму на рівні, збереження чистоти та екологічності островів. Україні варто взяти на замітку цей досвід і активно впроваджувати маркетингові стратегії для популяризації своїх туристичних ресурсів, привертаючи увагу іноземних туристів та інфлюентерів.

Туризм в Ізраїлі процвітає навіть під час тривалого конфлікту з Палестиною. Ця країна знаходиться у стані війни протягом понад 70 років, і

туристична галузь успішно адаптувалася до військових конфліктів. Однак будь-який військовий конфлікт все ж таки впливає на економіку Ізраїлю, позбавляючи країну 0,5% щорічного зростання економіки. Наприклад, у 2009 році Ізраїль зазнав втрат понад 1,5 мільярда доларів США виручки через загострення конфлікту в секторі Гази. Туризм є ключовою галуззю економіки Ізраїлю, приносячи 5% експорту та забезпечуючи 6% робочих місць. Структура формування ВВП Ізраїлю робить його економіку дуже гнучкою: якщо один сектор не приносить прибутку, інший компенсує його втрати.

Досвіт Грузії, подібно до війни в Україні, характеризується великою схожістю з воєнним конфліктом. Та навіть під час активних бойових дій сфера туризму в Грузії не зупинялась. Саме воєнні події сприяли підвищенню відомостей про країну серед іноземних туристів.

Туризм у післявоєнній Німеччині був доступний переважно для середнього класу, тож уряд країни розробив план соціального туризму, спрямований на пенсіонерів, учнів та молодь. Збереження доступних цін у сфері туризму забезпечувалось за рахунок дотацій з різних галузей економіки, а також за допомогою розробленої системи знижок. Ці заходи сприяли покращенню внутрішнього туризму в Німеччині, зробивши його якіснішим. Туристичні компанії отримали значний успіх, особливо ті, що спеціалізувалися на масовому сегменті та організації туристичних турів.

Україна може взяти на озброєння методи відновлення туризму після військових дій, зазирнувши до досвіду країн, які вже стикалися з аналогічними викликами. Однак слід пам'ятати, що ситуація, що склалася, є надзвичайно складною, оскільки це найбільша військова агресія з часів Другої світової війни. Українські фахівці з туристичної сфери повинні визначити пріоритети у пошуку антикризових методів, які допоможуть реанімувати міжнародний туризм в Україні.

Державне агентство розвитку туризму розробляє ряд заходів для відновлення туризму:

1. Формулювання нових концепцій для внутрішнього туризму,

таких як чітке визначення цілей подорожей Україною та створення привабливих пропозицій для туристів.

2. Планування розвитку туризму у Донецькій і Луганській областях після завершення війни і встановлення безпечної ситуації на сході України.

3. Розробка туристичних програм, спрямованих на відзначення місць військової слави Збройних Сил України.

Так, відгуки іноземних туристів мають велике значення для приваблення нових відвідувачів та підтримки позитивного туристичного іміджу країни. Інформація, що надається про туристичні послуги, повинна бути повною і доступною на різних мовах, особливо на мовах тих країн, звідки приїжджає багато туристів. Ця інформація має охоплювати такі аспекти, як авіасполучення, туристична інфраструктура, поради щодо безпечного перебування в країні, а також найпопулярніші туристичні місця та атракції. Забезпечення якості та широкого охоплення такої інформації сприяє формуванню позитивного туристичного бренду країни і привертає більше відвідувачів.

Так, вплив ютуб-блогерів на туризм стає все більш помітним, оскільки вони розповідають про свої подорожі та враження від відвідуваних країн. Українські блогери, які активно перекладають свої відео на англійську мову, можуть привертати увагу іноземних туристів та збільшувати інтерес до відвідування України. Це може бути ефективним способом просування туристичної галузі країни, оскільки відео блогерів дозволяють потенційним відвідувачам побачити реальність життя в Україні та ознайомитися з її культурою, традиціями та визначними місцями. Такий підхід може сприяти збільшенню кількості туристів, які обирають Україну для подорожей, і позитивно впливати на розвиток туристичної індустрії.

Після закінчення війни в Україні можна очікувати значних змін у туристичній сфері. Зруйновані або пошкоджені пам'ятки стануть об'єктами історичного і культурного спадку, які привернуть увагу туристів і дослідників. Розгортання нових меморіальних місць і музеїв може стати способом вшанування подій війни та пам'яті про загиблих. Ці нові об'єкти

привернуть увагу не лише українців, а й іноземних туристів, які зацікавлені в історії та культурі країни.

Крім того, можливе розвиток туризму на територіях, які раніше були під окупацією або обмеженими для доступу. Відвідування таких місць може стати способом для українців та іноземців пізнати історію та долю тих територій під час війни. Загалом, ці зміни можуть сприяти розвитку туризму в Україні та приверненню нових категорій туристів.

Створення сильного туристичного бренду України є ключовим завданням для привертання іноземних туристів та підтримки внутрішнього туризму. Перш за все, важливо позиціонувати Україну як безпечне місце для відпочинку та подорожей, розгортанням інформаційних кампаній та використанням медіа-каналів для розповсюдження позитивного іміджу країни.

З огляду на багатство туристичних об'єктів в Україні, доцільно акцентувати увагу на різноманітних видів відпочинку, таких як гірськолижні курорти та морські пляжі. Також варто підкреслювати унікальність та красу українських замків, що може зацікавити історичних та культурних туристів.

Створення привабливого та конкурентоздатного туристичного бренду України вимагатиме комплексного підходу, включаючи співпрацю з громадськістю, туристичними компаніями та міжнародними партнерами. Рекламні кампанії, участь у туристичних виставках та подіях, а також розвиток якісної туристичної інфраструктури будуть важливими складовими успішного формування та підтримки туристичного бренду України.

Так, розвиток нетрадиційних видів туризму в Україні може стати важливим рушійним фактором для приваблення різноманітних категорій туристів. Наприклад, урбан-туризм в Києві може зацікавити любителів мистецтва та культури через багатство муралів та архітектурних пам'яток. Екотуризм в Карпатах та на Центральній Україні може привернути тих, хто цінує природу та активний відпочинок.

Для просування туризму України за кордоном відкриття туристичних офісів у розвинених країнах може бути ефективним кроком. Це дозволить

активно просувати туристичні маршрути та послуги, забезпечуючи іноземних туристів інформацією про відпочинок в Україні та допомагаючи їм у плануванні поїздок.

Підтримка туристичного іміджу України через маркетингові кампанії та рекламу є ключовою. Важливо регулярно просувати унікальність та різноманіття туристичних можливостей країни на міжнародному рівні, щоб привернути увагу іноземних туристів.

Ці пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму добре відображають ключові аспекти, які мають визначити розвиток туризму в Україні. Даваймо розглянемо кожен з них:

1. Удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму: Це важливо для створення прозорого та стабільного середовища для туристичного бізнесу та захисту прав туристів.

2. Забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки: Це означає створення умов для залучення інвестицій, що сприятимуть розвитку туристичної інфраструктури та створенню нових робочих місць.

3. Розвиток в'їзного та внутрішнього туризму: Це важливо для збалансованого розвитку туризму в усіх регіонах країни та забезпечення доступності туристичних послуг для різних категорій населення.

4. Розширення міжнародного співробітництва: Це допоможе підняти профіль України на світовій арені та залучити більше іноземних туристів.

5. Створення сприятливих умов для розвитку туризму: Це включає спрощення адміністративних та регуляторних процедур, що допоможе залучити більше інвестицій та покращити бізнес-середовище.

6. Забезпечення доступності туризму для всіх категорій населення: Це важливо для забезпечення туристичної доступності для всіх груп населення та підтримки рівних можливостей для всіх.

Ці напрями мають ключове значення для створення стійкої та конкурентоспроможної туристичної індустрії в Україні [100].

Інновації в туризмі означають розвиток нових туристичних маршрутів, продуктів та видів туризму за допомогою передових технологій, наукових досягнень та інформаційних технологій. Ці інновації не лише сприяють економічному зростанню туристичних підприємств, але й допомагають покращити туристичний імідж країни та її регіонів [37].

Кожен з інноваційних і перспективних видів туризму має свої унікальні особливості та можливості для розвитку. Наприклад, космічний туризм відкриває нові горизонти для подорожей, привертаючи тих, хто мріє відвідати космос. Кінотуризм надає можливість шанувальникам кіно насолодитися атмосферою улюблених фільмів, а фестивальний туризм дозволяє насолоджуватися музикою та культурою на заходах по всьому світу. Гастрономічний туризм пропонує гастрономічні враження від національних страв, а віртуальний туризм відкриває можливості для подорожей тим, хто обмежений фізичними обмеженнями. Кожен із цих видів туризму може відігравати важливу роль у розвитку галузі та привабленні нових туристів.

Отже, ситуація в Україні відображається у туристичній сфері як складна, але й наповнена можливостями. Наразі Україна є центром уваги через воєнний конфлікт і кампанію "Be brave like Ukrainian", що привертає значну увагу світової громадськості. Це відкриває нові перспективи для туристичної сфери, оскільки багато іноземців вже відвідали або планують відвідати Україну з різними мотивами. Уряд має важливу роль у підтримці та зміцненні іміджу країни на туристичному ринку, одночасно роблячи акцент на створенні враження про безпечність та гостинність України.

ВИСНОВКИ

Отже, туризм як вид економічної діяльності не може залишатися статичним, оскільки постійно має відповідати запитам туристів і вимогам сучасного світу. У багатьох країнах міжнародний туризм залишається однією з найприбутковіших галузей. Для України важливо розвивати та інвестувати у вітчизняну сферу туризму, адже країна має багаті культурні, архітектурні та природні ресурси, які можуть зробити її однією з найбільш привабливих туристичних напрямків.

Можна стверджувати, що міжнародний туризм, реалізований в багатьох формах, має важливе значення для функціонування економіки держави. Галузі, які тісно пов'язані з туризмом, значно впливають на нього, тому автономне існування туризму в економічній системі є неможливим. Розвиток туризму у сучасних умовах відбувається під впливом багатьох факторів, які сприяють появі нових форм туризму, актуальних для споживачів туристичних продуктів і послуг.

На розвиток сучасного міжнародного туризму впливають численні фактори, серед яких треба відмітити природно-географічні, культурно-історичні, демографічні, політико-правові, економічні, соціальні, технологічні, екологічні та внутрішні фактори. Варто також зазначити, що ці фактори суттєво відрізняються залежно від регіону. Наприклад, Південноамериканський регіон приваблює туристів своєю сучасною архітектурою, тоді як Середземноморський регіон більше цікавить тих, хто обирає паломницький туризм.

Це сфера, яка має постійно розвиватися, щоб відповідати всім потребам сучасного туриста. Українська туристична галузь постійно змінюється, починаючи від державних і закінчуючи управлінськими рішеннями. Наразі потенціал України не використовується ефективно. Для того, щоб туристичний ринок України розвивався стабільно, необхідно розробляти різноманітні стратегії та концепції, які мають бути правильно представлені на світовому туристичному ринку. Український туристичний

сектор повинен брати приклад з країн Європи та Сполучених Штатів Америки, де туризм займає важливе місце як джерело доходів і є самостійним видом економічної діяльності.

Міжнародний туризм в державі має всі підстави для активного розвитку. Необхідно визначити найслабкіші сторони та працювати над їх усуненням, а також створювати нові види туризму та активно їх просувати. Існує три моделі регулювання туристичної сфери, які можна застосувати для покращення ситуації. Маркетингова діяльність має бути побудована таким чином, щоб вона ефективно впливала на туристичні представництва та сприяла залученню більшої кількості туристів.

Останні декілька років стали складними для сфери міжнародного туризму. Спочатку пандемія COVID-19, а потім повномасштабне вторгнення Росії в Україну. Природно, що ринок туристичних послуг повинен пристосовуватись до нових реалій сучасного світу. Фахівці розробляли різні офлайн тури по містах, туристичних пам'ятках та музеях, які відомі на весь світ. Інновації в сфері міжнародного туризму займали та займають провідні місця, оскільки існує значний потенціал для позитивних зрушень.

Сфера туризму зазнала значних втрат під час пандемії коронавірусної хвороби. Аеропорти не функціонували, більшість готелів та численні ресторани були закриті. Україна перебувала у повному локдауні приблизно з березня по липень 2020 року. Влітку ситуація почала змінюватися, оскільки державні регулятори зрозуміли, що країна втрачає доходи і податки. Більшість ресторанів перейшли на роботу на виніс, а ближче до осені 2020 року низка готелів та ресторанів знову відкрилися, хоч і з певними обмеженнями. З появою вакцини та антиген-тестів життя поступово повернулося до норми, але рекомендації щодо безпечного перебування у людних місцях залишаються актуальними.

Кризові ситуації у світі показують, що розвиток туризму потребує постійного вдосконалення та інноваційних змін. Україні необхідно розробити ефективну модель державного регулювання, яка завдяки своїй ефективності зможе вивести міжнародний туризм на конкурентоспроможний

рівень.

Українська сфера туризму активно впроваджує нові тенденції, які з'являються на ринку. Для більш ефективного функціонування інноваційної політики необхідно правильно оцінити і визначити наступні аспекти:

- Вплив інновацій на різні підприємства, що надають туристичні послуги, такі як готельні підприємства, ресторанні заклади та заклади рекреації.
- Уніфікація підходів між органами управління та туристичними підприємствами.
- Розробка та пошук інновацій та їх постійне впровадження на туристичному ринку України.

На сьогоднішній день складно зробити визначні висновки щодо розвитку туризму через нестабільну ситуацію в Україні, спричинену війною. Ця непевність також ускладнює прогнозування впливу воєнних подій на міжнародний туризм в Україні. Однак можна з упевненістю стверджувати, що туризм стане однією з галузей, яка допоможе пережити кризу після війни, якщо уряд України використовуватиме належну маркетингову стратегію в цьому напрямі.

Україна насправді має значні переваги, які досі не були повністю використані. З двома морями, гірськолижними курортами та різноманітною природою, кожен турист може знайти собі ідеальне місце для відпочинку. Архітектурні пам'ятки та розмаїття готелів та ресторанів додають країні привабливості. Для підвищення конкурентоспроможності України у сфері туризму потрібно визначити цю галузь як пріоритетну для державної політики.

Україна в даний момент переживає складну ситуацію, яка має як певні виклики, так і можливості для туристичної індустрії. З одного боку, країна стала об'єктом широкої уваги через воєнний конфлікт та кампанію "Be brave like Ukrainian", що зробило її ключовою темою обговорень. Багато іноземних туристів уже відвідали або планують відвідати Україну після завершення війни з різними мотивами.

Уряд України має зацікавленість у підтримці впізнаваності країни на туристичному ринку, але також потрібно враховувати необхідність створення іміджу безпечної країни для відвідувачів.

Туристична політика в Україні має значний короткостроковий вплив на формування туристичних потоків. Загальна нестабільність, а також недоліки у правовому, економічному та статистичному секторах суттєво обмежують розвиток туризму. Однак, найбільш гострою проблемою в теперішній час є військова агресія Російської Федерації проти України. Ця ситуація призводить до масштабних економічних збитків, руйнування культурних пам'яток та шкоди природному середовищу.

Уряд має важливу роль у вирішенні проблем міжнародного туризму в Україні. Покращення законодавчої бази та створення ефективних регуляторних механізмів стануть ключовими кроками для забезпечення стабільного туристичного розвитку країни в умовах сучасних викликів.

Українська сфера туризму має значний потенціал для подальшого розвитку, але її активний прогрес стримується рядом проблем. Серед них недосконала нормативно-правова база, проблеми з тіньовою економікою, а також політична та економічна нестабільність. Низький рівень розвиненості інфраструктури, а також соціальний статус населення, є додатковими факторами, що ускладнюють розвиток туристичної галузі. Недостатня кількість кваліфікованих спеціалістів у сфері туризму також впливає на її ефективність та конкурентоспроможність.

Повномасштабне вторгнення є одним із стримуючих факторів для міжнародного туризму, оскільки тривала військова агресія проти України призводить до збитків у цій сфері. Чим триваліше конфлікт, тим більше втрати для міжнародного туризму. Тому на сьогоднішній день важливо розробляти маркетингові стратегії, спрямовані на покращення іміджу України на міжнародній арені. Уряд повинен переглянути механізми регулювання та акцентувати увагу на інноваційному розвитку туризму. Важливо враховувати, що комплексний та поетапний підхід до якісного розвитку туристичної галузі дозволить досягти більш значущих результатів.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 №324/95-ВР (із змінами та доповненнями) Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – ст. 24.
2. Атаманчук З.А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. Бізнес Інформ. – 2020. – № 4. – С. 21-27.
3. Атаманчук З.А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. Бізнес Інформ. – 2021. – № 3. – С. 56-62.
4. Азар В.І. Економіка туристичного ринку. К.: Наука, 1998. – 98с.
5. Алексєєв Ю. В. Державне регулювання туризму в Україні. Трансформаційні процеси розвитку туризму та готельного господарства. / Алексєєв Ю. В. Економічний простір. – 2019. – № 2. – С. 19-23.
6. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни . The actual problems of regional economy development. – 2022. – № 3. – С. 5-7.
7. Біркович В.І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України Статистика України. – 2006. – № 3. – С. 83-86.
8. Білоцерківець Н. Україна туристична Українська культура. – 2006. – № 3-4. – С. 8-10.
9. Бернекер П. Туризм: Юридичні основи розвитку. Думка. – 2001. – 108 с.
10. Воронкова Т.Є. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2020. – №11. – С. 82-87.
11. Герасименко В. Г. Теорія туризму як складова туризмології. Вісник

соціально-економічних досліджень. – 2011. №2 (42). – С.173 - 180.

12. Герасименко В. Г., Михайлюк О. Л. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції Монографія. – 2019. – 344 с.
13. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні Навчальний посібник. – 2003. – 219 с.
14. Тонкошкур М. В. Міжнародний туризм Навчальний посібник. – 2013. – 348 с.
15. Чаркіна Т. Ю., Зайцева В. М., Пікуліна О. В., Реукова А. О. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. Агросвіт. – 2022. – № 3. – С. 12-17.
16. Шамара І. М., Гапоненко Г. І., Кривулькіна Д. І. Проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку України в контексті загальносвітових тенденцій Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. – 2020. – № 11. – С. 32-36.
17. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. / Школа І.М. // Навчальний посібник. – 2017. – 662 с.
18. <https://www.tourism.gov.ua/> – офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму.
19. <https://www.statista.com/> – офіційний сайт Statista.
20. [tps://visitukraine.today](https://visitukraine.today) – офіційний сайт Visit Ukraine today.
21. <https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/> – офіційний сайт UNWTO Tourism online academy.
22. Внучко С., Тимошенко Т. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика єс та український реалії [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19-TA-SOTSIALNIY-DIALOG-V->

23. Термінологічний словник / Визначення «Камбуз» [Електронний ресурс].
– Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/kambuz>.
24. Термінологічний словник / Визначення «Діліжванс»
[Електронний ресурс]. – Режим доступу до
ресурсу: <http://sum.in.ua/s/dylizhans>
25. Термінологічний словник / Визначення «Теорія» [Електронний ресурс]. –
Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/teorija>.
26. Термінологічний словник / Визначення «Стійкий туризм» [Електронний
ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://geohub.org.ua/node/2637>.
27. Воротнюк Ю. С. Інноваційні технології маркетингу у сфері туристичних
послуг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу:
<http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/32079/1/78-82.pdf>
28. Вольська А.О., Годнюк І.В. Наслідки пандемії COVID-19 для туристичної
галузі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу:
<https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/365.pdf>.
29. Віртуальна реальність у музеї. Коли оживають динозаври [Електронний
ресурс]. – Режим доступу до
ресурсу:
<https://www.goethe.de/ins/ua/uk/kul/dos/vr/20949031.html>
30. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та
антикризове управління? [Електронний ресурс]. – Режим доступу до
ресурсу: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>.
31. Квіцінська М. Туристичний бізнес під час коронавірусу. [Електронний
ресурс]. – Режим доступу до
ресурсу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/turystychnyy-biznes-pid-chas-koronavirusu>.

32. Курбацька Л. М., Кадирус І. Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4588&i=30>. 77
33. Кузик С. П. Географія туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://pidru4niki.com/1584072043738/turizm/geografiya_turizmu.
34. Кириченко В. В'їзний туризм часів пандемії [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/07/21/676113>.
35. Морозов О. Скільки іноземців побувало в Україні за 2021 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrstat.gov.ua/ua/za-2021-rik#:~:text=>
36. Мікляєва Н. О., Капліна Т. В. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9809/1/%D0%9C%D1%96%D0%BA%D0%BB%D1%8F%D1%94%D0%B2%D0%B0.pdf>.
37. Миронов Ю.Б. особливості інноваційної діяльності у сфері туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov10.htm.
38. Ржеутська Л. Легалізація грального бізнесу в Україні: що зміниться [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/uk/легалізація-грального-бізнесу-в-україні-що-зміниться/a-54160276>.
39. Пічкурова З.В., Кіт Д.О. Проблеми інтеграції України у глобальний інформаційний ринок / З.В. Пічкурова, Д.О. Кіт // Научный взгляд в будущее. – 2019. – Выпуск 12. – Том 1. – С. 81-89. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua/index.php/secciiua12-13/31028-ua12-005>.
40. Пічкурова З.В. Інтелектуалізація міжнародної торгівлі в умовах пандемії

COVID-19. Економіка та суспільство. 2021. №34.

41. Подлепіна П.О. Вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: file:///Users/moonlight/Downloads/1_%D0%97%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0_9_%D0%BC_2021_%D0%A2%D0%95.pdf.
42. Рівень тіньової економіки в Україні перевищив 30% / Мінекономіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://minfin.com.ua/ua/2022/02/10/80801573>.
43. Родак К. «Українцям бронюють лише ті готелі, де немає росіян» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://zaxid.net/statti_tag50974.
44. Статистичні дані щодо перетину українського кордону громадянами інших держав [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://data.gov.ua/dataset/ukr-foreigners-crossing-the-border>.
45. Стецько Н. П. Туризм у системі міжнародних економічних відносин [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPUg_2013_2_21.
46. Скрипка І.В. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/1008/1/Skrypka%20I.%20V.%20METzmi-54.pdf>.
47. Сироїд Н.П. Проблеми розвитку туризму в Україні у контексті сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/388.pdf>.
48. Скавронська І. В. Конкурентні переваги національної економіки на світовому ринку туристичних послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.researchgate.net/publication/353111111>.

доступу до ресурсу: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream>.

49. Опанащук Ю. Я. Туристичний бізнес в Україні: складнощі та перспективи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://dpa.cv.ua/ekonomika/turisticheskiy-biznes-v-ukraine-trudnosti-i-perspektivyi.html>
50. Ткаченко Т.І., Клімова А.М. розвиток туризму України в умовах кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://perspectives.pp.ua/public/site/conferency/conf-22.pdf#page=518>
51. Фурса М. В., Кононенко Т.П. Інновації в готельній індустрії – готель, який має «Нуль зірок» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://eprints.kname.edu.ua/51070/1/ilovepdf_com-234-237.pdf
52. Цьохла С.Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti_ukr/cjohla.htm#:~:text
53. Чому туризм? [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://www.ntoukraine.org/investmentwhytourism_ua.html
54. Сирватка Л. Міжнародний туризм – важливий напрямок у міжнародному співробітництві [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti_ukr/syrvatka.htm.
55. Чорний О. Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samye-rkie-vremena-vpered-proishodit-turizmom-1657645856.html>