

НУБІП України

НУБІП України

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

НУБІП України

04.02 - МКР. 436 «С»/2023.03.24/002.ПЗ

БЕЗРУТЧЕНКО МИХАЙЛО АНДРІЙОВИЧ

НУБІП України

2023 р.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ННІ неперервної освіти і туризму

НУБІП України

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

завідувач кафедри готельно-
ресторанної справи та туризму

Мельниченко С.В.

(підпис)

2023 р.

НУБІП України

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Розвиток міжнародного туризму в умовах економічної та політичної
невизначеності»

НУБІП України

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Міжнародний туристичний бізнес»

НУБІП України

Гарант освітньої програми

(підпис)

Левицька І.В.

(ПІБ)

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи

(підпис)

Кудінова І.П.

(ПІБ)

НУБІП України

Виконав

(підпис)

Безрутенко М.А.

(ПІБ студента)

НУБІП України

КИЇВ – 2023

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ІННІ неперервної освіти і туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри готельно-
ресторанної справи та туризму
д.е.н., професор Мельниченко С. В.
(підпис)

«_____» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

до виконання магістерської кваліфікаційної роботи студенту

Безрутченку Михайлу Андрійовичу

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Тема магістерської кваліфікаційної роботи: «Розвиток міжнародного туризму в умовах економічної та політичної невизначеності»

Затверджена наказом ректора НУБІП України від 24.03.2023 № 436 "С"

Термін подання завершеної роботи на кафедру 20.10 2023 р.

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи:

- нормативно-правові акти, законодавчі матеріали щодо регулювання галузі туризму;

- статистичні матеріали Міністерства економіки України, Державної агенції розвитку туризму, Державної служби статистики України;

- матеріали міжнародних компаній: UNWTO, World Economic Forum, Human Research, ICAO (Uniting Aviation), Statista, Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Світового банку (СБ).

Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Теоретичні засади дослідження міжнародного туризму в кризових умовах.

2. Аналіз сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах економічної та політичної невизначеності.

3. Напрямки активізації та розвитку міжнародного туризму в Україні у контексті кризових явищ.

Дата видачі завдання «31» травня 2023 р.

Керівник магістерської
кваліфікаційної роботи
к.е.н.

Завдання прийняв до
виконання

Кудінова І.П.
(прізвище та ініціали)

Безрутченко М.А.

(підпис)

(прізвище та ініціали студента)

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РЕФЕРАТ

Безрутенко М. А. Можливості розвитку міжнародного туризму в умовах економічної та політичної невизначеності : магист. робота: спец. 242

«Туризм і рекреація»; НУБіП України; кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; керівник І.П. Кудінова, к.е.н. Київ, 2023. 117 сторінок.

Об'єкт дослідження: є процеси функціонування і розвитку міжнародного туризму в умовах економічної та політичної невизначеності.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти розвитку ринку туристичних послуг в Україні в контексті криз та соціально-економічних потрясінь.

Мета кваліфікаційної роботи: функціонування та розвиток міжнародного та вітчизняного ринку туристичних послуг в умовах соціально-економічних потрясінь та під час військової агресії.

Методи дослідження: загальнонаукові методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, класифікація), теоретичні методи (системний аналіз), економіко-статистичні методи, діаграмний метод, методи логічного та системно-структурного аналізу економічних процесів і відносин, статистичний, порівняльний та діалектичний підходи.

Отримані результати та новизна дослідження: виявлення окремих аспектів розвитку міжнародного туризму в Україні в період кризи та визначення перспектив функціонування внутрішнього туризму в посткризовий період.

Значущість дослідження та висновки: : систематизація існуючих теоретичних концепцій, оптимізації новітніх стратегій розвитку готельного туристичного бізнесу в кризових умовах та у використанні цих даних з метою підвищення їх конкурентоспроможності.

Рекомендації щодо подальшого використання результатів: матеріали кваліфікаційної роботи рекомендується використовувати при підготовці

доповіді щодо розвитку міжнародного туризму в Україні та світі в період кризи.

НУБІП УКРАЇНИ

Перелік ключових слів (словосполучень): ТУРИЗМ, МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ, КРИЗИ, ПАНДЕМІЯ, ВІЙНА, ЕКОНОМІЧНА НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ, ПОЛІТИЧНА НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ,.

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

НУБІП УКРАЇНИ

ВСТУП.....	8	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ З УРАХУВАННЯМ КРИЗ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОТЯСІНЬ.....	11	
1.1. Зміст та еволюційний розвиток міжнародного туризму як економічного феномена.....	11	11
1.2. Класифікація міжнародного туризму в системі світового господарства.....	27	24
1.3. Чинники, що впливають на розвиток міжнародного туризму у світі.....	33	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ НЕВІЗНАЧНОСТІ.....	39	40
2.1. Сучасні тренди та новітні напрямки розвитку туристичного бізнесу в Україні та світі з урахуванням кризових чинників.....	39	40
2.2. Дослідження динаміки розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом глобальної пандемічної кризи.....	54	56
2.3. Оцінка стану міжнародного туризму в Україні в умовах війни.....	64	65
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ КРИЗОВИХ ЯВИЩ.....	76	78
3.1. Конкурентні переваги України на світовому ринку туристичних послуг та їх використання у межах антикризової політики держави.....	76	78
3.2. Перешкоди розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом криз та шляхи їх подолання.....	88	90
3.3. Стратегічні перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії гостинності і туризму в Україні в кризових умовах.....	95	96
ВИСНОВКИ.....	106	107
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	110	111

ВСТУП

Актуальність теми дослідження: Туризм є галуззю, що швидко розвивається і впливає на економічний та соціальний розвиток країни.

Туристична галузь в Україні має передумови та великий потенціал, щоб стати привабливою туристичною дестинацією для туристів з усього світу. Вигідне географічне розташування України, сприятливі кліматичні умови, унікальна та багата культурно-історична спадщина, широкий вибір у готельно-ресторанному секторі сприяють швидкому розвитку туристичної галузі. Туризм є одним з найвпливовіших секторів у розвитку економічного та соціального життя країни, а розвиток туристичної індустрії, безсумнівно, є першочерговим пріоритетом.

В останні роки представники сфери міжнародного туризму постали перед значною кількістю викликів, спричинених: глобальною фінансовою кризою 2020 року, COVID -19 та повномасштабною війною в Україні. Туризм надзвичайно чутливий до всіх економічних та політичних змін, а на індустрію гостинності впливають не лише пандемії, але й військові конфлікти, загрози тероризму, зміна кліматичних умов, коливання валютних курсів, фінансово-економічні кризи та зміни внутрішньої економічної ситуації.

У 2019 році розпочалася пандемія COVID-19, яка сильно завдала збитків як економіці України так і туристичній галузі. Слід зазначити, що ще до пандемії українська індустрія гостинності мала проблеми, пов'язані з нестабільною політичною, економічною, соціальною ситуацією в країні та відсутністю налагоджених механізмів регулювання туристичної галузі, а криза загострила існуючі проблеми розвитку туризму в Україні. Також важко спрогнозувати подальший вплив кризових явищ на розвиток міжнародного туризму та особливості його функціонування, оскільки повномасштабне вторгнення в Україну яке розпочалося 24 лютого 2022 року і триває донині. Першочерговим завданням для України є вивчення та наслідування прикладу розвитку

міжнародного туризму у післявоєнний час саме тих країн, які мали схожий досвід.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз особливостей і тенденцій розвитку міжнародного та вітчизняного ринку туристичних послуг в умовах соціально-економічних потрясінь та під час військової агресії.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити низку завдань:

– визначити зміст та еволюційний розвиток міжнародного туризму як економічного явища;

– надати класифікацію міжнародного туризму у світовому господарстві

– дослідити фактори, що впливають на розвиток міжнародного туризму у світі;

– сформулювати сучасні тенденції та нові напрями розвитку туризму в Україні та світі з урахуванням кризових факторів; –

– аналізувати динаміку розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом світової пандемічної кризи;

– оцінити ситуацію з міжнародним туризмом в Україні у воєнний час;

– узагальнити конкурентні переваги України на світовому туристичному ринку та використати їх для антикризової політики держави;

– виявити перешкоди для розвитку міжнародного туризму в Україні під час кризи та запропонувати шляхи їх подолання;

– визначити стратегічні перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії гостинності та туризму України в умовах кризи.

Об'єктом дослідження є процеси функціонування і розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг в умовах економічної та політичної невизначеності.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти розвитку міжнародного туризму в Україні в кризовій ситуації політичної невизначеності

та соціально-економічних потрясінь.

Методи дослідження. Для дослідження поставленої мети використано такі методи: діалектичний підхід до вивчення явищ і процесів у туристичній сфері; порівняння досвіду туроператорів і турагентів міжнародного сегмента у реагуванні на виклики пандемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення; кризової дедукції для виявлення фінансових складових туризму в умовах кризи; системного аналізу для дослідження туристичного ринку як сукупності складових одиниць.

Теоретичною основою є дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених. При написанні роботи використано документи законодавства з питань регулювання туристичної галузі, статистичні матеріали Міністерства економіки України, Агентства розвитку туризму, Державної служби статистики України, Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Світового банку (СБ), Всесвітньої туристичної організації, Всесвітнього економічного форуму, ICAO (Uniting Aviation), Human Research, компанії Statista.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку бібліографічних посилань використаних джерел. В роботі розміщено 5 таблиць та 24 рисунки. Список використаних джерел включає 65 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ КРИЗ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

1.1. Зміст та еволюційний розвиток міжнародного туризму як економічного феномена

У сучасних міжнародних економічних відносинах туризм є найцікавішою сферою дослідження через його стрімкий розвиток. Туризм можна повною мірою віднести до міжнародного бізнесу, оскільки розвиток цього сектору сприяє розвитку економіки.

Міжнародний туризм-це економічне явище, яке втілює в собі фундаментальний економічний механізм. Сьогодні туризм присутній у глобальній і регіональній торгівлі товарами та послугами, а також у багатьох економічних відносинах.

Міжнародний туризм характеризується високими темпами розвитку в усьому світі. Такий стрімкий розвиток можна пояснити різним рівнем соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів. Сьогодні, на думку аналітиків, такі фактори лежать в основі розвитку міжнародного туризму:

1. Економічне зростання і соціальний прогрес призвели до збільшення ділових поїздок і подорожей з метою відпочинку.

2. Вдосконалення всіх видів транспорту зробило подорожі дешевшими

3. Збільшення кількості службовців і робітників у розвинених країнах та підвищення їх матеріального і культурного рівня.

4. Інтенсифікація праці та збільшення тривалості відпусток для працівників.

5. Розвиток міждержавних відносин та культурних обмінів призвів до

посилення людських зв'язків між регіонами.

6. Розвиток сфери послуг сприяв розвитку транспортного сектору та технологічному прогресу в галузі телекомунікацій.

7. Послаблення обмежень на вивіз валюти та спрощення прикордонних процедур у багатьох країнах[37].

Туризм є однією із фундаментальних сфер міжнародної торгівлі для багатьох країн, а також пріоритетним напрямком розвитку та економічного зростання для багатьох країн. Як уже зазначалося, туризм-це багатогранне явище, що має економічний, соціальний, культурний та екологічний виміри і невичерпний потенціал для постійного прогресу. Туризм є найбільш динамічною сферою людської діяльності та фактором економічного і культурного розвитку, захисту навколишнього середовища, історичної та культурної спадщини, міжнародного взаєморозуміння, миру і поваги до прав людини та основних свобод без розрізнення раси, статі, мови чи релігії. Туризм є економічним джерелом нових робочих місць і доходів, а також розвитку інфраструктури. Туризм є невід'ємною частиною загального міжнародного ринку [81].

Однак, щоб краще зрозуміти цей феномен швидкого та інтенсивного розвитку міжнародного туризму, його значення потребує інтерпретації. Туризм-це тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях, при цьому особа не здійснює жодної оплачуваної діяльності в місці перебування[1].

Міжнародний туризм включає в себе в'їзний та виїзний туризм. Тобто діяльність відвідувачів, які постійно проживають у певній країні, за її межами в рамках внутрішніх або виїзних туристичних подорожей, та діяльність відвідувачів, які не проживають у певній країні, в межах країни під час в'їзних туристичних подорожей[34].

Туризм має як вузьке, так і широке значення. У вузькому значенні під туризмом розуміють заздалегідь узгоджені маршрути пересування громадян за рахунок туриста. Однак такі подорожі не є трудоміткими за своєю природою.

Так у діяльність здійснюють спеціальні організації, такі як туристичні агентства, бюро та підприємства, які зазвичай називають туристичними організаціями. Згідно з українським законодавством, ці організації реєструються в порядку, встановленому чинним законодавством України, і надають послуги туристам, які певний час перебувають поза місцем свого постійного проживання [27].

Також, турист (подорожуючий) – це особа, яка здійснює подорож в межах України або до іншої країни на термін від 24 годин до одного року з метою, не забороненою законодавством країни перебування, без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності, та зобов'язана залишити країну або місце перебування в зазначений термін (із Закону України "Про туризм") [50]. Основними факторами, які сприяли виникненню подорожей та індустрії туризму, є:

1. Географічні – особливості розташування регіонів та країн та необхідність налагодження зв'язку між ними.

2. Соціальні – міграційні та демографічні процеси, розвиток суспільних відносин

3. Політичні – завоювання та освоєння нових територій, перерозподіл сфер політичного впливу.

4. Економічні – розвиток економіки.

5. Мотиваційні – особливості свідомості людей, ментальності; тобто потреби, мотиви, цінності, стереотипи та інші психологічні чинники, які впливали на вибір мети подорожі в ті чи інші періоди в певних регіонах).

6. Екологічні – збереження навколишнього середовища, придатного для проживання та відпочинку людей.

7. Науково-технічний прогрес (НТП) [25].

Туризм є основною складовою та пріоритетним напрямком для розвитку економічного зростання багатьох країн. Як уже зазначалося, туризм-це багатогранне явище, що має економічний, соціальний, культурний та екологічний виміри і є невичерпним потенціалом для постійного прогресивного зростання.

Туризм є найбільш динамічною сферою людської діяльності та фактором економічного і культурного розвитку, захисту навколишнього середовища, історичної та культурної спадщини, міжнародного взаєморозуміння, миру і поваги до прав людини та основних свобод без розрізнення раси, статі, мови чи релігії. Туризм є економічним джерелом нових робочих місць і доходів,

а також розвитку інфраструктури. Туризм є невід'ємною частиною міжнародного ринку [81].

Однак, щоб краще зрозуміти цей феномен швидкого та інтенсивного розвитку міжнародного туризму, його значення потребує інтерпретації. Туризм-це тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших шлях, при цьому особа не здійснює оплачувану діяльність в місці перебування[1].

Туризм-це проведення часу поза домом з метою задоволення , рекреаційних потреб, послуги якого надаються комерційними підприємствами. Цей вид туризму виник у Західній Європі в 17 столітті, але перші його ознаки були помічені ще в античності.

Туризм-це не лише екскурсії. Екскурсії-це шляхи, які постійно повторюються і передбачає, що туристам пропонують заздалегідь розроблені маршрути та туристи не стикаються з такими проблемами, які виникають, наприклад, при самостійній подорожі без туристичного гіда. Туризм також перетинається з іншими видами діяльності, тісно пов'язаними з туризмом, в результаті чого з'являються такі види туризму, як діловий туризм, спортивний туризм і медичний туризм (подорожі за кордон з метою отримання лікування).

Міжнародний туризм включає в'їзний та виїзний туризм, тобто діяльність відвідувачів, які постійно проживають на території даної країни, за її межами в межах внутрішніх або виїзних туристичних поїздок і діяльність відвідувачів, які не проживають на території даної країни, в межах даної країни під час в'їзних туристичних поїздок [34].

Туризм має як вузьке, так і широке значення. У вузькому розумінні туризм – це заздалегідь узгоджені маршрути для перевезення громадян за рахунок туриста. Однак такі подорожі не є трудомісткими за своєю природою. Таку діяльність здійснюють спеціальні організації, такі як туристичні агентства, бюро та компанії, які зазвичай називають суб'єктами туристичної організації. За законом України, вони зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і обслуговують туристів, які виїхали на деякий час з свого місця проживання [27].

В свою чергу турист (мандрівник) – особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 години до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін (із Закону України «Про туризм») [50].

Основні чинники, які спонукали виникненню подорожей, а потім і такої галузі, як туризм були:

1. Географічні-деталі розташування регіонів і країн та необхідність налагодження зв'язків між ними.

2. Соціальні-міграційні та демографічні процеси, розвиток соціальних відносин.

3. Політичні-завоювання та освоєння нових територій, перерозподіл політичного впливу.

4. Економічні-економічний розвиток.

5. Мотиваційні-особливості світогляду та менталітету людей, тобто потреби, мотивації, цінності, стереотипи та інші психологічні чинники, які впливали на вибір DESTИНАЦІЙ у певні періоди та в певних регіонах).

6. Навколишнє середовище -збереження навколишнього середовища як придатного для життя і відпочинку.

7. Науково-технічний прогрес (НТП) [25].

Сучасний туризм-це зростаюча швидкість розвитку туристичної галузі, культурний обмін між народами, інновації та вдосконалення туристичних підприємств. Саме через таку зростаючу роль, яку туризм відіграє в повсякденному житті, виникла потреба в науково-теоретичному осмисленні цієї сфери і сформувався теорія туризму.

Теорія (від θεωρία – розгляд, дослідження) – сукупність висновків, що відображає відносини і зв'язки між явищами реальності у вигляді інформаційної моделі [51]. Саме тому теорію туризму слід сприймати і вивчати як «відкриття» систему логічно упорядкованих наукових знань про зазначене явище.

Формування теорії туризму пов'язане та обумовлене процесом перетворення туризму в суспільно значимий фактор, який має серйозні наслідки для розвитку для розвитку людської цивілізації в її новій історії [24].

Перші спроби систематизації знань можна простежити в Австрії, Швейцарії та Німеччині, а перші лекції з туризму були представлені в Геттінгенському університеті, але існують джерела, які підтверджують, що розробки в науковому контексті почалися у 80-х роках 19 століття:

- 1) «Туризм у Німецькому Південному краї; Йоган Ангерер в 1881 р.
- 2) «Das Hotelwesen» Едуарда Фрагера, написана в 1883 році;

3) Доповідь, підготовлена Йозером Шраднером на конгрес про туристичну сферу, який проходив в Австрії у 1884 році.

Тоді почала з'являтися перша термінологія «туризм». Отже розвиток сучасної туристичної індустрії розпочався наприкінці 19 століття.

Науково-дослідні та професійні навчальні заклади були основою для подальших дослідженням та вивченню туристичної індустрії. Туристичні заклади, які існували в 19-20 століттях:

- м. Дюссельдорф – «Вище училище готельного господарств і транспорту»;

- м. Берлін- «Інститут туризму при Вищому торговому училищі»;

- м. Відень – «Науково-дослідний інститут туризму при вищому училищі світової торгівлі»;

- м. Берн – «Інститут досліджень з туризму».

Європа по праву вважається батьківщиною туризму, оскільки туристичні дослідження та перші дослідницькі інституції з'явилися саме в європейських країнах, та не варто забувати про Сполучені Штати Америки, які внесли свої корективи в розвиток цієї сфери. Саме Вашингтонський університет вперше запровадив дослідницьку програму в галузі туризму та громадського харчування.

Науковець Браун опублікував результати першого дослідження, в якому було використано термін «рекреація». Його наукова робота стосувалась бізнес рекреації.

Рекреація, активний відпочинок (лат. recreatio – відновлення) – це система заходів, пов'язана з використанням вільного часу людей для їх оздоровчої, культурно-ознайомчої і спортивної діяльності на спеціалізованих територіях, які розміщені позаїх постійним помешканням [52]

Після Другої світової війни почали створюватися регуляторні органи, і туристична галузь не стала винятком: у 1951 році була заснована Асоціація наукових експертів з туризму (AIEST). Її метою є покращення світової туристичної індустрії, аналізуючи останні тенденції та інновації в туристичній

галузі та розробляючи про активні рішення проблем, які виникають після їх впровадження. Асоціація об'єднує молодих і досвідчених членів з академічним і практичним досвідом. Членам надається можливість взаємодіяти з професіоналами з усього світу та обмінюватися науковим і практичним досвідом.

Сфера туризму та її подальше вивчення стали можливими завдяки вченим, які зосередилися на нових напрямках досліджень. Почала формуватися наукова школа туризму. З науковців туристичної школи в Австрії можна виділити таких представників: Бернекер визначає туризм як "... сукупність взаємовідносин та послуг, пов'язаних з тимчасовою та добровільною зміною мандрівником місця

проживання з некомерційних чи непрофесійних причин» [21]. Д. Стаднер, В. Еднер, Д. Мазанець, Е. Стап. Німецьку школу туризму формували: Г. Вальтершпіль, Б. Пфістер, Г. Сауерманн.

До військового вторгнення в Україні розвивався власний погляд науковців на туризм і туристичні послуги. Українські науковці працювали з галузями, пов'язаними з туристичною індустрією. А саме:

- географія туризму;
- маркетинг;
- туристичні ресурси;
- методологія та розвиток територіальних рекреаційних систем;
- просторові аспекти;
- фінансування;
- управління людськими ресурсами;
- планування;
- функціонування;
- екологія;

НУБІП України

– медицина;
– соціологія;
– психологія;

НУБІП України

– історія
– культурологія.

Свій внесок у дослідження історичного розвитку туристичної сфери зробили такі вчені: Т.А. Діорова, С.І. Попович, П.І. Тронько, В.К. Федорченко.

НУБІП України

Залучення соціальної сфери в туристичну галузь можна знайти в роботах: М. Мініч, В.С.Пазенка та Ю. П. Яковенка. Оскільки туристична галузь не може стояти осторонь і тісно пов'язана з іншими галузями які мають на неї вплив. Однією з них є економіка. Дослідженням проблеми туризму займалися такі

НУБІП України

вчені: Л.Г. Агафонова, В.К. Євдокименко, М.І.Долішній, Н.Ю.Коніщева, Д.М.Стеченкота інші.

Туристична сфера постійно розвивається. Це відбувається тому, що постійно з'являються нові тенденції. Туризм створює нові туристичні тенденції, які впливатимуть на подальший розвиток. Основні потреби туристичного бізнесу

НУБІП України

включають:

- 1) Створення та розширення освітніх та дослідницьких установ для вивчення туристичного сектору;

НУБІП України

- 2) Збільшення кількості дослідників, оскільки туристичні потреби постійно досліджується. Іншими словами, туризм потребує фахівців з науковими ступенями в галузі туризмознавства;

НУБІП України

- 3) Збільшення кількість видань навчальної та професійної літератури;
- 4) Розробка програм, які б дозволили інвесторам та державному

бюджету приділяти більше уваги підготовці молодих фахівців, оскільки в розвиток туристичного бізнесу вкладається багато інвестицій, але не в розвиток науки та освіти,

5) Теорія туризму повинна стати більш поглибленою. У праці 1974 р.

«Туризм: минуле, сучасне і майбутнє» Хеймана, туризм визначається як тимчасове короткотермінове переміщення людей в місця, відмінні від тих, де вони проживають та працюють звичайно, а також їх діяльність під час перебування в цих місцях. Таке визначення було дане Беркартом та Медліком [15].

В. Гуляєв визначає туризм, як тимчасові виїзди громадян, іноземних громадян та осіб без громадянства з постійного місця проживання з професійно-діловою, спортивною, релігійною метою, для оздоровлення, пізнання тощо без заняття роботою, що оплачується в країні (місці) тимчасового перебування [18].

М. Біржаков вважає, що туризм – це тимчасове переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну або іншу місцевість у межах своєї країни вільний час з метою отримання задоволення чи відпочинку, оздоровчих і лікувальних, гостьових, пізнавальних послуг, релігійної або професійно-ділової мети, але без заняття роботою, що оплачується із джерела у місці, яке відвідується [14].

О. Любіцева вважає, що туризм – це явище суспільного життя і є однією з найбільш сталих складових світової економіки та вважається перспективним напрямком соціально-економічного розвитку [17].

М. Кабушкін вважає, що туризм – це економічна галузь, яка включає в себе діяльність туристичних агентів, посередників та організаторів [15]. Організація Об'єднаних Націй визначає туризм, як всі види руху населення, які не пов'язані зі зміною місця роботи і проживання, подорожі з метою відпочинку, участі у наукових, ділових і культурних зустрічах [88].

Масштаби економіки туризму залежать від кількості людей, які мають

однакові потреби і бажання – здійснити туристичну подорож. Збільшення кількості людей, які відвідують країну, сприятиме збільшенню виробництва туристичних товарів і послуг, створенню нових робочих місць [64].

Оскільки туризм став важливою сферою економічного розвитку багатьох країн, уряди та туристичні організації з країн, де туризм розвивався краще і швидше, об'єдналися у Міжнародну спілку офіційних туристичних організацій (МСОТО). Спілка налічувала 116 країн, а в 1969 році, згідно з резолюцією Генеральної Асамблеї ООН, вона була реорганізована у міжурядову Всесвітню туристичну організацію (ВТО).

Всесвітня туристична організація – спеціалізована установа ООН, створена у 1975 році, відповідальна за просування стійкого та загальнодоступного туризму. Україна є повноправним членом із 1997. Офіційні мови організації: англійська, арабська, іспанська, французька [64]. Робота UNWTO ведеться за п'ятьма основними напрямками:

1) впровадження інновацій у сфері цифрової трансформації для створення розумнішого туризму;

2) збільшення конкурентоспроможності міжнародного туризму для залучення ще більше інвестицій, а також підтримки та розвитку бізнесу;

3) створення великої кількості нових робочих місць, а також якісне навчання нового персоналу;

4) формування хорошої та стійкої бази для більш безпечної та безперервної подорожі;

5) збереження та використання потенціалу регіону для захисту культурної та природної спадщини, а також підтримання громад не тільки в економічному плані, а й соціальному.

За статистичною методикою ВТО, держави-члени цієї організації поділені відповідно до географічних ознак на шість регіонів: Азіатсько-Тихоокеанський, Північна і Південна Америка, Африка, Близький Схід, Південна Азія та Європа.

Існуючий поділ відображає як особливості світової економіки, так і історію розвитку туризму. Вперше цей поділ з'явився в Європі, а пізніше в Північній Америці. Ще до Першої світової війни, країни цих регіонів мали добре розвинений туристичний обмін і розвинену туристичну індустрію. Між двома світовими війнами міжнародний туризм поступово розвивався. Розширилася туристична реклама. Наприклад, у 1931 році 33 країни активно рекламували себе за кордоном і мали туристичне представництво у США. Після Другої світової війни виник міжнародний туристичний ринок. Туризм став важливим сектором як в економічному, так і в політичному плані. СОТ додатково поділила його на

менші субрегіони відносно географічного регіонального поділу. Це пов'язано з нерівномірним розвитком туризму в межах регіонів. Наприклад, Європа поділяється на Північну, Південну, Західну та Центральну Європу. Західна та Південна Європа є найбільш розвиненими з точки зору туризму, але згідно з останніми даними, інтенсивний розвиток туризму очікується і в Північній Європі [37].

Найбільш розвиненими видами туризму в Україні є:

1. Лікувально-оздоровчий туризм- туристи відвідують такі курорти, щоб пройти оздоровчі процедури, спрямовані на лікування хронічних захворювань

2. Гірськолижний туризм- найпопулярніший вид спортивного туризму. Існує безліч маршрутів різної складності для гірськолижного туризму (гірськолижний туризм вимагає відповідної підготовки та спорядження).

3. Рекреаційний туризм- це туризм з єдиною метою відпочинку. Він допомагає туристам відновити своє фізичне і психічне здоров'я. У цьому виді туризму організуються екскурсії за задалегідь підготовленими маршрутами (сюди входять відвідування різних заходів і фестивалів, а також історичних і культурних місць).

4. Водний туризм може бути екстремальним. Він передбачає сплави по річках, катамарани, плоту та спеціальне спорядження.

5. Етнічний туризм-це вид туризму, яким користуються люди похилого віку, оскільки він дозволяє їм повернутися в місця, де вони жили раніше або де жили їхні родичі

6. Паломницький туризм-найпопулярніший вид релігійного туризму серед віруючих. Він передбачає відвідування святих місць, монастирів і біблійних місць поклоніння. Святі місця відвідують люди різних віросповідань та конфесій.

7. Пригодницький туризм - це нестандартні подорожі. До таких подорожей відносяться поїздки з різноманітними квестами (екскурсіями), поїздки на нетрадиційному транспорті, незвичайні риболовлі, походи з палатками, подорожі на яхтах та інших плавзасобах. Більшість таких подорожей відбуваються в межах власної країни.

ВТО визначає туристів як людей, які «знаходяться і подорожують за межами свого звичайного місця проживання не більше одного року поспіль для різних видів поїздок: відпочинок, ділова, рекреація тощо». З цього визначення робимо висновок, що ВТО визначає туризм як єдиний вид діяльності. Туризм розглядається з різних точок зору: як індустрія, як сектор, як послуга, як явище, як діяльність, як бізнес, як мистецтво і як наука.

У деяких країнах, таких як Франція, Іспанія, Кіпр, Італія та Чехія, міжнародний туризм становить від 15% до 45% валового внутрішнього продукту.

Ключовими функції міжнародного туризму для економіки країни є:

- країна генерує цілий ряд розважальних послуг і підвищує рівень валового внутрішнього продукту;
- завдяки туризму поповнюється державний бюджет, підтримуються туристичні центри та забезпечується заробітна плата всіх працівників;
- туризм та природні пам'ятки допомагають вирівняти слабкий розвиток деяких регіонів країни;
- створення нових робочих місць.

Фактори розвитку туризму визначаються як рушійні сили, що впливають

на тенденції міжнародного туризму. До таких тенденцій розвитку туризму відносяться наступні фактори:

- зростання доходів населення;
- скорочення робочого часу;
- збільшення стресових ситуацій;
- розширення асортименту транспорту для туристичних поїздок;
- розвиток інформаційних технологій;
- спрощення митних формальностей [77].

Міжнародний туризм є однією з найбільш домінуючих і прибуткових галузей у світі. Туризм тісно співпрацює з цілою низкою бізнесів, які впливають на надання послуг і є невід'ємною частиною цього процесу. До бізнесів, які сприяють розвитку міжнародного туризму, належать банківська справа та страхування. На міжнародний туризм також впливають економічні, політичні, культурні, природні та людські ресурси, які створюють власні туристичні центри, але ставлення до міжнародного туризму в різних країнах різне. У більшості випадків країни обирають кілька сфер, які приносять найбільший дохід і розвивають їх. До таких сфер належать транспорт, розваги, харчування та розміщення.

Міжнародний туризм – це не лише знайомство з добре відомими місцями, а й відкриття нових напрямків. Він стимулює національний розвиток і підтримує економіку країн, які тільки розвивають туристичний бізнес. Міжнародні туристичні агенції стимулюють розвиток депресивних територій, створюючи умови для привабливості туристів.

Міжнародний туризм також є одним із ключових елементів для досягнення цілей розвитку країн, що швидко розвиваються. Це означає поліпшення добробуту населення, стійке економічне зростання, зайнятість, підвищення рівня

соціальних потреб і створення капіталу для регіонального розвитку.

Всесвітня туристична організація розробила й ухвалила пакет рекомендацій і формальностей для ефективного розвитку міжнародного туризму:

1. Паспортні формальності: децентралізація паспортних служб; скорочення термінів і спрощення процедури оформлення закордонних паспортів; запровадження розумного збору, встановлення терміну чинності паспорта не менше п'яти років із необмеженою кількістю поїздок; збереження закордонного паспорта у власника без права його конфіскації; приведення паспортів у відповідність до міжнародних стандартів, що дозволяє здійснювати їх перевірку за допомогою комп'ютерних систем.

2. Валютні формальності: дозвіл на ввезення валюти в розмірі, зазначеному в митній декларації; надання повної інформації потенційним відвідувачам і туристам про правила і курси обміну валюти; обов'язкові розміщення відповідної інформації на контрольно-пропускних пунктах в'їзду; забезпечення можливості зворотного обміну валюти при виїзді; з країни перебування, тільки добровільний обмін ввезеної валюти; надання права туристам мати при виїзді достатні суми в національних грошових одиницях для зворотної поїздки своєю країною.

3. Візові формальності: безвізовий в'їзд на термін до трьох місяців; поширення чинності візи терміном на 12 місяців на один чи кілька в'їзд у всі пункти за всіма маршрутами, відкритими для туристів, із використанням будь-якого виду транспорту; взаємне визнання візи сусіднім державами; у виняткових випадках надання дозволу на в'їзд на контрольно-пропускному пункті; запровадження єдиного консульського збору чи залежно від громадянства туриста.

4. Медичні формальності й надання медичної допомоги туристам, розширення співробітництва національних туристичних адміністрацій: органами охорони здоров'я в справі надання вичерпної інформації медичного характеру

всім зацікавленим особам; укладання договорів медичного страхування і надання медичної допомоги туристам; надання невідкладної медичної допомоги всім без винятку туристам; у разі захворювання в гострій формі чи смерті негайне повідомлення консульства і родичів; перевезення тіла на батьківщину чи його поховання; швидке оформлення необхідних документів. – митні формальності:

обкладання туристів податками, зборами, включення деяких податків і зборів на утримання та оновлення туристичне об'єктів у структуру непрямиго оподаткування, у вартість квитків: путівок, турів, замість прямого збору валюти з відвідувачів [57].

Міжнародний туризм – це лише один з видів туризму. Основним критерієм, який відрізняє міжнародний туризм від інших видів туризму, є подорож за межі країни проживання. Для цього необхідні певні формальності, такі як візи, закордонні паспорти, перетин кордону, страхування та обмін валюти.

Вище зазначені критерії були запроваджені для усунення нелегального туризму, забезпечення дотримання послідовності "в'їзду" та "виїзду", а також для усунення таких понять, як нелегальна імміграція, міжнародний тероризм, незаконний обіг наркотиків та проституція.

Якщо в країні діють обмеження у зв'язку з COVID-19, імміграційні органи перевіряють наявність довідки про проходження тесту, довідки про щеплення (якщо країна дозволяє такі довідки, оскільки українські довідки про щеплення не визнаються деякими країнами).

Якщо законодавство приймаючої країни змінюється, то ці зміни можуть спростити або створити нові проблеми в пунктах в'їзду. Всі нововведення впливають на туристичні потоки, які можуть збільшуватися або зменшуватися.

Інша особливість міжнародного туризму розкривається через вплив, який міжнародний туризм чинить на платіжний баланс країни [88]. Валютний бюджет країн залежить від туристичних потоків, що сприяє активізації всіх платіжних

систем. Всі міжнародні платіжні системи, пов'язані з туристичним бізнесом, включені в пасиви платіжного балансу країни.

Таким чином, еволюційний розвиток туристичного сектору характеризується надзвичайним багатством і різноманітністю. Туризм-це сектор, який не може стояти на місці, оскільки йому необхідно постійно відповідати потребам туристів і сучасним пріоритетам. Міжнародний туризм залишається найприбутковішою галуззю в багатьох країнах.

1.2. Класифікація міжнародного туризму в системі світового господарства

Сьогодні не існує однозначного визначення терміну "туризм". Кожен науковець, який вивчає або вивчав цю сферу, дає своє визначення. Одне лишається незмінним. Туризм-це масове явище. Люди добровільно виїжджають за межі свого місця проживання з метою ознайомлення з культурою, природою та мешканцями інших країни. До основних критеріїв належать:

- мета подорожі;
- тривалість подорожі.
- природні умови;
- трансфер;
- територіальна привабливість;
- вподобання клієнта;

Історія міжнародного туризму сягає корінням у глибоку давнину. Раніше поняття "туризм" в античності можна було знайти в торгівлі, дослідженнях, завоюванні територій та релігійно мотивованих подорожах, але не так багато людей залишали свої домівки, оскільки всі перші подорожі були не організованими і не мали рекреаційної складової. Оскільки кожна подорож

вимагала багато часу і зусиль, мандрівники потребували місяць, де можна було б поїсти і переночувати. Ці послуги надавали місцеві жителі або мандрівники зупинялися в тавернах. Лише після промислової революції туризм став масовим явищем.

Найдавніший період - доісторичний. Етапи його розвитку датуються періодом від 2 до 20 мільйонів років до нашої ери. Люди шукали їжу, рятувалися від ворожих нападів, розширювали територію своїх поселень і шукали найтепліший клімат. Доісторичний туризм характеризувався невеликою кількістю мандрівників, які не мали на меті відпочинок у сучасному

розумінні.
У давнину подорожі не виходили за межі Європи, Близького Сходу, Північної Америки та Північної Африки. Починаючи з 3 століття до нашої ери, люди подорожували, щоб відвідати місця з цілющими властивостями, а їхньою мотивацією була участь у різноманітних релігійних святах.

У давнину паломництво, медицина, торгівля та освіта були основними мотивами для подорожей. У Стародавній Греції додався ще один вид міжнародного туризму - спортивний. Це спонукало місцевих жителів до масового будівництва доріг, таверн і заїжджих дворів, що сприяло прискоренню економічного розвитку.

Близько 4500 років тому єгиптяни побудували стародавні піраміди, і є таке припущення, що саме в цей період зародився туристичний бізнес. Єгипетська культура дуже багата на релігійні свята та ритуали. Вони будували не тільки піраміди, але й міцні будівлі, куди відвідувачі могли увійти і побачити все на власні очі. Під час святкувань зародилися перші елементи кейтерингу та реклами.

Давньогрецьке місто Афіни вже було відоме своїми постійними розвагами та магічними мистецтвами. Перший туристичний путівник з'явився в

4 столітті і був написаний Геродотом. До переліку міст, включених до цього путівника, входили Афіни, Спарта і Троя. Заїжджі двори та придорожні рекламні вказівники вже існували в Стародавній Греції.

У 8 столітті до нашої ери шумери винайшли гроші, що сприяло швидкому розвитку туризму. Мандрівники могли використовувати їх для власних потреб у подорожах, а оскільки подорожуючим був потрібен дозвіл, шумери почали займатися організацією подорожей, а мандрівники у них купували цей дозвіл. Мотивами для подорожей в античності також були військові та адміністративні цілі.

У часи розвитку римського туризму люди могли подорожувати до Єгипту і бачити такі чудеса, як Висячі сади у Вавилоні, статую Зевса в Греції та Олімпію (де в той час проводилися різноманітні спортивні змагання і люди могли брати участь у боротьбі, магії та танцях). Приблизно в цей самий час комерційними стали далекі морські подорожі вздовж океану. Люди подорожували водними шляхами та суходолом. У цей час було розроблено кілька пристосувань, таких як галери та митні пости, щоб дозволити туристам безпечніше і комфортніше подорожувати.

Тоді ж були розроблені пристрої, щоб дозволити туристам безпечніше і комфортніше подорожувати морем і сушею: шлагбаум і камбуз.

Камбуз – приміщення на кораблі, пристосоване та призначене для приготування їжі (кухня). На кораблі камбузом також називається чавунна або залізна піч із казаном [48].

Середземномор'ям і Близьким Сходом мандрівники подорожували на верблюдах. Для ночівлі використовували караван-сараї та наметові містечка, де тварини могли залишатися на ніч. Цікаво, що сервіс на Близькому Сході був набагато кращим, ніж у Європі. Це було пов'язано з процвітаючою торгівлею.

Третій етап розвитку туризму - Середньовічний або Темний туризм. Цей

етап бере початок у 15-16 століттях після розпаду Римської імперії

Середньовіччя відоме тим, що туризм розвивався лише в релігійному напрямку. Релігійні центри, такі як Єрусалим і Мекка, ставали все більш популярними. Індуси систематично подорожували і відвідувати різні храми..

Поруч з усіма релігійними місцями були створені різні благодійні заклади гостинності, тури та туристичні путівники.

Розвиток туризму в Британії та США був зумовлений тим, що населення розвинуло систему доріг, яка дозволила регулярні поїздки диліжансами.

Диліжанс – вид чотириколісного пасажирського або поштового транспортного засобу на жорсткій підвісі, який тягнула четвірка коней, що широко використовувався перед введенням залізничного транспорту [49].

За користування дорогами був введений податок, а центрами розміщення були Horse Drawn Omnibus в столицях Англії та Франції, де зупинялися і розміщувалися на нічліг мандрівники.

В епоху Відродження (17-18 століття) люди більше цікавилися освітою, ніж релігією. Відбувалося відродження мистецтва, літератури і архітектури.

Будівництво готелів вже було більш досконалим, а туристичні готелі ставали туристичними атракціями. Готелі розміщувалися в безпосередній близькості один від одного.

Розвиток масового туризму спричинив появу різних спеціалізованих компаній, які сприяли розвитку дипломатичних відносин між країнами та континентами. Приблизно в цей час з'явилися перші ознаки туристичних агентств, відомих тоді як "бюро подорожей".

В епоху індустріалізації (19-20 століття) багато сільськогосподарських міст були перетворені на індустріальні. Це призвело до урбанізації, попиту на робочу силу, міграцій з сільської місцевості та збільшення кількості громадян середнього класу, розвитку кращої освіти, збільшення вільного часу завдяки оплачуваним відпусткам, попиту на рекреаційні послуги тощо.

Урбанізація сприяла появі таких винаходів, як залізниця, пароплави, автомобілі, літаки, які могли тривалий час перебувати в повітрі. Чим більше вдосконалювався транспорт, тим більше цей факт сприяв розвитку туризму

Після Другої світової війни, починаючи з 1960 року, міжнародний туризм повністю відновився і почався його новий етап.

У XX - XXI століттях міжнародний туризм став одним з найважливіших видів економічної діяльності держав і має значний вплив на усі країни світу. Сучасний туризм став більш інтенсивним і бізнес-орієнтованим у всіх сферах діяльності. Міжнародний туризм можна поділити на дві категорії: в'їзний та

виїзний. Виїзний вид міжнародного туризму – це поїздка або подорож людей, що постійно проживають в одній країні, в іншу країну. В'їзний туризм – це подорож за межі країни постійного проживання [29].

Той самий турист може бути класифікований як такий, що в'їжджає і виїжджає одночасно залежно від того, стосовно якої країни стосується його переміщення. Розрізняють країну походження туриста, яку він залишає, і країну призначення, куди він прибуває. У першому випадку мова йде про виїзний, у другому – про в'їзний туризм. Ці терміни використовують стосовно до закордонної подорожі на початку поїздки. На зворотному шляху турист просто повертається додому [34].

Туризм поділяється за формами та метою відвідування (див. Таблицю 1.1).

Таблиця 1.1. **Форми туризму за цілями**

Форма туризму	Цілі
Рекреаційний туризм	Це туризм, який є повною протилежністю ділових подорожей. Метою рекреаційного туризму є відпочинок і перезавантаження, лікування, спорт, культурне просвітництво

Продовження таблиці 1.1. **Форми туризму за цілями**

Культурний туризм	Основна мета таких подорожей — ознайомлення з туристськими визначними пам'ятками (пам'ятниками історії, архітектури, мистецтва; природними та етнічними особливостями; сучасним життям народу тощо).
Релігійний туризм, паломницький туризм	Сукупність поїздок представників різних конфесій з паломницькими цілями. Паломництво - прагнення віруючих людей вклонитися святим місцям.
Сімейний туризм	Тимчасові подорожі сім'ї (з дітьми або без), або групи, що складається з кількох сімей в місцевість, відмінну від місця постійного проживання, вчинені у вільний час. головною рисою сімейного туризму, як і будь-якої форми сімейного дозвілля, є взаємодія всіх членів сім'ї.
Оздоровчий туризм, медичний туризм	Подорож з метою поліпшення здоров'я або позбавлення від захворювання. Тимчасова міграція людей з метою лікування як всередині країни, так і поза її межами.
Спортивний туризм	Спортивне удосконалення в подоланні природних перешкод. Участь у спортивних подіях (безпосередня та в якості відвідувачів).
Пригодницький туризм	Поїздки в незвичайні тури, наприклад, в екзотичні місця. Отримання вражень, які не можна знайти в звичайному житті (експедиції, сплави по річках або походи в джунглі та резервації, тощо)
Освітній туризм	Освітній туризм - це подорож, метою якого є отримання освіти або поєднання відпочинку з навчанням. Це як навчання у ВНЗ, так і підвищення кваліфікації, проведення досліджень, обмін досвідом тощо.
Діловий туризм	Поїздки та подорожі відбуваються з метою налагодження бізнес-контактів, підписання контрактів, розширення виробництва, пошуку постачальників і партнерів. Також це можуть бути поїздки на мовні курси, семінари, симпозиуми, конференції, зустрічі тощо.

Примітка. Складено автором за даними World Tourism.

Також туризм поділяється на «регіональний і національний туризм».

Регіональний туризм (від лат. regio – область) – різновид туризму за

охопленням території, туризм усім регіоном, туристська діяльність, характерна для територій з однотипними умовами розвитку туризму. В спеціалізованій туристичній літературі виділяють такі регіони з найбільшою туристичною активністю, як Альпи, Анди, Карпати, Тибет, Кавказ, Балканський півострів, Адріатичне море[53].

Національний туризм – це сукупність внутрішнього та зарубіжного (виїзного) туризму, а також показники стану та динамік розвитку туризму в межах державних кордонів, і визначається як частка туризму в національній економіці у сфері надання невиробничих послуг, також, система координації та співробітництва державних, суспільних, господарських організацій в сфері національної туристичної політики [54].

Для того, щоб оцінити, конкурентоспроможність туристичного бізнесу країни, потрібно враховувати:

- стан нормативно-правової бази;
- тенденції розвитку бізнес-середовища та туристичної інфраструктури;
- ресурсний потенціал[34].

Туристичний бізнес країни може розвиватися лише при наявності чіткої системи, включаючи організаторів туристичної сфери (туроператорів і турагентів). Організатори туризму є учасниками туристичного ринку, які формують туристичний продукт і забезпечують його продаж, надають інші туристичні послуги. Комфортність умов перебування зумовлюється розвитком індустрії засобів розміщення [34].

Таким чином, можна зробити висновок, що на розвиток міжнародного туризму в сучасних умовах впливає багато чинників, які обумовлюють виникнення нових форм у туристичній сфері і є актуальними для споживачів туристичного продукту.

1.3. Чинники, що впливають на розвиток міжнародного туризму у світі

На розвиток індустрії туризму впливає велика кількість чинників: постійних та змінних. Н.Л. Жукова та О.М. Азарян, досліджуючи чинники, «що обмежують розвиток рекреаційної сфери і туризму в Україні й окремих її регіонах» наполягають на розробці «антикризових заходів для відновлення рекреаційної сфери з метою подальшого її розвитку і досягнення економічного зростання» [15].

Л.П. Дядечко, визначаючи цілі державного регулювання та пріоритетних напрямів розвитку туристичного бізнесу наводить «як позитивні, так і негативні чинники, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і в світі» [17].

Узагальнюючи погляди різних науковців, можна зазначити, що позитивна динаміка розвитку міжнародного туризму зумовлена наступними факторами:

- економічне зростання та соціальний прогрес призвели до збільшення обсягів ділових подорожей з пізнавальною метою;
- збільшення кількості працівників і робітників у розвинених країнах та їх матеріального і культурного рівня;
- інтенсифікація праці та збільшення тривалості відпусток для робітників;
- удосконалення всіх видів транспорту зробило подорожі дешевшими;
- розвиток міждержавних відносин і культурних обмінів між країнами призвів до розширення міжособистісних зв'язків між регіонами;
- розвиток сфери послуг стимулював розвиток перевезень та технологічний прогрес у сфері телекомунікацій;
- послаблення валютного експортного контролю та спрощення прикордонних формальностей у багатьох країнах [18].

Неодноразово відзначався позитивний вплив міжнародного туризму на економіку країн та розвиток держав. Існує чотири моделі регулювання туристичної галузі:

1. Самоорганізація. Ця модель базується на відсутності центральної державної туристичної адміністрації. Питання вирішуються на принципах ринкової «самоорганізації». Використовують таку модель у тих випадках, коли туризм для національної економіки не актуальний, а суб'єкти туристичного ринку займають сильні позиції і здатні вирішувати свої проблеми без державної участі. Прикладом є США.

2. Централізована. Туристичною галуззю управляють міністерства. Ця модель передбачає наявність сильного й авторитетного центрального органу – міністерства, що контролює діяльність усіх підприємств туристичної галузі в країні. Для її реалізації потрібні відповідні умови, а саме: знанні фінансові вкладення в туристичну індустрію: зокрема у рекламну й маркетингову діяльність, інвестування в туристичну інфраструктуру тощо. Прикладом є Єгипет, Туреччина, Мексика, Туніс;

3. Європейська модель. В цій моделі питання розвитку туристичної діяльності вирішуються в рамках певного багатогалузевого міністерства на рівні відповідного галузевого підрозділу. Підрозділ міністерства, що відповідає за розвиток туризму в країні, здійснює свою діяльність у двох напрямках: вирішує або регламентує загальні питання державного регулювання та спрямовує і координує маркетингову діяльність. Прикладом є Франція, Велика Британія, Італія, Іспанія;

4. Змішана модель. Ця модель передбачає створення комбінованого міністерства, яке охоплює разом із туристичною діяльністю ще й інші суміжні галузі. Характерними ознаками четвертої моделі державного регулювання є визначення туристичної галузі пріоритетною для країни, чіткий розподіл повноважень між центральною та регіональною туристичними адміністраціями. Прикладом є Індія і Малайзія.

Кожен регіон має свої особливості і приваблює туристів своєю неповторністю.

Найпривабливіші чинники туризму в різних регіонах світу (табл. 1.2).

Таблиця 1.2. Чинники для розвитку туризму в різних регіонах світу

Країни з найбільшою туристичною привабливістю за регіонами	Чинники, що сприяють зростанню туристичної привабливості в регіоні
Країни Південноамериканського регіону	Розвиток екотуризму в Амазонії Екзотична природа Архітектурна унікальність столиць
Країни Європейського регіону	1. Концентрація історичних і культурних пам'яток Спрощений візовий режим Високий рівень послуг Пільговий податковий режим Сучасна банківська мережа Добре налагоджена телекомунікаційні структури
Країни Середземноморського регіону	Зростання паломницького туризму Наявність широкого спектра медичних і оздоровчих послуг Туристичні маршрути чотирма морями Розвинута туристична інфраструктура Високий рівень сервісу
Країни Азіатського регіону	Високий рівень обслуговування та сервісу Мінімальні податки. Практика безмитної торгівлі «Tax Free» Екзотичні краєвиди та своєрідна культура Політична стабільність

Примітка. Складено автором за даними World Tourism

Загалом, на розвиток туризму в усьому світі впливають різноманітні фактори, які поділяють на дві категорії: зовнішні та внутрішні.

Розглянемо зовнішні фактори:

НУБІП України

- природно-географічні фактори;
- культурно-історичні фактори;
- економічні фактори.
- соціальні фактори.

НУБІП України

- демографічні фактори.
- політичні та правові фактори.
- технологічні фактори.
- екологічні фактори.

НУБІП України

Внутрішні фактори-це ті фактори, які безпосередньо впливають на туристичну сферу і є найважливішими матеріально-технічними чинниками розвитку галузі. Внутрішні фактори включають попит, пропозиція й розовсюдження (перетворення тимчасового попиту на турпродукт на постійний попит), зростання ролі індивідуального туризму;

НУБІП України

зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішньо регіональних туристичних сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікул тощо);

НУБІП України

- зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальних інтеграцій, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім і малим бізнесом; вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних союзів; глобалізація туристського бізнесу тощо);

НУБІП України

- зростання ролі ЗМІ й зв'язків із громадськістю (паблик рілейшнз) у просуванні, рекламі й реалізації турпродуктів;

НУБІП України

- зростання ролі фахівців у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно-кваліфікованої структури тощо);

НУБІП України

- зростання чисельності представників туристичного бізнесу

(створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні турпослуги) [76]

Висновки до розділу 1

Таким чином, туризм як вид економічної діяльності виник дуже давно і продовжує розвиватися. Еволюційний розвиток туризму характеризується надзвичайним багатством і різноманітністю. Туризм-це галузь, яка не стоїть на місці, оскільки повинна постійно реагувати на потреби туристів і викликів сучасності. Міжнародний туризм залишається найприбутковішою галуззю в багатьох країнах світу і тому потребує інвестицій у вітчизняний туристичну сферу..

На розвиток сучасного міжнародного туризм впливає багато зовнішніх факторів(природно-географічні, культурно-історичні, економічні, соціальні, демографічні, політичні, правові, технологічні ,екологічні) та внутрішніх факторів.

Можна стверджувати, що міжнародний туризм реалізується у багатьох формах і має надзвичайно важливе значення для економіки країн. Усі сфери, що тісно пов'язані із туризмом, без перебільшення, мають колосальний вплив на його розвиток. Тому можна зробити висновок, що автономне існування туризму у економічній системі неможливо.

Український туристичний ринок має наслідувати приклад європейських країн та Сполучених Штатів Америки, де туризм є важливим джерелом доходу та видом самостійної економічної діяльності. Існує достатньо підстав для позитивного розвитку міжнародного туризму в Україні. Необхідно визначити слабкі сторони, побороти корупцію, докласти зусиль для їх усунення, створювати та просувати нові види туризму на міжнародний ринок.

РОЗДІЛ 2

НАУБІП УКРАЇНИ

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

2.1. Сучасні тренди та новітні напрямки розвитку туристичного бізнесу в Україні та світі з урахуванням кризових чинників

Кризові ситуації завжди мали негативний вплив на сферу туризму, але кожного разу вона відновлювалась і продовжувала розвиватись. Однією з криз, яка мала найбільший вплив на туристичну галузь 20-го століття, була криза після Другої світової війни.

Сьогодні глобалізація є невід'ємною частиною розвитку міжнародного туризму. Глобалізація спонукає до створення нових ринків, пошуку нових інноваційних технологій, створює конкуренцію на світовому ринку. Вона призвела до створення певних типів виробничих відносин, а також нових методів виробництва в цілому [24].

На початку двадцятого століття світове господарство перетворилося на єдине глобальне ціле, де відбуваються різноманітні процеси. Як наслідок глобалізації світового господарства з'явилися такі взаємопов'язані фактори:

1) міжнародний поділ праці: нова концепція міжнародного поділу праці була викликана структурою, практикою та логікою сучасної глобальної економіки.

Цей поділ сприяє змінам економічної сили між країнами та регіонами за рахунок використання певних переваг, таких як географічне положення, низька вартість енергії, сировини, робочих рук, доступ до ринків збуту та створює умови для розвитку глобальної економічної та політичної багатополлярності;

2) фінансова інтернаціоналізація: яскравими прикладами цього явища є запровадження єдиної європейської валюти та об'єднання світових валютних

ринків, функціонування міжнародних банківських мереж та залежність багатьох національних фінансових систем від коливань світових фондових ринків;

3) нові інформаційно-технологічні системи: нова інформаційно-орієнтована економіка сприяє технологічним проривам завдяки впровадженню ноу-хау технологій, а єдиний інформаційний простір робить національні кордони "прозорими";

4) посилення конкуренції між країнами, що розвиваються, та розвиненими індустріальними країнами;

5) гомогенізація міжнародного споживчого ринку: однією з причин цього явища є поширення масової культури, що диктує моду на однакові товари та послуги (автомобілі, побутову техніку, мобільні телефони, джинси, спортивне взуття, напої, тощо). Споживання однотипних послуг (ресторани швидкого

харчування, кіно, музика, література, розваги в нічних і комп'ютерних клубах, дискоотеках, барах), їх стандартизація і проникнення в усі сфери життя і регіони світу [51].

Світова фінансова криза 2020 року стала найбільшою кризою 21 століття - за оцінками, найгіршою з часів кризи 2008 року та Великої депресії. Будь-яка зміна геополітичного значення призводить до коливань у міжнародному туризмі, і цей факт має дуже значний вплив на міжнародну туристичну індустрію. Для більш стабільного функціонування країни застосовують різні моделі розвитку міжнародного туризму.

Впровадження інноваційних технологій в туристичну галузь є перспективним напрямком розвитку підприємств, пов'язаних з туризмом. Чим більше в туристичній галузі впроваджуються новітні технології, тим більша економічна ефективність та результативність діяльності туристичних підприємств.

Пошук інновацій у сфері міжнародного туризму, який є рушійною силою розвитку України, повинен здійснюватися в першу чергу. Останні тенденції, що виникають у міжнародному туризмі, полягають у наступному:

1. роботи, чат-боти та автоматизація Інновації в сучасному туризмі все більше роботизуються. Дослідження, проведене вченими, показало, що через кілька років туристична індустрія стане все більш роботизованою. Вже зараз у деяких ресторанах замість офіціантів працюють роботи. Ця тенденція поширена в країнах Азії, але нові технології можна зустріти і в готелі Hilton у США. У цьому готелі роботи замінюють людей-консьєржів, реєструють гостей і подають їм їжу та напої. У Києві також можна знайти заклади з роботами. Він знаходиться в ресторані McDonald's. Робот доставляє замовлення з прилавка в найкоротші терміни.

2. віртуальна реальність. Тренд на віртуальну реальність з'явився ще до спалаху коронавірусу, і зараз ця технологія включає відвідування музеїв, готелів та місць, де туристи планують відпочити. Існує додаток під назвою Navitige, який дозволяє всім користувачам відвідати місця, куди вони хочуть поїхати у відпустку. Більшість з цих додатків можна завантажити на мобільні телефони. Деякі музеї розробили спеціальні віртуальні музейні тури. Одним з таких музеїв є музей Штедель.

3. голосові помічники. Багато компаній розробили власні голосові помічники, які можуть, наприклад, шукати готелі, туристичні визначні пам'ятки та ресторани. Такі голосові помічники вже доступні на мобільних телефонах, таких як iPhone і Samsung. Перекладачі також мають голосових помічників, які допомагають туристам, які не розуміють мови, спілкуватися з іноземцями.

4. вплив технологій на туристів Сьогодні люди звикли завжди мати при собі мобільний телефон і мати все на відстані кількох кліків. Чим більше готелів і туристичних агентств впроваджуватимуть технології для мінімізації часу очікування, тим більше молодих людей користуватимуться цими

технологічними продуктами.

Дослідження, проведені до пандемії COVID-19, ставили розвиток технічної підтримки на один рівень з модифікацією розробки для задоволення потреб туристів. Усі зацікавлені сторони туризму повинні інвестувати в розвиток ІТ-сектору.

Пандемія завдала значної школи світовій економіці: у 2019 році було здійснено 1,5 мільярда міжнародних подорожей. На туризм припадає близько 7% світового ВВП; COVID-19 негативно вплинув на розвиток і подальше функціонування туристичного сектору.

Працівники та туристична галузь постраждали чи не найбільше. За оцінками експертів, до 62 мільйонів людей втратили роботу в міжнародній туристичній галузі внаслідок пандемії; ситуація змінилася у 2021 році, але не набагато. Кількість безробітних у секторі скоротилася приблизно на 20 мільйонів. Найбільших втрат зазнав Азійсько-Тихоокеанський регіон (див. рис.

2.1).

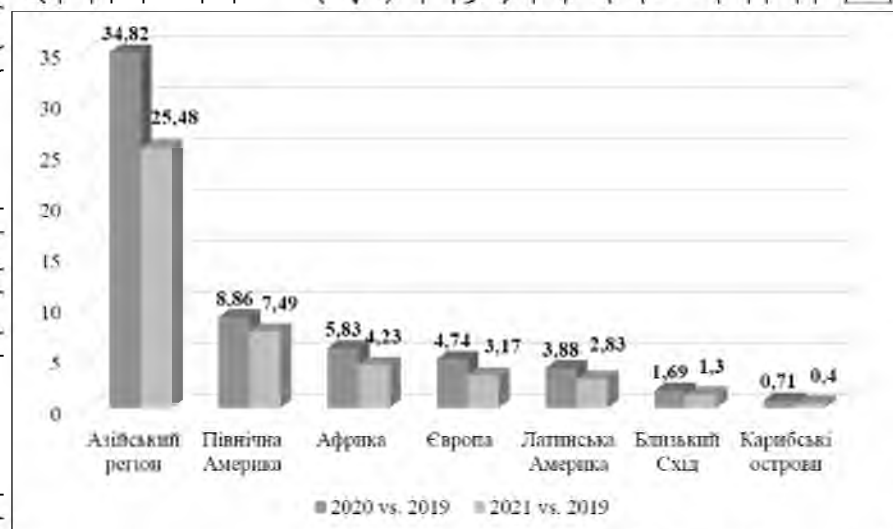


Рисунок. 2.1. Динаміка кількості робочих місць у секторі подорожей і туризму за період 2020-2021 рр., за регіонами світу (млн. од.).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista

З початку пандемії багато дослідників вивчали негативний вплив на

туризм в країні. В опублікованих наукових працях можна знайти статистичні дані щодо впливу на важливі сфери, які тісно пов'язані між собою, такі як економіка, соціальна та політична не стабільність, втрати у туристичній сфері, епідеміологічні нововведення, подолання кризових явищ.

До 2020 року попит на туристичні послуги мав тенденцію до стабільного зростання. Наступний графік показує динаміку міжнародних прибуттів у всьому світі з 2014 по 2021 рік; через COVID-19 кількість туристичних прибуттів різко впала порівняно з 2019 роком, але в 2021 році ми знову можемо спостерігати зростання на 5,9% порівняно з 2020 роком. Водночас ринок демонструє зростання, але ще не повністю відновився (див. графік 2.2).

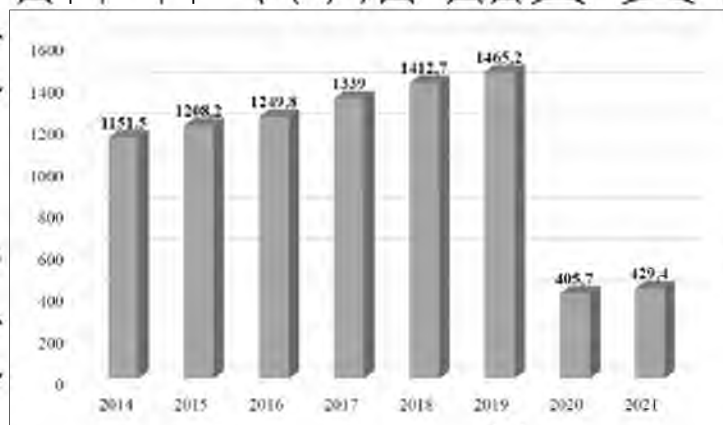


Рисунок 2.2. Динаміка міжнародних прибуттів у світі за період 2014-2021 рр. (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista

Європа залишається найпопулярнішим місцем відпочинку, але епідемія COVID-19 призвела до падіння туристичних потоків на 70%. У регіоні було два найпопулярніші напрямки для відпочинку - Південь і Середземномор'я. До пандемії ці регіони могли зафіксувати приблизно понад 320 мільйонів прибуттів, але до 2021 року ця цифра становила 140 мільйонів. Пандемія COVID-19 мала значний вплив на туристичну галузь. Це найбільша криза з часів Великої депресії та кризи 2008 р. У звіті "Перспективи ринку мобільності", підготовленому компанією Statista, було проаналізовано ситуацію на туристичному ринку та

зроблено висновок, що доходи світового туристичного ринку впали на 60% у перший рік пандемії. У звіті повідомляється, що це було одне з найвищих падінь у 2020 році. 2021 рік залишився дуже складним для міжнародного туризму: за даними ЮНВТО, з березня по грудень 2020 року кількість туристичних прибуттів впала на 80%.

Негативний вплив кризи є значним. За відсутності будь-яких стимулюючих заходів він буде свідчити про подальше падіння ВВП. Проаналізуємо динаміку надходжень від міжнародного туристичного бізнесу за період 2014-2020 рр. (рис.

2.3):

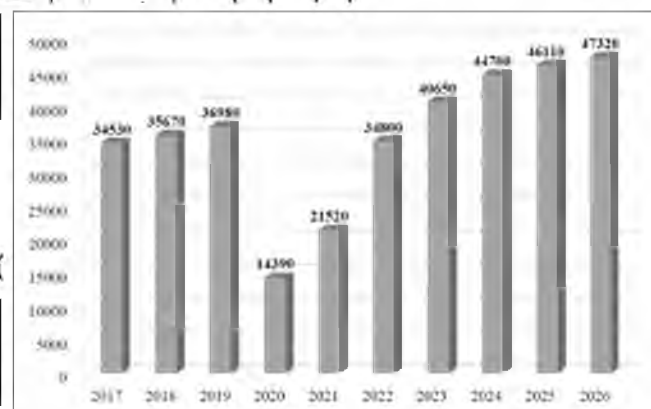


Рисунок. 2.3. Динаміка світових обсягів надходжень від міжнародного туризму за період 2014-2020 рр. (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

Тривале процвітання і мир, покращення комунікації, онлайн-бронювання через цифрові канали та різноманітні онлайн-платформи, а також зниження бар'єрів призвели до зростання ринку, зробивши туризм більш доступним. Варто відзначити, що готельні заклади є найбільшими у світі генераторами доходів у міжнародному туристичному секторі.

Готелі - це компанії, які надають широкий спектр послуг людям, які перебувають далеко від дому, найважливішими з яких є однаково важливі (і складні) послуги розміщення та харчування [29].

Пандемія ковіду мала значний вплив на самому початку, коли не було вакцини чи ліків. Ситуація почала покращуватися у 2021 році. Карантин ще продовжується, але він не був таким обмежувальним, як у перші роки спалаху хвороби, тож люди почали подорожувати. Тому на рисунку показано динаміку грошових потоків готелів, починаючи з 2022 року, яка надалі зростатиме (рис. 2.4).

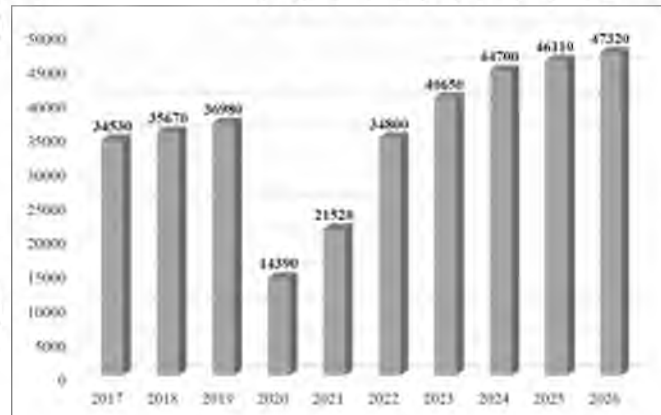


Рисунок 2.4. Динаміка обсягів доходів підприємств готельної індустрії у світі за період 2017-2021 рр., 2022-2026 рр. –прогноз, (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

Варто відзначити, що готельні заклади є найбільшими у світі генераторами доходів у міжнародному туристичному секторі.

Готелі - це компанії, які надають широкий спектр послуг людям, які перебувають далеко від дому, найважливішими з яких є одразу важливі (і складні) послуги розміщення та харчування [29].

Ринкове середовище створює висококонкурентне середовище для більшості учасників ринку. Конкурентна перевага досягається за рахунок впровадження інновацій, тобто створення нових способів і засобів здійснення виробничо-комерційної діяльності.

Інновацію у готельному бізнесі-нововведення, реалізоване на практиці у вигляді нового або удосконаленого продукту, процесу або методу, створене в результаті впровадження нових ідей задля кращого задоволення потреб клієнтів готельного підприємства.

Інновації, що з'являються в готельному бізнесі, можуть бути дуже корисними не лише для гостей, але й для працівників. Світовий ринок гостинності стикається зі зростаючою міжнародною конкуренцією. У зв'язку з цим стає все важче знаходити клієнтів і утримувати позиції на світовому ринку. Тому готелі повинні бути креативними.

Впровадження інновацій та створення такого типу готелів кардинально змінює бачення готельного бізнесу. Завдяки своїй унікальності готель не має аналогів у світі і тому не має конкурентів, що прогнозує йому успіх серед готельєрів [98].

До таких інновацій можна віднести:

1. системи, що автоматизують роботу співробітників відділу продажів. Це полегшує управління цим напрямком, планування зустрічей з партнерами та клієнтами, управління календарями та графіками роботи менеджерів, виконання різноманітних завдань.

2. системи обслуговування клієнтів. Це нова технологія в готельному бізнесі, яка забезпечує повний аналіз кожного гостя готелю. Система дозволяє готелю знати, які брокери та турагенти найкраще направляють гостей до готелю, а також розраховувати статистику гостей за віком, статтю, соціальним статусом, прибутковістю і т.д.

3. система управління програмами лояльності клієнтів. Готелі можуть розробляти спеціальні види заохочень для постійних гостей, клубні картки, дисконтні картки, преміальні сертифікати тощо

4 системи управління готельними подіями. Ця технологія дозволяє готелю планувати використання різних приміщень (конференц-залів, ресторанів, банкетних залів тощо) [78].

На основі аналізу даних, представлених на рисунку 2.5, можна зробити висновок, що Wyndham Hotels & Resorts є лідером готельної індустрії: станом на 2021 рік цей готельний кластер відкрив близько 9 000 номерів під час пандемії і його можна назвати важливим кластером в індустрії гостинності. Marriott International та Choice Hotels International є другим та третім найбільшими готельними операторами за кількістю номерів. Під час пандемії, незважаючи на всі перешкоди та існуючі обмеження, Wyndham La Quinta відкрила близько 937 готельних номерів, а в США в Нью-Йорку було реалізовано один з найбільших містобудівних проєктів, в рамках якого було збудовано близько 5 000 різних об'єктів (див. рис. 2.5).

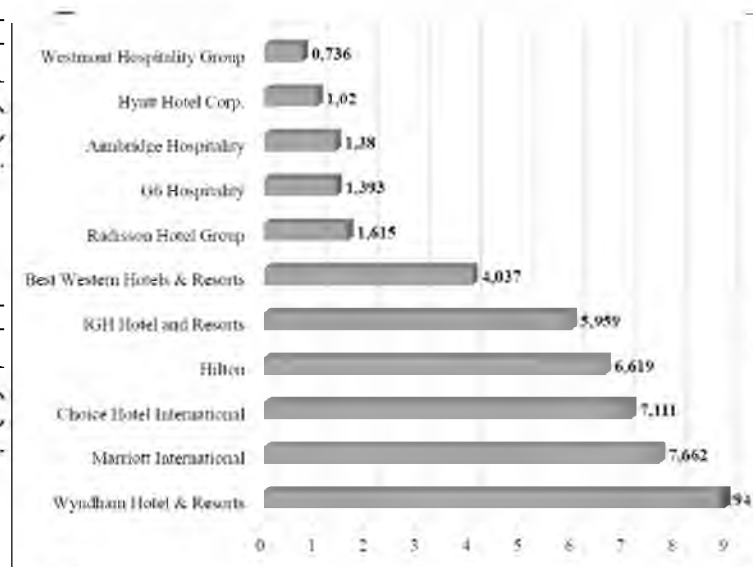
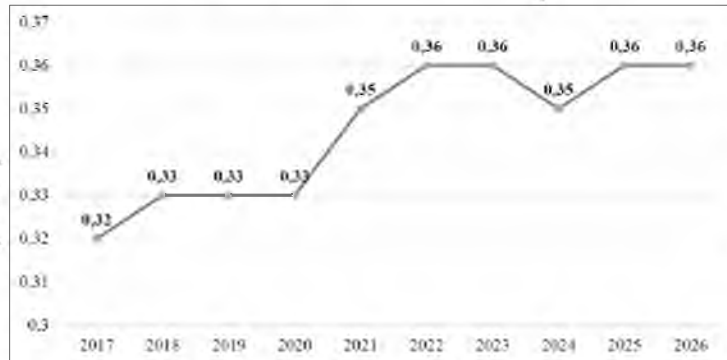


Рисунок. 2.5. Світові готельні корпорації-лідери у 2021 р.

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista

Можна зробити висновок, що готельні мережі досить стабільні в умовах коронавірусної кризи

На рисунку 2.6 нижче показано динаміку середнього доходу готельних компаній у світі в розрахунку на одного гостя в період з 2017 по 2021 рік разом із прогнозами до 2026 року (див. рис. 2.6).



Рисунк. 2.6. Динаміка середнього доходу готельних підприємств світу від одного користувача туристичних послуг у 2017-2021 рр., 2022-2026 рр. – прогноз, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

Інноваційний маркетинг - це діяльність, спрямована на відкриття нових сфер бізнесу, розробку абсолютно нових видів продукції та впровадження інновацій в існуючі продукти у виробництво. У практичному плані інноваційний маркетинг - це виробництво і реалізація інноваційної та конкурентоспроможної продукції, яка повністю задовольняє попит споживачів. Впровадження маркетингу інновацій у діяльність промислових підприємств має забезпечити більш повне задоволення потреб споживачів, розширення клієнтської бази та вихід на нові ринки збуту [74].

Світовий та український ринки сильно постраждали від наслідків кризи. Протягом перших місяців пандемії українські готелі не працювали і були закриті. Серед маркетингових інновацій у готельному бізнесі можна високремити найбільш пріоритетні:

інформаційні технології у бронюванні готельних номерів;

- використання різноманітних сучасних структур для просування компанії

- надання додаткових послуг через веб-сайти готелів, таких як чат-сервіси, call-back тощо

- створення та підтримка презентабельного вигляду веб-сайту готелю;

- використання франчайзингу;

- розробка віртуальних турів готелями.

Інтернет-індустрія (англ. Internet industry)-основна галузь матеріального та інтелектуального виробництва, яка забезпечує функціонування мережевого інформаційного простору. Вона є важливою складовою в туристичному середовищі та допомагає реалізує продаж пакетних пропозицій.

Далі проаналізовано дані провідних онлайн-туристичних агенцій, які пропонують послуги з організації відпочинку та відпусток, щоб дослідити, як на них вплинула епідемія коронавірусу. Ці агентства працюють і в Україні.

Дані таблиці 2.1 показують, що 2020 рік був досить несприятливим для ринку онлайн-агентств. Найпопулярніший сайт онлайн-бронювання Booking втратив приблизно 8,27 мільйона доларів США. Водночас Airbnb під час пандемії втратив 1,43 мільйона доларів США. Причиною такої великої різниці є те, що перший сайт має набагато ширше охоплення, ніж просто бронювання готелів, тоді як другий сайт активний лише у сферах бронювання готелів та подорожньої оренди; у 2021 році ситуація змінилася, і кількість бронювань на туристичних сайтах зростає (Таблиця 2.1):

Таблиця 2.1. Провідні туристичні онлайн агентства світу за рівнем доходів за період 2019-2021 р., (млрд. дол. США)

Агенства	Рік
----------	-----

	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	0.66
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 автором за даними компанії Statista.

Найбільші доходи Booking отримав у 2021 році, але й до пандемії цей онлайн-ресурс посідав найвищі позиції. Сайт дозволяє користувачам бронювати авіаквитки, орендувати авто, шукати послуги для відпочинку та замовляти таксі в аеропорт, а також готелі. Це більше міжнародний сайт, яким користуються українці, де вони можуть знайти інформацію про Україну, але знайти повну інформацію про дозвілля в Україні та містах на такому сайті майже неможливо. Українські підприємці могли б створити український аналог, який би містив ще більше можливостей, пов'язаних з відпочинком в Україні.

У 2021 році на сайтах бронювання було здійснено близько 650 мільйонів бронювань. Найчастіше туристи користувалися послугами бронювання готелів, тоді як найменш популярними були послуги бронювання автомобілів. 2021 року Booking Holidays згенерував дохід у розмірі 75 млрд дол. USD.

Expedia та Airbnb посіли друге та третє місце, але TripAdvisor також є лідером ринку, з більш ніж 3 мільйонами заброньованих готельних номерів на Airbnb. У TripAdvisor також спостерігається зростання попиту і відповідне збільшення кількості бронювань.

Діджиталізація - це багатогранний процес переходу суспільства на цифрові технології, який зачіпає всі сфери суспільного життя (освіту, охорону здоров'я, економіку, телебачення тощо), але в контексті адміністративної модернізації він є одним з пріоритетних напрямків, оскільки має вплинути на різні вдосконалення державного сектору (в тому числі на цифровізацію)

Бізнес-модель ресурсів онлайн-бронювання ґрунтується на цифровій трансформації. Вона являє собою нове покоління цифрової трансформації, де постачальники послуг можуть бути одночасно споживачами. Наприклад, постачальники послуг таксі, оренди та спільного використання автомобілів не володіють автомобілями, а найбільші постачальники послуг з оренди будинків і квартир взагалі не займаються нерухомістю і не володіють квартирами, а просто пропонують свої власні платформи. Найбільші екосистеми придбали та оптимізували величезну кількість брендів і сервісів, щоб оточити своїх кінцевих користувачів найпопулярнішими послугами. Серед тих, хто представляє цей кластер на туристичному ринку, платформи є найбільш капіталізованими і, відповідно, затребуваними: наприклад, Booking, Airbnb, Uber і Expedia. Цифрова трансформація також впливає на самих мандрівників. Поняття "цифровий турист" міцно увійшло в повсякденне життя [62].

Сьогодні цифрові туристи стали абсолютно залежними від соціальних мереж, мобільні в тому сенсі, що не уявляють життя або подорожі без мобільного пристрою (найчастіше смартфона), персоналізують усі послуги, які споживають, є дуже обережні, надають перевагу цифровим послугам (онлайн, а не офлайн), хочуть мати повний контроль над тим, що вони купують або споживають, і не хочуть бути залежними від будь-яких інших даних.

Аналіз даних, представлених на рисунку 2.7, показує, що тенденція до збільшення продажів послуг через онлайн-ресурси особливо яскраво виражена на сучасному туристичному ринку: епідемія COVID-19 стимулювала подальший

розвиток онлайн-послуг для подорожувачих і зниження обсягів туристичних послуг, придбаних офлайн (див. рис. 2.7)

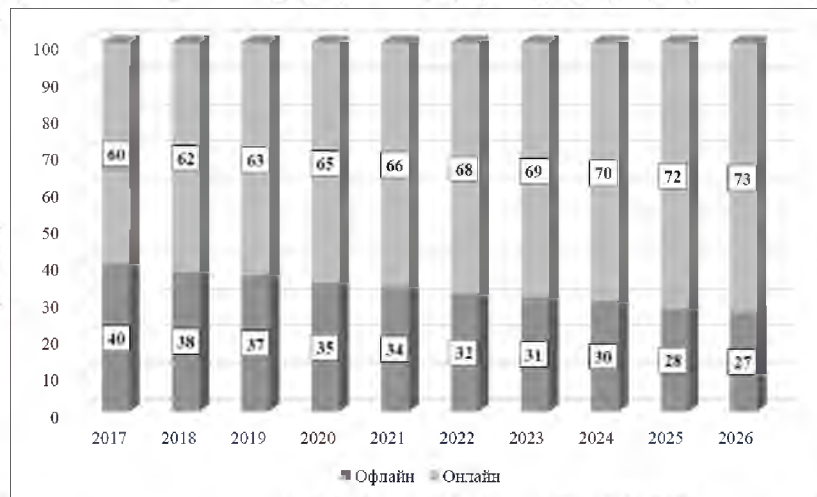
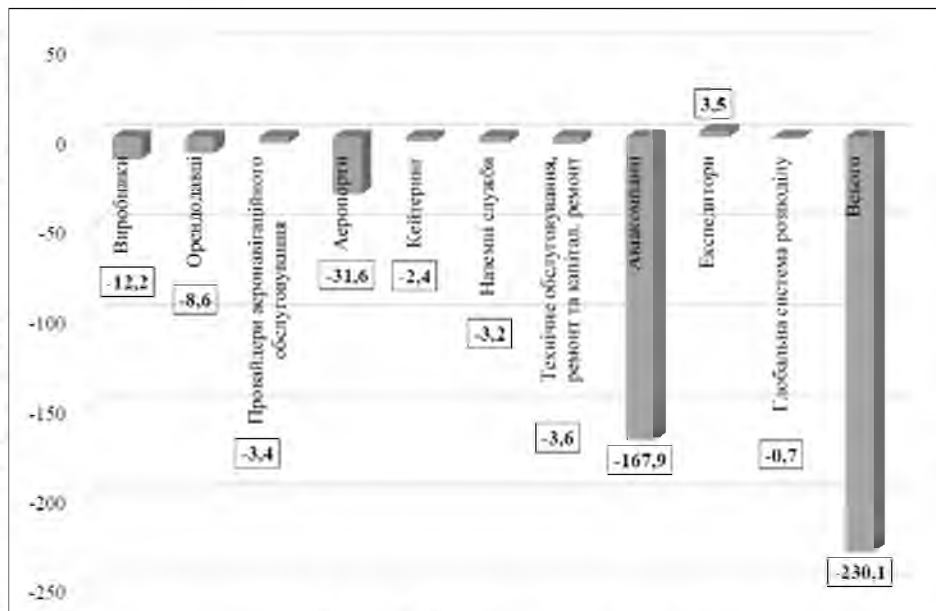


Рисунок. 2.7. Динаміка обсягів продажів туристичних послуг у світі в режимі онлайн та офлайн у 2017-2021 рр., 2022-2026 рр. – прогноз, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista

Загальна ситуація покращилася у 2021 році та авіаційна галузь залишалася в кризовому стані і потребувала і потребує постійної підтримки. Швидкість відновлення залежать від урядових рішень. Міжнародна рада аеропортів світу (ACI World) підготувала дослідження щодо впливу коронавірусної кризи на пасажирські перевезення. На рисунку 2.8 показано, що за роки коронавірусної інфекції значна кількість підгалузей зазнала збитків, здебільшого через те, що вони просто не працювали (див. рис. 2.8).



Рисунки. 2.8. Фінансові результати діяльності світової сфери авіаперевезень за секторами 2020 р., (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

У 2020 році COVID-19 спричинив скорочення на 5,9 мільярда пасажирів в аеропортах світу. Як і в інших сферах туристичної галузі, ситуація змінилася у 2021 році. Підвищення рівня вакцинації в Північній Америці призвело до збільшення кількості пасажирів; авіаперевезення в першій половині 2021 року були нижчими, ніж у другій половині року. Кількість пасажирів на внутрішніх авіалініях відновлюється набагато швидше, ніж на міжнародних. Кількість внутрішніх пасажирів продовжує зростати у всьому світі, сягнувши на сьогодні понад 3,1 млрд.

Таким чином, нинішня світова криза показує, що розвиток туристичної галузі потребує постійного розвитку та інноваційних змін. Україні необхідно розробити ефективну національну регуляторну модель, яка дозволить вивести міжнародний туризм на конкурентоспроможний рівень.

2.2. Дослідження динаміки розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом глобальної пандемічної кризи

Туристичний бізнес можна назвати одним з найприбутковіших напрямків світової економіки, адже за прогнозами ВТО, якщо країни збережуть нинішні темпи розвитку, світовий туристичний ринок продовжить модернізуватися і розвиватися до 2030 року. Міжнародний туризм повинен розвиватися в постійній гармонії та співпраці з іншими секторами економіки.

Національне агентство розвитку туризму є центральним органом виконавчої влади, відповідальним за реалізацію державної політики у сфері туризму. Агентство розвитку туризму має три пріоритетні цілі:

1. забезпечити сталий розвиток туристичної галузі, ставши ефективним органом реалізації державної політики в туристичній сфері та об'єднавши досвід, знання і ресурси всіх учасників українського туристичного ринку та міжнародних партнерів
2. перетворення України на привабливу туристичну дестинацію та центр проведення міжнародних конференцій і культурних заходів протягом 10 років
3. посилення туристичної привабливості України.

Завдяки географічним та кліматичним перевагам України, внутрішній туризм є дуже різноманітним і багатим. Туристи можуть провести свою відпустку на морському узбережжі, в горах, у лісах, степах або в культурних містах. Україна має численні культурні пам'ятки та замки, а також чудову природу. Туризм в Україні можна розділити на регіони: південний, північний, східний і західний.

Південна частина України має морське узбережжя, де дуже добре розвинений пляжний туризм і морський активний відпочинок (дайвінг). Захід

відомий своїми гірськолижними курортами, катанням на квадроциклах, верховою їздою, пішим туризмом та іншими видами активного відпочинку.

Північна та східна частини України відомі своїми красивими містами з історичними пам'ятками та приголомшливою природою. Рівень сервісу є одним з найкращих у світі. Українська індустрія гостинності прагне зберегти свою

ідентичність, етнічну приналежність і традиції, поєднуючи все це з сучасністю.

Розвиток міжнародного туризму має велике значення і впливає на суспільне життя України шляхом:

- гарантування конституційних прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення та зміцнення здоров'я;

- розвиток усіх галузей, пов'язаних з виробництвом туристичних послуг;

- збільшення валютних надходжень від туризму;

- сприяння створенню робочих місць у кластері народних художніх ремесл та зниження рівня безробіття за рахунок збільшення зайнятості в цьому секторі.

Міжнародний туризм є одним із найвпливовіших секторів у соціальному та економічному житті українців. Існує два види міжнародного туризму:

виїзний та в'їзний. Виїзний (закордонний) туризм - це подорож резидента країни (регіону) до місця, що знаходиться за межами країни або за межами звичайного середовища (подорожі постійних мешканців України за межі митної території України) [68].

В'їзний туризм - це подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на території України [58]. Міжнародний туризм є одним із способів покращення життя громадян та розвитку економіки. Через стрімке поширення

COVID-19 міжнародний туризм зазнав певних втрат: у 2020 році подорожі були, але вони мали радше винятковий характер, оскільки багато кордонів країни було закрито. Ситуація почала змінюватися лише після літа 2021 року,

Ситуація почала змінюватися лише після літа 2021 року,

коли більшість країн відкрили свої кордони з обмеженнями особистої безпеки через COVID-19. Найпопулярнішими та найбільш інноваційними видами туризму в Україні в період карантину були:

1. Відвідування кількох культурних об'єктів одночасно. Такі поїздки відбуваються протягом 4-6 днів. Таким чином, туристи можуть відвідати більше місць у країні, не затримуючись на одному місці;

2. Овертуризм. Оскільки туристичний ринок насичений, існує тенденція відвідувати непопулярні місця, де туристи можуть перепочити, щоб уникнути великого напливу туристів в один туристичний напрямок;

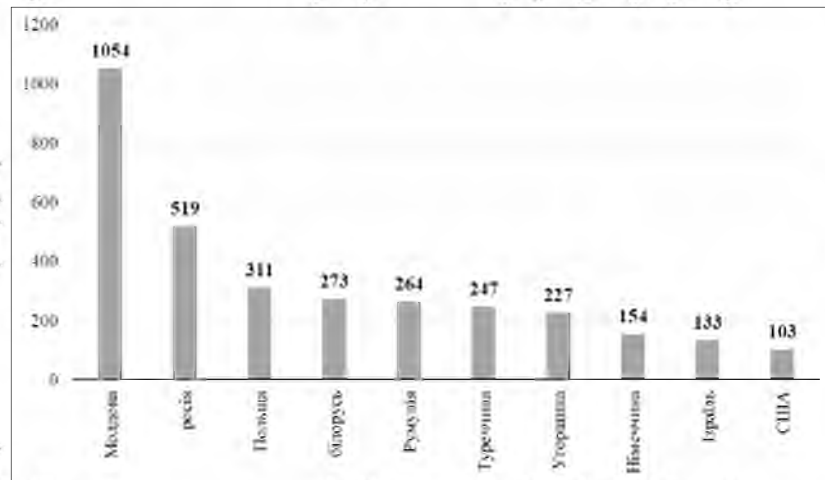
3. Повільний туризм; тенденція між 2000 і 2010 роками полягала в тому, щоб побачити майже всі туристичні визначні пам'ятки країни за найкоротший час. Сьогодні туристи хочуть насолоджуватися тишею і спокоєм і лише в одному місці в країні;

4. Місцевий досвід. Сучасні туристи все частіше прагнуть побачити повсякденне життя мешканців країни та відчутти атмосферу міста, а також культурні пам'ятки;

5. Екотуризм. Екологічний туризм. У цьому виді туризму туристи прагнуть зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Багато туристів не користуються кейтерінгом і зупиняються в готелях, які використовують натуральні або перероблені матеріали. Однією з модних звичок є вживання органічних овочів та продуктів.

Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) повідомляє, що у 2021 році Україну відвідало близько 4,2 мільйона туристів, що приблизно на 26,3% більше, ніж у 2020 році; у 2020 році Україну відвідало 3 382,097 мільйона іноземних туристів, а у 2021 році - 4 271,991. перевиконано. Це означає зростання на 26,3% у 2021 році. Існує величезна різниця між роком, коли не

було вакцини проти коронавірусної інфекції, і роком, коли вакцина активно використовувалася і кордони були відкриті в більшості країн, включаючи Україну. На графіку нижче показано, з яких країн до України приїжджало більше туристів. Відвідувачі з Молдови, Польщі, Румунії, Саудівської Аравії, Італії, Великої Британії, Грузії, Індії, Франції, Чехії, Словаччини, Вірменії та Нідерландів виявили найбільший інтерес до України, і ДАРТ очікує, що кількість туристів з цих країн зростатиме (рис. 2.9):



Рисунк. 2.9. Кількість туристів, які відвідали Україну у 2021 році, за країнами світу (тис. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Туреччина, Польща та Грузія стали напрямками, куди українці найбільше літали цього року, хоча ці напрямки були популярними і до коронавірусної інфекції. 2021 Місцевий туризм набрав обертів через те, що багато країн не можуть відкрити свої кордони, але, незважаючи на розвиток туристичного ринку все ще продовжує спостерігатися зростаюча тенденція, пов'язана з розвитком міжнародного туризму.

Для того, щоб адаптуватися до пандемії, туристична галузь вже запровадила низку інновацій. Нижче наведено приклади

інновацій у туристичному секторі за сферами застосування:

Продуктові інновації - музеї, художні галереї та інформаційні центри значною мірою перейшли на віртуальні тури.

Ресурсні інновації - деякі готелі та будинки відпочинку пропонують туристам ізольований відпочинок.

Інновації в технологіях та інженерії - кінотеатри та театри перейшли в онлайн-режим, продаючи онлайн квитки на прем'єрні покази та демонструючи їх онлайн. Конференції та з'їзди

організуються віртуально, і більшість великих конференцій тепер

проводяться онлайн з дуже низькими вхідними квитками. Це призвело до розробки нових платформ і додатків для онлайн-заходів.

Організаційні інновації - заклади громадського харчування - під час карантину пропонували лише їжу на винос або з доставкою.

Це призвело до розширення мережі служб доставки. Через служби доставки замовляють не лише їжу, а й товари та книги.

Маркетингові інновації - музеї та галереї почали розвиватися в нових напрямках, цього разу у вигляді відеоблогінгу та трансляції освітнього контенту в соціальних мережах [59].

Стрімке поширення COVID-19 призвело до того, що галузі, які допомагали переміщати туристів, майже повністю припинили своє існування. На прикладі іноземних компаній можна побачити, що уряди багатьох країн прийняли різні нормативні акти, щоб допомогти галузі впоратися з наслідками пандемії та кризи. Криза завдала шкоди всій авіаційній галузі.

В Україні уряд розробив програму підтримки авіаційної галузі. Кілька авіакомпаній, у тому числі "Міжнародні авіалінії України", скористалися цією національною програмою. Згідно з

цією програмою, авіаційна галузь має право на відшкодування у розмірі 104 млн. доларів США.

Вона має право на відшкодування у розмірі 104 мільйонів доларів США. Однак за результатами процедури українські авіакомпанії відшкодували лише 61 млн грн. У 2022 році така програма в авіаційному секторі не діяла.

У 2020 році загальна кількість пасажирів в українських аеропортах становила 9 млн, що у 2,8 раз більше, ніж у попередньому році. Через карантинні обмеження та закриття

кордонів значно скоротилося міжнародне авіасполучення. Минулого року міжнародними рейсами скористалися лише 8 млн осіб, 40% з яких чартерні рейси.

Обсяг регулярних рейсів до 2020 року впав у 3,5 рази.

Водночас чартерні рейси скоротилися менш ніж удвічі [87] (див. рис. 2.10).



Рисунок. 2.10. Обсяг пасажирських обслуговувань аеропортами України у 2018-2020 рр. (тис. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Пасажирські перевезення не обмежуються регулярними рейсами. Аналіз обсягів пасажирських перевезень показує, що між регулярними та

нерегулярними рейсами існують суттєві відмінності. До пандемії регулярні рейси лідирували настільки, що кількість регулярних рейсів в українських аеропортах зросла у 2019 році, але коронавірусна інфекція зменшила потік туристів в Україну.

У 2020 році кількість міжнародних чартерних рейсів не зменшилася, оскільки нерегулярні рейси були більш стабільними і не скасовувалися під час пандемії COVID-19 (рис. 2.11)



Рисунок. 2.11. Обсяг авіаційних пасажирських перевезень в Україні (тис осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Бачимо, що вплив COVID-19 на міжнародні пасажирські перевезення з 2015 по 2020 рік і порівняно з 2019 роком: у 2020 році авіакомпанії запропонують на 50% менше місць і на 60% менше пасажирів (273 мільйони), що призведе до втрати приблизно 370 мільярдів доларів США операційного доходу. США буде втрачено від операційних доходів (рис. 2.12):

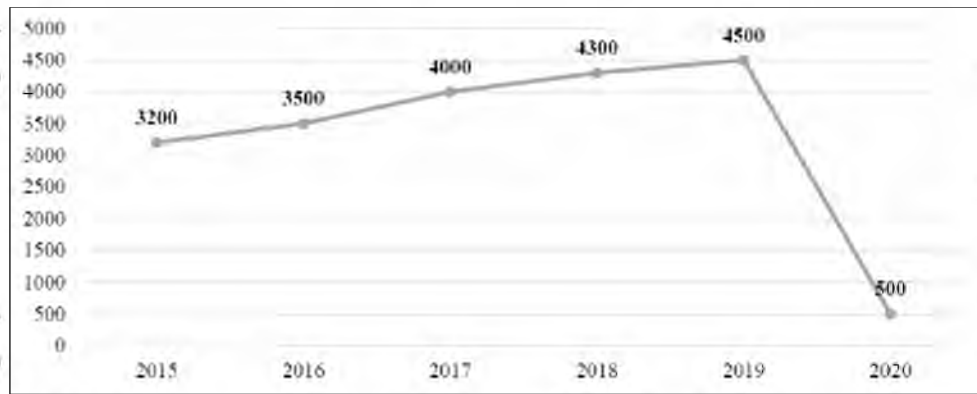


Рис. 2.12. Динаміка обсягів світового пасажиропотоку за період 2015-2020 рр., (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними ICAO.

З показників діяльності авіакомпаній у 2020-2021 роках в умовах впливу COVID-19 на глобальний пасажиротік, можна зробити висновок, що загальне падіння пасажиропотоку у 2021 році склало 40%, що на 10% менше, ніж у 2020 році. Крім того, порівняно з 2020 роком пасажиропотік скоротився лише на 49% (221 мільйон пасажирів), а компанії втратили приблизно 334 мільярди доларів США операційних доходів аеропортів.

Україзалізниця також зазнала втрат під час епідемії COVID-19: у 2018 році кількість пасажирів становила 47 168,7 тис., а у 2020 році - лише 16 581,5 тис. Такі основні тенденції під час карантину можна пояснити тим, що перші два місяці ситуація в Україні була стабільною, а найбільша блокада розпочалася в березні 2020 року. У 2021 році транспортне сполучення між містами було можливе лише за умови проходження огляду або наявності Covid-свідчення (жовтого або зеленого кольору) (Рис. 2.13).

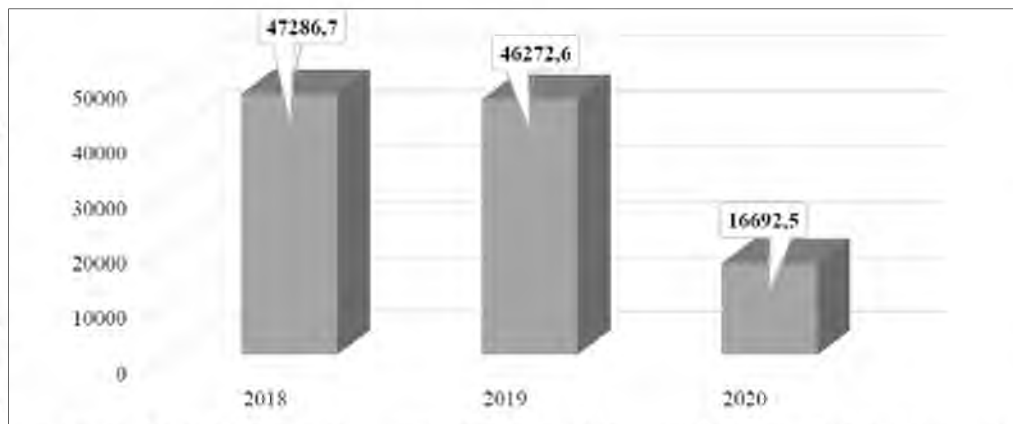


Рис. 2.13. Обсяг пасажирських залізничних перевезень за період 2018-2020 рр., (тис. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Основні проблемами, що стримують розвиток туристичної галузі, є:

нестабільні військово-політичні чинники, нестабільність української економіки, технологічна відсталість туристичної галузі, погіршення екологічної ситуації, недолки регіонального регулювання туристичної галузі, великий податковий тягар, що не приваблює потенційних інвесторів, недостатня конкурентоспроможність рекламних кампаній за кордоном, слабка інфраструктура, застарілі знання та навички персоналу і невідповідність кваліфікаційним вимогам. Ці проблеми можуть бути вирішені шляхом створення електронних путівників, які легко подають інформацію про туристичну інфраструктуру, історичні, культурні та природні пам'ятки міст, культурні та соціальні події, створення мобільних додатків для туристичної навігації, веб-сайтів для допомоги туристам у плануванні маршрутів та пошуку історичних даних тощо. можна вирішити шляхом створення [93].

Незважаючи на те, що в'їзний туризм стримується низкою факторів, таких як скорочення маршрутів через політичну та економічну нестабільність, відсутність необхідної інфраструктури, антиукраїнська реклама в західних

країнах та негативна інформація про соціально-політичну ситуацію в Україні, Україна має передумови та потенціал для розвитку міжнародного туризму. Багаті природні, історико-культурні та трудові ресурси стимулюють інтерес вітчизняних та іноземних туристів. Сприятливі умови для успішного розвитку

туристичного сектору призведуть до позитивних змін, таких як:

- економічне зростання;
- створення нових робочих місць;
- інфраструктурний розвиток;
- розвиток міжнародних зв'язків;

- створення умов для ознайомлення з національною та культурною спадщиною України;
- задоволення культурних потреб іноземних громадян та внутрішніх туристів; □

створення сприятливих умов для підвищення доходів сільського населення України шляхом розвитку сільського туризму тощо [47].

Необхідно запровадити ефективну міжвідомчу координацію та державно-приватне партнерство; розбудову та розвиток інфраструктури і транспортної галузі; інтеграцію транспортної системи України в європейську та світову транспортну мережу; створення та просування на ринок туристичних продуктів і послуг, що користуються попитом на світовому ринку; застосування новітніх технологій туристичного сполучення. Аналіз і використання досвіду розвинених туристичних країн, розробка інструментів і механізмів дій та допомога

міжнародної спільноти у післявоєнному відновленні туризму допоможуть уникнути серйозних закриття і кризових явищ в Україні в майбутньому.

Висновок: Туристична галузь країни зазнала значних втрат під час пандемії коронавірусу. Були закриті аеропорти, більшість готелів та численні ресторани. Приблизно з березня по липень 2020 року Україна перебувала в

повній блокаді. До літа, коли національний регулятор дійшов висновку, що країна втрачає гроші і податки, ситуація почала змінюватися, більшість ресторанів працювали тільки на винос, а до осені 2020 року багато готелів і ресторанів почали знову відкриватися, хоча і з певними обмеженнями. З появою

вакцин і тестування на антигени життя для всіх повернулося до звичного ритму, але рекомендації щодо безпечного перебування в громадських місцях залишаються в силі.

Слід пам'ятати, що будь-яка криза призводить до появи нових можливостей. Тому потрібно провести детальний аналіз і досвід країн світу та випрацювати єдину систему щодо розвитку туристичного бізнесу у кризових обставинах.

2.3. Оцінка стану міжнародного туризму в Україні в умовах війни

З початку повномасштабного вторгнення росії в Україну, низка готелів була закрита або використовується для розміщення тимчасово переміщених осіб з окупованих територій. Багато туристичних визначних пам'яток було зруйновано, а готелі та ресторани в багатьох містах взагалі були зачиненими.

Не виключаємо ще руйнування в майбутньому, оскільки бойові дії все ще тривають. Отже, туризм був повністю зруйнований, а міжнародна туристична індустрія в Україні наразі заморожена.

З 2014 року міжнародні туристичні потоки значно скоротилися через погіршення ситуації на сході країни. Російські війська зруйнували туристичні об'єкти та цивільну інфраструктуру, знищили історичні та природні пам'ятки, завдали значної шкоди Україні на мільйони доларів США. Загострилися проблеми безпеки через постійні обстріли українських міст, гуманітарна катастрофа через неможливість дістатися до міст сірої зони через постійну небезпеку. Руйнування ліній електропередач та водогонів. Всі вищезазначені

факти впливають на імідж приймаючої сторони та підтверджують небезпеку перебування іноземних туристів у країні, де відбуваються активні бойові дії.

Щодня Україна зазнає значних збитків для економіки країни. Спочатку Україна втратила близько 35% своєї території, а під час повномасштабного вторгнення - близько 300 000 кв. м. Навіть після того, як окупація регіону буде знята,

іноземні туристи ще деякий час не будуть відвідувати зруйновані міста. Звичайно, є певна кількість людей, зацікавлених у військовому туризмі, які хочуть на власні очі побачити руйнування, які російські війська спричинили в Україні.

Військовий туризм - одна з небагатьох галузей, яка наразі підтримує економіку України. Надходження до бюджету від нього дуже низькі, оскільки це, безумовно, не є трендом, як це було раніше в Україні. Щоб відновити всю інфраструктуру України, необхідно інвестувати 1 мільярд доларів США.

Туристичний сезон в Україні зазвичай починається в травні і триває до кінця осені, тому 18% втрати на початку 2022 року не були настільки критичними.

За даними Economist Intelligence Unit, війна впливає не лише на український ринок, а й на європейський. Втрати спричинені чотирма факторами:

- втрата українських туристів;
- закриття повітряного простору над Україною
- зростання цін на продукти харчування та паливо
- відсутність впевненості у безпеці туристів та зростання цін.

У той же час, частина туристів планує подорожувати до України. Оскільки ситуація в Україні є дуже нестабільною, для них були підготовлені спеціальні поради щодо того, де зупинитися і що робити в кризовій ситуації.

Поради для іноземних туристів включають наступні пункти:

1. У разі повітряної тривоги знайти найближче сховище і сховатися там;

2. Завантажити додаток на випадок повітряної тривоги;

3. Завжди мати при собі всі документи;

4. Уникайте місць великого зкупчення людей;

5. Не приносити підозрілі предмети;

6. Не фотографуйте військових та блокпости;

7. Завжди заряджайте свій мобільний телефон.

Деякі частини території України є окупованими або ворожими регіонами, де заборонена будь-яка туристична діяльність. Інші регіони (західні та

центральні області) в основному слугують притулком для українців, які були

змушені покинути свою батьківщину через агресію.. У цих регіонах частково

відновили роботу туроператори, що спеціалізуються на внутрішньому туризмі.

Можна сказати, що українці поступово почали дозволяти собі екскурсії країною

з метою перезавантаження, для підтримки працездатності та психологічного

спокою. І це дало поштовх для цілого ланцюжка суміжних галузей, таких як

транспортники, ресторатори та крафтові виробники [39].

В Україні, незважаючи на те, що перша половина року була складною з точки зору економіки та для повноцінного функціонування усіх галузей країни,

туристичний збір у першому півріччі 2022 року склав 89 млн 420 тис. грн, що

більше, ніж у 2021 році (69 млн 453 тис. грн).

У п'ятірці лідерів зі сплати туристичного збору - Київ та чотири області.

Столиця поповнила свій бюджет на понад 20 млн грн, найбільше зростання

порівняно з аналогічним періодом 2021 року - у Львівській області на 193%.

Громади регіону отримали 19,974 млн грн до своїх бюджетів. В Івано-

Франківській області туристичний збір зріс на 76,4% до 9 млн 47 тис. грн. У

Закарпатській області туристичного збору надійшло 8,007 млн грн, що на 144%

більше, ніж рік тому. Київська область у першому півріччі сплатила до бюджету

4 млн 694 тис. грн. Це на 23% менше, ніж у першому півріччі минулого року

[39].

За словами голови Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), статистика свідчить, що надходження туристичного збору мають тенденцію до зниження. Однак за перші шість місяців цього року туристичний збір дещо зріс (рис. 2.14):

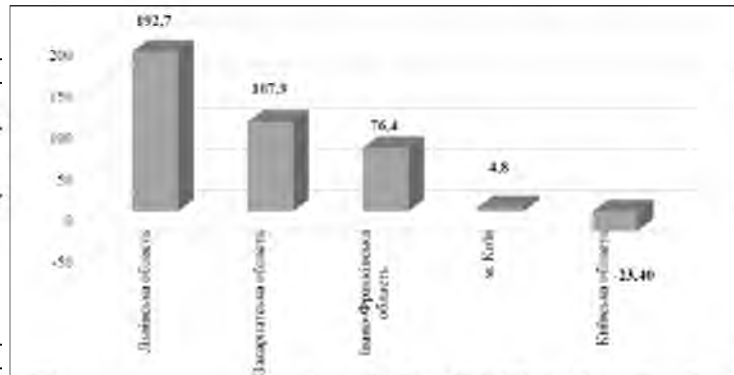


Рисунок. 2.14. Обсяги туристичного збору в Україні у першому півріччі 2022 р. за окремими регіонами, (млн. грн).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Згідно з графіком 2.15, туристичні прибуття в Україну в першому півріччі 2022 року зросли на 28,8% порівняно з аналогічним періодом минулого року. Це пов'язано з переміщенням значної кількості українців з окупованих територій та міст, що перебувають під постійними бойовими діями. Наразі надходження від туристичного збору знижуються, особливо в західних регіонах України, оскільки велика кількість людей вже почала повертатися додому. Тому експерти ДАРТ очікують, що рівень надходжень від туристичного збору впаде до минулорічного рівня (рис. 2.15):

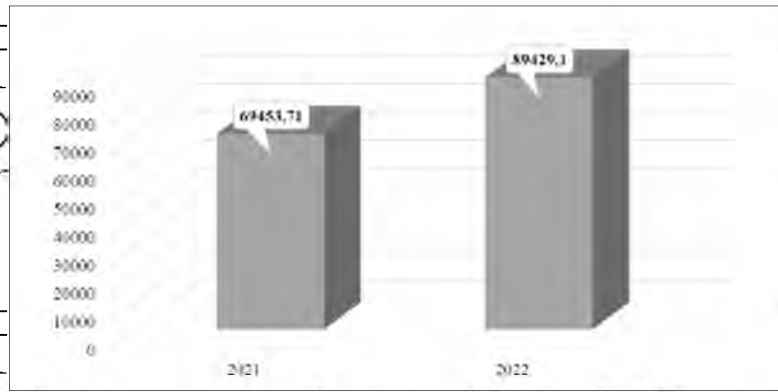


Рисунок. 2.15. Динаміка туристичного збору в Україні за перше півріччя 2021 та 2022 р., (млн. грн).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Найбільше зростання у першому півріччі 2022 року зафіксовано в семи областях, шість з яких - у Західній Україні: окрім вищезгаданих Львівської, Івано-Франківської та Закарпатської областей, які зафіксували найбільший приріст порівняно з аналогічним періодом 2021 року, Тернопільська область - 145%, Хмельницька - 116%, Кіровоградська область - 105% та Чернівецька область - 103% [39] (див. рис. 2.16).

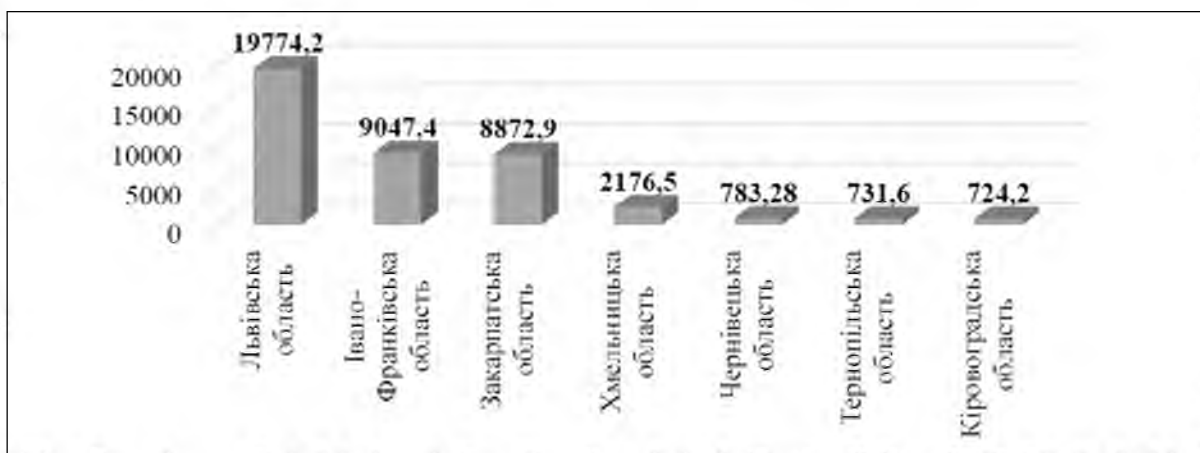


Рисунок. 2.16. Області України з найбільшим обсягом сплачених податків від туристичної діяльності за перше півріччя 2022 р., (тис. грн).

Примітка Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму

НУБІП УКРАЇНИ

У ДАРТ також підраховали, скільки український бюджет отримав податків від туристичної галузі за перше півріччя: у 2022 році податки, сплачені готелями та курортами, склали близько 461 мільйона гривень, але цей показник все одно на 30% нижчий, ніж у 2021 році. Зросли податки з об'єктів розміщення, що використовуються як тимчасовий притулок для внутрішньо переміщених осіб, тоді як частка податків, сплачених дитячими таборами, базами відпочинку та кемпінгами, зменшилася на 59%. Туристичні агенції також принесли майже на 41% більше податків, ніж у 2021 році, що можна пояснити тим, що у турагентів з'явилася можливість раннього бронювання, а до цього перші місяці 2022 року в Україні були спокійними.

НУБІП УКРАЇНИ

Війна вплинула не лише на український ринок, а й на світовий. Найбільше постраждали туристичні ринки Молдови, Словенії, Латвії та Фінляндії. У Молдові ринок авіап перевезень з початку повномасштабного вторгнення впав до 69%, Словенії - трохи менше ніж на 42%, а Латвії та Фінляндії - майже на однакову величину - 38% та 36% відповідно. Такою була ситуація на початку вторгнення в Україну, і зараз ринок авіап перевезень повертається до більш-менш нормального функціонування. Більшість бронювань припадає на внутрішньо європейські подорожі та рейси зі США до континентальної Європи. Військові атаки мали значний вплив на туристичний ринок, перешкоджаючи відновленню після пандемії COVID-19. На рисунках 2.17 та 2.18 показано, наскільки скоротилося бронювання авіаквитків для авіа перельотів до європейських країн та внутрішньо європейських подорожей у 2022 році. Країною з найбільшим зниженням кількості рейсів (майже на 100%) є Україна, де в ніч на 24 лютого всі аеропорти були скасовані і закриті на невизначений термін через військове вторгнення і заборону прольоту цивільних літаків. Молдова та Словенія також

НУБІП УКРАЇНИ

втратили багато своїх європейських рейсів через близькість до українського кордону. Угорщина, яка наразі має найбільший обсяг повітряного сполучення, зазнала найменших втрат (Рис. 2.17):

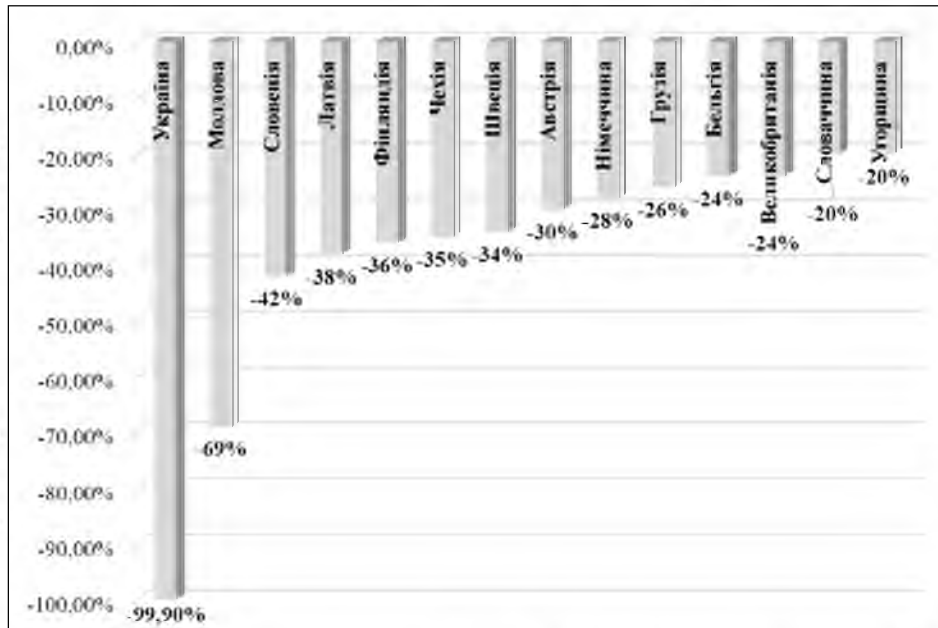


Рисунок. 2.17 Країни Європи з найвищим рівнем скорочення кількості авіарейсів за період 24.02 – 11.05.2022 р. порівняно з аналогічним періодом 2019 р., (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації.

На Рисунок 2.18 показано ситуацію, починаючи з січня 2022 року. Багато зацікавлених сторін у сфері туризму неодноразово заявляли, що 2022 рік стане роком, коли туризм почне повертатися до свого нормального існування, але вже 9 січня 2022 року на європейському ринку спостерігалось значне збільшення кількості бронювань авіаквитків, і це позитивне зростання тривало до 20 лютого. Негативна тенденція у бронюванні авіаквитків спостерігалась в період з 24 березня по 10 березня 2022 року, коли вторгнення просувалось вглиб країни. Ситуація стабілізувалася після 13 березня, але ринок авіап перевезень все ще перебуває під сильним впливом ситуації в Україні, оскільки в деяких випадках ракети та інші снаряди потрапляють у повітряний простір третіх країн.

підтверджуючи теорію багатьох туристів про те, що зараз не найкращий час для відвідування країн (рис. 2.18):

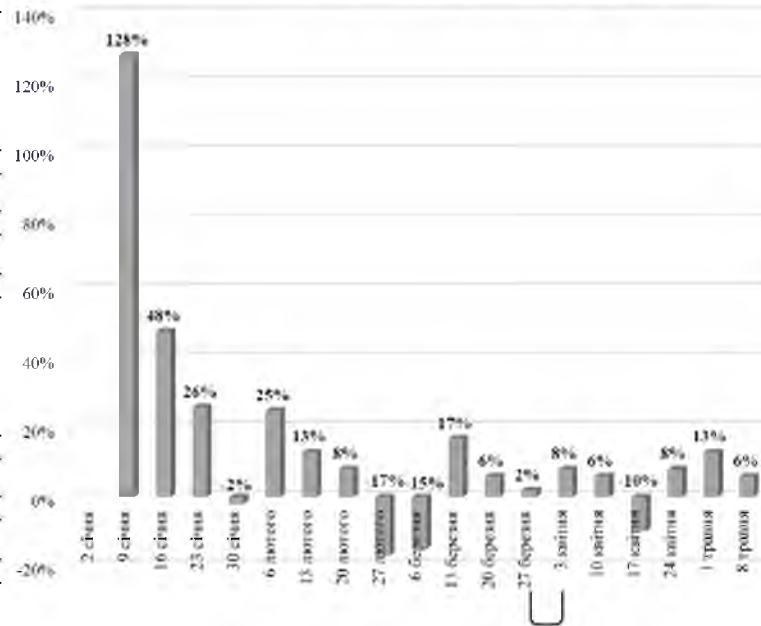


Рисунок. 2.18. Динаміка обсягів бронювання авіаквитків на внутрішні рейси в Європі з січня по травень 2022 р. порівняно з аналогічним періодом 2019 р., (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації.

За оцінками деяких експертів, до кінця року туристична галузь може втратити приблизно 14 мільярдів доларів США у всьому світі. Оскільки європейський туристичний ринок є досить ризикованим, а військове вторгнення в Серце Європи зважалося малоімовірним, військове вторгнення може спричинити втрату довіри серед туристів із США та Азії, що ще більше вплине на подорожі до Європи.

Військові дії в Україні також мали сильний вплив на Близький Схід, де в багатьох країнах стала очевидною нестача продовольства та енергії. Ці країни є одними з найпопулярніших туристичних напрямків у світі та одними з найпривабливіших у глобальному туристичному секторі. Близькосхідні країни постраждають, оскільки основні туристичні потоки були з України та Росії.

Країни вже переживають спад в'їзного туризму, і в майбутньому вплив може бути ще більшим.

Згідно зі звітом Colliers International за 2020 рік, у 2019 році, до пандемії, кількість українських відвідувачів Єгипту зросла на 49% порівняно з попереднім роком, що зробило українців другим за величиною туристичним ринком для північноафриканської країни після Німеччини. Дерегуляція, пов'язана з COVID-19. Після того, як Каїр відновив польоти в липні 2021 року після дерегуляції, пов'язаної з COVID-19, українці стали першими туристами, які повернулися, за словами заступника міністра туризму Гади Шалабі [117].

Туристичний ринок Туреччини також скорочується, країна недоотримати приблизно 34,5 млрд доларів США, які планувала отримати у 2022 році. Уряд Туреччини сподівався, що 2022 рік стане роком відродження туристичної галузі.

Очікується, що багато готелів скоротять свою робочу силу, а країна втратить близько 60-65% свого обороту. Туристичний ринок Об'єднаних Арабських Еміратів також значно постраждав від війни в Україні, але уряд більше сподівається, що погіршення ситуації в обох країнах збільшить попит на нерухомість, оскільки Туреччина та Об'єднані Арабські Емірати пропонують пільги на проживання, а багаті туристи залишають країну, щоб відвідати ці місця. Однак готельний сектор не відновиться швидко.

На виїзний ринок України припадає близько 1,5% світових витрат на міжнародний туризм. Туристичні прибуття в Україну становлять близько 2%, а якщо брати до уваги європейський туристичний ринок, то близько 0,5%. Наразі це є основним викликом для туристичної галузі та перешкодою для інвестицій і розвитку.

Українські туристичні агенції розробляють темні туристичні маршрути.

Вони закликають до співпраці різних учасників туристичного процесу - гідів,

турагентів, туроператорів та туристів. Все це робиться для того, щоб іноземні туристи могли приїхати в Україну і побачити руйнування, спричинені російськими військами в Україні. Булу, Ірпінь, Володянку, Гостомель, Чернігів та Харків вже відвідали багато людей та світових лідерів, ці міста майже щодня відвідують багато журналістів. Все це стало основною рушійною силою для розробки цих турів.

Турагенти також не забувають просувати тури українськими пам'ятками Західної України та Києва. Влітку розпочалася активна фаза відновлення туризму в "безпечних" українських містах. "Українські туристичні сайти пропонують тури до історичних міст. Українські туристичні агенції турбуються про безпеку іноземців і пропонують їм страховий захист, щоб залишатися в безпеці в країні, подорожувати в безпечні місця і покривати будь-які ризики, які наразі існують в Україні.

Прогнозується, що в результаті військових дій українська економіка скоротиться на третину. Наслідки російського вторгнення відчують на собі всі сектори української економіки. Експерти з туризму хочуть бачити подальший розвиток внутрішнього туризму та внутрішніх подорожей, але враховують, що значна частина української землі перебуває під окупацією, а люди не мають ні електрики, ні води.

Поїздки в Україну скоротилися на 80-90%, а скупчення людей на туристичних об'єктах зменшилося на 50%. Туризм повністю зупинився в містах, наближених до лінії фронту, а продажі готелів впали на 70-80%, що значно менше, ніж торік. Голова ДАРТ планує туристичну кампанію під назвою "Надихай Україну", щоб відродити внутрішній туризм.

Згідно з доповіддю Economist Intelligence Unit, український конфлікт може вплинути на туризм у всій Європі. Російські та українські туристи разом витрачають 45 мільярдів доларів США на рік, але очікується, що ця цифра

знизяться. На додаток до спаду туризму, конфлікт призведе до зростання цін на продукти харчування та паливо, що вплине на довіру мандрівників та їхній наявний дохід, а також обмежить діяльність авіакомпаній та повітряний простір.

Водночас, активність туроператорів знизилася на 20%, і за перше півріччя 2022 року вони сплатили до державного бюджету лише 82 млн грн податків, порівняно з 105 млн грн за аналогічний період 2021 року, містами, які сплатили найбільшу суму податків у першому півріччі 2022 року, були Київ, Львів, Івано-

Франківськ та Одеса. Зростання показали Івано-Франківська (64%), Львівська (52%) та Київська (18%) області. Однак, порівняно з аналогічним періодом 2021 року, Київська та Одеська області все ще демонструють спад: 83,2% в Одесі та 35% у Києві [39]. Українським підприємцям вже зараз варто замислитися про

безпеку в місцях скупчення іноземних туристів, зокрема про встановлення бомбосховищ та систем оповіщення про повітряні нальоти. Наразі середнє завантаження готельних підприємств становить 10-15%.

Діловий туризм також є сектором туризму, який найбільше постраждав від повномасштабного вторгнення. На поточному етапі проводити зустрічі досить небезпечно, а онлайн-зустрічі іноді неможливі через тривалу повітряну

тривогу в Україні. Оскільки українські підприємці прагнуть більшої стабільності, великі корпоративні офіси переїжджають за кордон. Наразі ця цифра становить близько 10 відсотків, але буде зростати з кожним днем, якщо

війна триватиме. А для України це надто велика втрата досить активної бізнес-спільноти. Прогнозується, що відновлення ділового туризму буде пов'язане з подіями, спрямованими на відбудову післявоєнної України. І саме ці події перезапускають сектор ділового туризму в Україні та залучають активних людей до інвестування в Україну, яке примножиться у багато разів.

Таким чином, нестабільна ситуація в Україні через війну не дає змоги робити висновки про розвиток туристичного сектору сьогодні. З цієї ж причини

також важко спрогнозувати вплив військових дій на міжнародний туризм в Україні. Однак можна з упевненістю сказати, що туризм буде одним із секторів, який зможе пережити післявоєнну кризу, якщо український уряд використовуватиме відповідні маркетингові стратегії.

Висновки до розділу 2

Отже, останні кілька років були досить складними для міжнародної туристичної галузі. Спочатку пандемія COVID-19, а потім повномасштабне вторгнення росії в Україну. Звісно, туристичний ринок мав адаптуватися до нових реалій сучасного світу, тому фахівці розробили різноманітні офлайн-тури

до відомих міст, пам'яток та музеїв по всьому світу. Інновації у сфері міжнародного туризму були і залишаються лідруючими. Під час пандемії коронавірусу сектор внутрішнього туризму зазнав значних втрат. Аеропорти не працювали, більшість готелів та численні ресторани були закриті. Україна перебувала у стані повного локдауну приблизно з березня по липень 2020 року.

До літа, коли урядовий регулятор дійшов висновку, що фінанси та податки країни підриваються, ситуація почала змінюватися, і більшість ресторанів почали працювати тільки на винос, а до осені 2020 року багато готелів та ресторанів почали відкриватися, хоча і з певними обмеженнями. З появою

вакцин і тестування на антигени всі повернулися до нормального життя, але рекомендації щодо безпечного перебування в громадських місцях залишаються в силі.

Криза, що триває у світі, показує, що розвиток туризму потребує постійного розвитку та інноваційних змін. Україні необхідно розробити ефективну національну регуляторну модель, яка дозволить вивести міжнародний туризм на конкурентоспроможний рівень.

Туристичний сектор України не стоїть на місці і також приймає нові тенденції, що з'являються на ринку. Для того, щоб інноваційна політика

працювала більш ефективно, необхідно належним чином оцінити та акцентувати увагу на наступних моментах:

- вплив на інновації різних постачальників туристичних послуг, таких як готелі, ресторани та заклади відпочинку;

- спільна думка серед органів управління туристичних підприємств;

- розвиток та пошук інновацій на українському туристичному ринку та їх впровадження.

Сьогодні, через нестабільну ситуацію в Україні, спричинену війною, складно робити певні висновки щодо розвитку туристичного сектору. З цієї ж

причини також важко спрогнозувати вплив військових дій на міжнародний туризм в Україні. Можна з упевненістю сказати, що туризм буде однією із галузей, яка допоможе Україні пережити післявоєнну кризу, якщо український

уряд використовуватиме відповідні маркетингові стратегії в цій сфері,

забезпечити підтримку суб'єктів туристичної діяльності;

Однозначним є те, що у контексті відбудови сфери туризму в Україні варто взяти до уваги позитивний досвід зарубіжних країн які постраждали внаслідок кризових явищ, а особливо через війну.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

3.1. Конкурентні переваги України на світовому ринку туристичних послуг та їх використання у антикризовій політиці держави

Україна має великий потенціал для розвитку міжнародного туризму, навіть в умовах коронавірусної кризи та повномасштабного вторгнення.

Український уряд повинен належним чином реалізувати цей потенціал.

Звичайно, слід розуміти, що туристична галузь України мала проблеми і до коронавірусу, які загострилися через активну забудову та війну, але підтримання певного стандарту допоможе підтримати економіку країни.

У 2020 році туристична галузь була повністю заморожена і почала відновлюватися лише тоді, коли з'явилася вакцина від COVID-19. Для того, щоб туристична галузь функціонувала, необхідно розвивати внутрішній туризм. На рисунку 3.1 показано залученість українців до внутрішнього туризму в Україні. Опитування було проведене Національним агентством розвитку туризму у листопаді-грудні 2021 року.

Завданнями опитування було визначити найбільш перспективні та цікаві туристичні напрямки для українців, виявити характеристики внутрішніх подорожей, дослідити частоту внутрішніх подорожей та засоби пересування населення, визначити туристичні потоки, мету подорожей до регіонів, тривалість подорожей тощо. Приблизно 40% українців у віці 15-70 років регулярно подорожували в межах України, причому найбільша кількість поїздок здійснювалася щорічно (18%) (див. рис. 3.1).

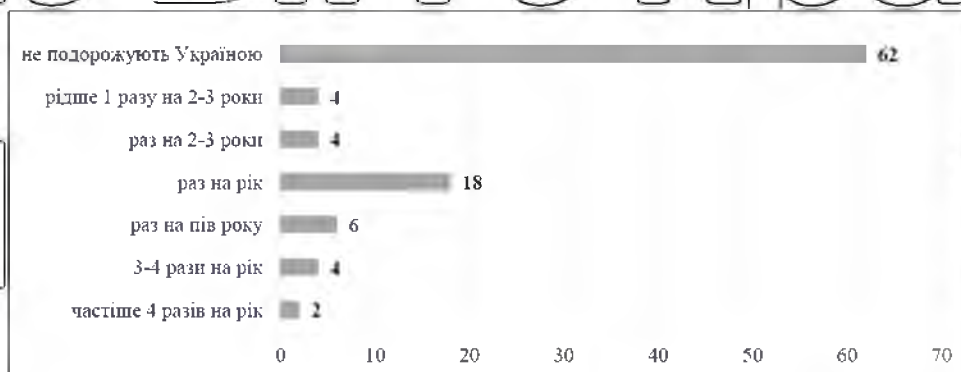


Рисунок 3.1. Залучення українців до внутрішнього туризму (%)

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Рисунок 3.2 показує, що рівень внутрішнього туризму зростає: 38% українців у віці 15-70 років подорожують Україною, незважаючи на

коронавірусну хворобу та тотальну війну. З рисунка видно, що жінки та чоловіки подорожують Україною однаково, з невеликою різницею між ними. На активність та інтерес до туристичного сектору впливають кілька факторів:

1. мешканці великих міст подорожують частіше.

2. найактивнішою групою в Україні є люди віком 15-44 роки (рис. 3.2):

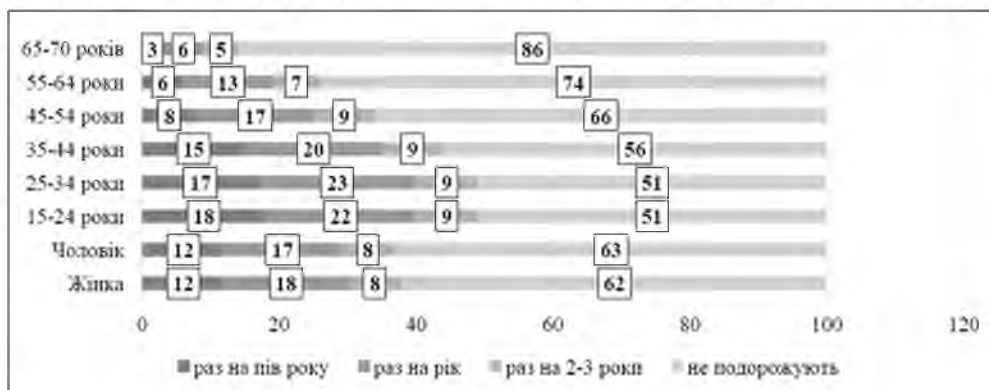


Рисунок. 3.2. Залучення громадян України до внутрішнього туризму залежно від статі та віку, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Президент Асоціації ділового туризму України заявив, що криза, спричинена COVID-19, не мине найближчим часом, навіть у 2020 році, тому необхідно шукати нові формати роботи під час кризи. Уряд України розробив законопроект щодо полегшення оподаткування туристичного сектору у пів час кризи. Необхідно зробити принаймні перші кроки, щоб відновити деякі з попередніх досягнень туристичного сектору. Необхідно розробити комплексний план, який би передбачав фінансову підтримку не лише на випадок спалаху коронавірусу, а й на випадок повномасштабної війни.

Сучасний світ стикається з такою жорстокою військовою агресією вперше з часів Другої світової війни, і жодна країна не уникнула такої потужної

військової агресії та кризи, як Україна. Можливо, українському уряду варто повчитися у Грузії та Ізраїлю, де туризм розвивався навіть у воєнний час. Деякі з найважливіших елементів відродження туристичного сектору включають наступні заходи:

- уряди повинні фінансово підтримувати туристичну галузь і пом'якшити умови для фінансування бізнесу;
- зменшити податки на туристичний сектор і скасувати податки на туристів, які подорожують;

запровадити податкові канікули або пільги для підприємств, які найбільше постраждали від кризи;

- максимально спростити візові вимоги та зменшити витрати на отримання віз;

- створення технологій для скорочення часу перебування в аеропортах та прискорення паспортного контролю;

Наразі для подолання кризи використовуються лише два підходи:

1) Забезпечити доступні кредитні лінії для представників туристичного бізнесу;

2) Надання відстрочок зі сплати боргів та податкових зобов'язань.

Незважаючи на те, що всі країни використовують ці два підходи, країни з більш розвинутою економікою та вищими кредитними рейтингами зосереджуються переважно на наданні кредитної підтримки суб'єктам господарювання, сподіваючись якнайшвидше відновити

конкурентоспроможність своїх національних економік.

Економічна сфера України потребує реструктуризації для більш успішного розвитку і стабільності туристичної галузі та більш ефективного

розвитку міжнародного туризму. Внутрішній туристичний ринок повинен

створити сприятливе середовище для міжнародних інвесторів. На жаль,

український туристичний ринок страждає від великої тіньової економіки (рис. 3.3).

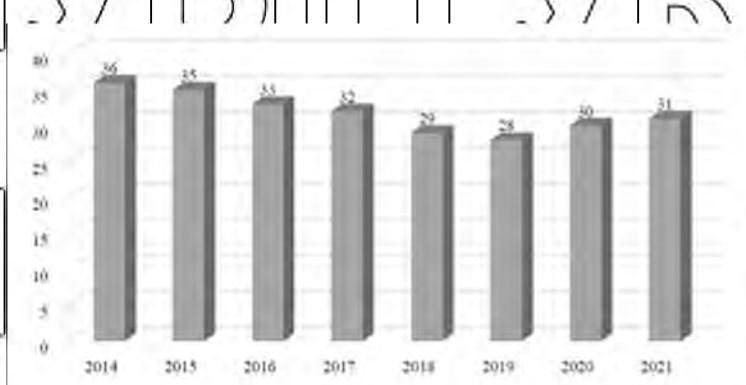


Рисунок. 3.3. Рівень тіньової економіки в Україні, (% до ВВП).

Примітка. Побудовано автором за даними Міністерства економіки України.

Рисунки 3.3 та 3.4 показують, що тіньова економіка скоротилася у 2019 році, але знову почала зростати у 2020 році, коли НБУ адаптувався до епідемії COVID-19. У звітному періоді спостерігається покращення для фінансових компаній, оскільки ділова активність є менш активною в період дерегуляції під час карантину. Однак існує гіпотеза, що таким чином суб'єкти господарювання змогли створити схему для подальшого розвитку тіньової економіки у 2019 році.

Київський міжнародний інститут соціології за фінансування Європейської комісії провів дослідження тіньової економіки в Україні: у 2021 році рівень тіньової економіки зріс з 30% до 31% (рис. 3.4):

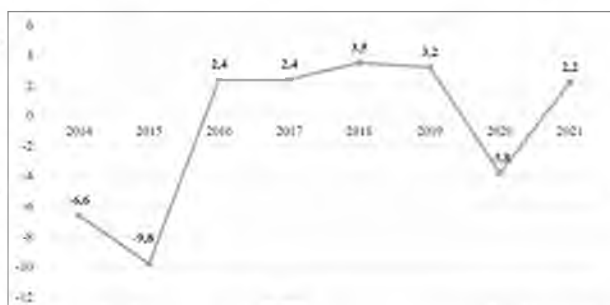


Рисунок 3.4. Динаміка обсягів реального ВВП України за період

2014-2021 рр., (%)

Примітка. Побудовано автором за даними Міністерства економіки України.

Основними галузями, які, найімовірніше, використовують тіньову економіку, є транспортний сектор - 45% у 2021 році, переробна промисловість - 25% у 2021 році, гірничодобувна промисловість - 30% у 2021 році, торгівля - 18% у 2021 році, частка будівельного сектору залишається незмінною - 27%, а фінансового сектору - 29%.

Сфера міжнародного туризму України є важливою галуззю для відновлення економіки після кризи 2010 року. У 2017 році Уряд України прийняв Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року, яка чітко сформулювала та висвітлила основні цілі розвитку міжнародного туризму в Україні; створення туристичного продукту, здатного конкурувати на ринку послуг.

Маркетингова діяльність наразі є одним з основних напрямків для України для відновлення туристичних потоків після пандемії коронавірусу та повномасштабного вторгнення. У сьогоdnішніх реаліях маркетингові стратегії повинні відповідати всім вимогам іноземних туристів, а особлива роль має бути відведена безпосередньо іноземним туристам в Україні;

- весь наявний туристичний потенціал має бути ефективно використаний. Це стосується і наявної інфраструктури, яку необхідно вдосконалювати, щоб зробити український бренд більш стійким;

- покращення якості послуг та інфраструктури в туристичному секторі. Це означає, що необхідно створити більше туристичних інформаційних центрів в українських містах, біля залізничних станцій та біля туристичних об'єктів. Це

включає в себе просування місцевої продукції серед іноземних туристів через виставки та ярмарки;

- створити систему "ціна-якість". Всі стандарти обслуговування в ресторанах та готелях мають бути оновлені. Україна має забути про радянські стандарти якості та розробити власні стандарти якості, наближені до міжнародних;

- впровадити систему безперервного навчання для фахівців у сфері туризму. Фахівці повинні постійно підвищувати свою кваліфікацію та слідкувати за всіма інноваціями, що з'являються на туристичному ринку.

Сучасний туризм часто називають феноменом 21-го століття через його стрімкий розвиток та бурхливий розвиток суміжних галузей. Висвітлення конкурентних переваг міжнародного туризму в Україні є важливим аспектом побудови сильної туристичної держави.

Ю.О. Коваленко зазначає, що для оптимального функціонування туристичної галузі необхідно раціонально обирати перспективні напрями розвитку туризму, які мають ґрунтуватися на прибутковості та соціально-культурній значущості, і що пріоритетними напрямками розвитку ринку міжнародних туристичних послуг в нашій країні є діловий туризм.

І.О. Сидоренко звертає увагу на організаційно-економічні механізми управління якістю туристичних послуг у сучасному світі.

М.П. Войнаренко розглядає питання розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності України на основі кластерів у туристичній сфері

[91].
Оскільки туристичний сектор України є галуззю, що розвивається, досить правильним рішенням буде звернутися до зарубіжних кейсів розвитку.

Сильними сторонами України у розвитку міжнародного туризму є наступні:

- іноземним туристам в Україні не потрібно витратити більше грошей на продукти, які їм подобаються, ніж у власній країні;

- вартість готельного номера в Україні значно дешевша; та

- Україна має велику кількість стадіонів місткістю понад 20 000 осіб; 4)

Україна має велику кількість стадіонів місткістю понад 20 000 осіб

- багато об'єктів культурної та природної спадщини та унікальна архітектура українських міст:

- високий рівень іноземних інвестицій в Україні

- дуже легко розпочати бізнес в Україні. Туристичний ринок дуже

молодий, тому іноземні інвестиції завжди потрібні і досить вигідні;

- розвинена інфраструктура.

Конкурентоспроможність міжнародного туризму розраховується на

основі певних критеріїв. Загалом для визначення конкурентоспроможності

міжнародного туризму використовується 14 показників, які поділяються на

групи. Ці показники характеризують сфери, сприятливі для розвитку

міжнародного туризму, і відносяться до секторів, пов'язаних з туризмом (див.

Таблицю 3.1):

Таблиця 3.1. Субіндекси Індексу конкурентоспроможності сфери подорожей та туризму

Сприятливі середовища	Державна політика та створення сприятливих умов у сфері подорожей і туризму	Інфраструктура	Природні та культурні ресурси
Бізнес-середовище	Пріоритетність сфери подорожей та туризму	Інфраструктура повітряного	

		транспорту	Природні ресурси
Рівень безпеки	Міжнародна відкритість	Інфраструктура наземного та водного транспорту	Культурні ресурси та ділові поїдки
Охорона здоров'я та ринку праці	Цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії	Туристична інфраструктура	-
Інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій	Екологічна стійкість	-	-

Примітка. Складено автором за даними Г. Заячківська. Індекс конкурентоспроможності України у сфері подорожескої та туризму. Навчальний посібник. – К.: Економічний аналіз, 2016. – С. 407.

Рисунок 3.5 показує витрати іноземних туристів, які прибувають в Україну. Середня сума, витрачена іноземними туристами в Україні, становить 930 доларів США. Деякі туристи заявили, що вони витратили дуже мало грошей, тоді як інші заявили, що вони витратили не більше 500 доларів США, тому можна зробити висновок, що туризм в Україні набагато дешевший, ніж в інших європейських країнах (див. рис. 3.5).

Найцікавішим аспектом повоєнного туризму є війсьничий туризм і відвідування місць, які найбільше постраждали від тотального вторгнення, хоча багато українців виступають проти розвитку цього виду туризму.

Воєнний туризм існує в Україні з 2014 року, але відвідування місць, які перебували під російською окупацією, є досить новим явищем



Рисунок. 3.5. Розподіл іноземних туристів за масштабами витрат на подорожі до України у 2021 р., (%)

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Українське агентство розвитку туризму запрошує громадськість взяти участь у розробці стратегії щодо місць збройного вторгнення. З кількох точок зору, це жест, щоб заявити, що Україна є незалежною країною. Це призводить до поширення сьогоденних дій, а також минулої історії. З іншого боку, існує також етичний вимір горя тих, хто пережив обстріли, страх і смерть.

Безсумнівно, Україна зараз перебуває в ситуації, яку не переживала жодна інша країна. Війна змінила не лише український туристичний простір, але й світовий туристичний ринок. Необхідно розвивати нові туристичні напрямки, спираючись на світовий досвід.

Туризм має велике соціальне та економічне значення для України.

Туризм – це коєстигує шине право громадян на відпочинок та оздоровлення,

свободу пересування, відновлення та зміцнення здоров'я;

Найголовніше, що слід пам'ятати, - туризм не може розвиватися у відриві від інших галузей. Усе має відбуватися паралельно у прив'язці до соціально-

економічних зон та господарських комплексів, як це передбачено

Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 8 від 03 лютого 2021 року "Про затвердження плану заходів щодо підтримки розвитку культурних територій, охорони культурної спадщини, креативних індустрій та туризму".

Розпорядження свідчить про те, що держава розглядає туризм як важливу складову економіки України.

Як зазначалося раніше, Україна та українська туристична галузь повинні наслідувати приклад моделей міжнародного туризму в усьому світі. Українська модель регулювання міжнародного туризму має базуватися на потребах та маркетингових стратегіях іноземних туристів.

Для розвитку туристичної галузі України доцільно використовувати окремі елементи моделі участі держави у посткризовому регулюванні туристичної діяльності. Ефективність цієї моделі перевірена часом і підтверджена конкретними результатами у розвитку туризму та

життєдіяльності громад у період післявоєнної відбудови. Необхідно запровадити ефективну міжвідомчу координацію та державно-приватне партнерство, розбудувати інфраструктуру, розвивати транспортний сектор,

інтегрувати українську транспортну систему в європейську та світову транспортну мережу, створювати та реалізовувати туристичні продукти та

послуги, що користуються попитом на світовому ринку, застосовувати нові технології, такі як зміна системи бронювання турів.

НУБІП України

Аналізуючи та використовуючи досвід розвинених туристичних країн, розробити інструменти та механізми дій та надати гарантії міжнародній спільноті для допомоги у відродженні післявоєнного туризму.

Інвестиції в туристичний сектор України, особливо в індустрію гостинності та реконструкції, завжди повинні займати одне з найважливіших місць у розвитку міжнародного туризму. Туризм сильно залежить від економіки приймаючої країни, але міжнародний туризм все одно стимулює економічний розвиток. Для створення якісного туристичного продукту допустимо враховувати думки кваліфікованих експертів.

Так, теорія абсолютних переваг А. Сміта (згідно з якою країни експортують товари, які вони виробляють з меншими витратами (в яких вони мають абсолютну перевагу), та імпортують товари, які інші країни виробляють з меншими витратами (в яких їхні торгові партнери мають

абсолютну перевагу)) [91] та теорія порівняльних переваг Д. Рікардо (91]), суть якої полягає в тому, що якщо кожна країна спеціалізується на виробництві товарів, які вона може виробляти з відносно меншими витратами, ніж інша (іншими словами, з меншими альтернативними витратами), торгівля буде взаємовигідною для обох країн, незалежно від того, чи є виробництво однієї країни більш ефективним в абсолютному вираженні, ніж іншої) [91].

Водночас, конкуренція, а точніше конкурентна перевага, детально розглядається в теорії Майкла Портера: "Відповідь на питання "Чому деякі країни досягають успіху на міжнародному рівні в певних галузях?" полягає в чотирьох загальних національних детермінантах, які формують середовище, в якому конкурують місцеві фірми, і сприяють або перешкоджають формуванню конкурентних переваг" в країні. Цими детермінантами є: факторні умови, умови попиту, суміжні та обслуговуючі галузі, стратегія та

структура компанії, а також конкуренція. Вони визначають конкурентоспроможність країни на світовому ринку [91].

Внутрішній туристичний ринок складається з низки туристичних послуг, які надають туристичний капітал і туристичні ресурси, забезпечуючи обсяг туристичного світу і визначаючи його характер. Чим вища вартість

послуги, тим більше туристів обирають дешевші види туризму. Іншими словами, туристичні потоки повністю залежать від вартості послуг, яка повинна включати вторинні послуги (супутні та додаткові послуги). Цінова

політика в туристичному секторі також включає валютні курси та конкурентні

переваги туристичного ринку країни.

Розглядаючи теорію Майкла Портера щодо України, туристичну привабливість країни можна пояснити її різноманітними ресурсами, такими

як Чорне та Азовське моря, Карпати та Кримські гори, національні пам'ятки, природні атракції, стрімкий розвиток інфраструктури та всіх галузей, які не існували б без присутності туристичної індустрії. Це пов'язано з тим, що

Туризм в Україні є дуже перспективною галуззю, визнаною всім цивілізованим світом. Водночас, Україна потребує вдосконалення своїх інформаційних систем та інноваційних технологій, оскільки Уряд України має

на меті зробити Україну однією з найбільш інформаційно орієнтованих країн, де більшість сфер економіки та державного управління будуть оцифровані та здатні відповідати сучасним викликам глобального технологічного розвитку.

Таким чином, Україна має багато недостатньо використаних конкурентних переваг: вона має два моря, гірськолижні курорти, багату, красиву та різноманітну природу, де кожен турист може обрати місце на свій

смак, міста багаті на різноманітні архітектурні пам'ятки, сучасні туристичні центри, численні готелі та ресторани, які йдуть в ногу з сучасним туристом, а

країна, яка запровадила всі сучасні інноваційні досягнення, має всі перспективи підвищити власну конкурентоспроможність. Державна політика

має бути спрямована на розвиток міжнародного туризму як однієї з ключових галузей економіки.

НУВІП УКРАЇНИ

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

НУВІП УКРАЇНИ

На сьогоднішній день в Україні немає єдиної думки щодо розвитку та функціонування туризму у після кризовий період. Серед основних проблем у розвитку цієї галузі - відсутність якісної маркетингової кампанії, яка б висвітлювала Україну не як країну ядерних аварій, революції та війни, а як країну, безпечну для іноземних туристів, багату на туристичні атракції, унікальні місця та багату історію. Для того, щоб побудувати сильну міжнародну туристичну індустрію, необхідно приділити увагу низці сфер економічній, соціальній та правовій. У розвинених країнах туризм має значний вплив на соціальне життя населення та його подальший розвиток.

НУВІП УКРАЇНИ

Кількість міжнародних туристичних прибуттів у світі є позитивною у більшості країн. В українському туристичному секторі кількість туристів зменшується. Щороку Україна стає на одну сходинку нижче, ніж у попередньому році. 2014 року Україна пережила і продовжує переживати економічну кризу, яка ще активніше проявляється в сьогоднішніх реаліях. Все це негативно вплинуло на розвиток міжнародного туризму. Обсяги в'їзного та виїзного туризму скоротилися вдвічі, оскільки Україна та українська економіка перебувають у кризовому стані, а економічна ситуація є не дуже стабільною.

НУВІП УКРАЇНИ

НУВІП УКРАЇНИ

Слабкі сторони міжнародного туризму в Україні:

- вплив уряду на український інвестиційний ринок та питання державного рівня.

Україна є дуже привабливою країною для інвестицій. Багато іноземних інвесторів зацікавлені в інвестуванні в український ринок послуг, але інвестиційні умови та законодавство постійно змінюються. У банківському секторі рахунки можуть

НУВІП УКРАЇНИ

НУВІП УКРАЇНИ

бути заблоковані без права повернення, якщо клієнти не дотримуються адміністративних процедур. Корупція в уряді та внутрішня політична нестабільність також зберігаються;

- туристичний сектор ще не є пріоритетним в економічному порядку денному і розвивається досить повільно;

- неефективні та застарілі маркетингові кампанії та реклама, які не підкреслюють, що Україна є привабливою країною з багатими туристичними ресурсами;

- військове вторгнення в Україну з боку Росії, тебто на даному етапі можна зробити висновок, що Україна є небезпечною країною для іноземних туристів

- застарілі стандарти якості.

- відсутність на державному рівні екологічного законодавства, яке б регулювало охорону та мінімальне використання природних ресурсів.

На державному рівні відсутнє екологічне законодавство, яке б регулювало охорону та мінімальне використання природних ресурсів для майбутніх поколінь.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну негативно вплинуло на міжнародний туризм у всьому світі: Цивільна авіація була закрита над

Україною, і всі авіакомпанії перенаправили свої рейси через інші коридори, які наразі є досить завантаженими.

Подорожі до Східної Європи також були призупинені на початку лютого і в березні. Також виникли серйозні проблеми з робочою силою в

різних туристичних секторах, особливо в аеропортах. Не можна сказати, що

це остаточний результат впливу війни в Україні на економіку. Якщо воєнна

агресія буде продовжуватися довгий час, то наслідки можуть бути непередбачуваними.

Відсоткові ставки зростають, ціни на продукти харчування, нафту і газ

зростають. Світовий банк прогнозує, що ця криза є головною загрозою для

відновлення після пандемії COVID-19 і матиме подальший вплив на міжнародний туризм у 2023 році. Що стосується ситуації з COVID-19, то хвороба також змінила ситуацію в Україні з точки зору кількості в'їзних туристів і вплинула на сектори економіки країни. Вплив. Через стрімкий розвиток хвороби індустрія гостинності повністю зупинилася, а багато людей втратили роботу через те, що не працювали перші кілька місяців. Українська туристична галузь знову стала однією з перших галузей, яка відчула кризу. Багато підприємств виявилися не готовими до кризи такого масштабу. І закрилися через матеріальні збитки.

Під час пандемії COVID-19 державна політика була непередуманою і не надала підтримки, якої галузь потребувала в той час. Урядові програми зі стимулювання економіки та подолання наслідків пандемії не включали планів відновлення туристичної галузі, а Агентство розвитку туризму було позбавлене фінансування. Після початкової масової блокади обмеження були бездумно зняті і дозволено роботу громадського транспорту, торговельних центрів та готелів, але дотримання всіх гігієнічних вимог у цих закладах було складнішим, ніж, наприклад, по-перше, у ресторанах, які відкрилися для роботи майже через місяць після зняття карантину, а по-друге, через високу пильність керівництва та дотримання всіх гігієнічних норм навіть за відсутності епідемії коронавірусу.

Ще одним хибним заходом під час COVID-19 були міжрегіональні подорожі. За словами багатьох чиновників, відповідальних за розвиток туризму, всі новини про обмеження в туристичному секторі, оголошені Міністерством охорони здоров'я, з'явилися в останню хвилину. Прикладом може слугувати ситуація з готелями: вони мали відкритися 22 травня 2020 року, але МОЗ вказало свої вимоги лише 21 травня, і відкриття готельного господарства України було відкладено на певний період. Також тривалий час

МОЗ не публікувало вимоги до відкриття закладів громадського харчування, тобто обслуговування клієнтів у приміщенні. Близько 7 000 туристичних агентств закрилися по всій Україні, і прогнозувалося, що майже кожен п'ятий турагент збанкрутує.

Зміни в туристичному секторі також були дуже складними. Як зазначалося вище, уряд не звертав уваги на туристичний сектор і, звичайно, туристичний збір не був зменшений або звільнений від сили. Туристичний сектор пропонував різні ідеї щодо підтримки туристичної галузі України власними силами, але було занадто пізно вжити мінімальних заходів для підтримки туристичного сектору, тому ситуація в туристичному секторі досить погана і зараз стикається з багатьма проблемами, а туристичні агенції, готелі та ресторани закрилися.

Найбільшим ударом для міжнародного туризму стало зниження купівельної спроможності населення. Це пов'язано з тим, що курс долара зростає в ціні. В результаті цієї ситуації туроператори скоротили кількість пропонуванних турів, а багато авіакомпаній зменшили кількість регулярних рейсів до популярних місць відпочинку. Повномасштабна війна завадила багатьом туристам приїхати в Україну через постійні ракетні обстріли та підвищений ризик повторних атак на райони, розташовані на півночі країни.

Туристичний сектор України потребує реформування. Серед недоліків, що стримують розвиток туристичної галузі в Україні виділяють:

- недостатньо розвинене середовище (бізнес-сектор, безпека, інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій);
- недосконалість державної політики та сприятливих умов у секторі подорожей та туризму (пріоритети подорожей та туризму, міжнародна відкритість, екологічна стійкість);

- недостатньо розвинуту інфраструктуру;
- недбале ставлення до природних ресурсів [36].

Отже, Україна не використовує весь потенціал на міжнародному ринку туристичних послуг. Якби уряд приділяв більше уваги туристичному бізнесу та його розвивав, фахівці мали б більше можливостей для створення нових туристичних продуктів, які були б максимально конкурентоспроможними на світовому туристичному ринку. Україна потребує співпраці Уряду, Центральної туристичної ради та місцевих громад, щоб створити свій власний бренд, визнаний у світі.

Сталий туризм - це сучасна концепція розвитку туризму, що базується на принципах сталого розвитку. Це туризм, який розвивається, щоб задовольнити всі існуючі потреби і в той же час забезпечує аналогічні можливості для майбутніх поколінь.

Збільшення туристичних поїздок і взаємодії людини з природою вимагає менш активного використання природних ресурсів [56]. Іншими словами, сталий туризм - це використання всіх екологічно чистих технологій в туризмі, що збільшує кількість туристів в Україні, але, на жаль, туризм в Україні не готовий до впровадження інновацій сталого туризму.

Для ефективного розвитку сталого туризму в Україні завадять наступні чинники:

- недосконала нормативно-правова база у сфері екологічного туризму (державна не приділяє необхідної уваги інституційному забезпеченню розвитку туризму та рекреації);
- нераціональне використання історико-культурної спадщини та довкілля України (на місцевому рівні часто ігноруються принципи сталого розвитку туризму, що призводить до екологічних наслідків туристично-рекреаційної діяльності);

- відсутність асортименту та низька якість туристичних продуктів (туристичних послуг) на туристичному ринку;

- низька якість послуг та недотримання стандартів розміщення;

- відсутність співпраці між місцевими державними адміністраціями та органами місцевого самоврядування щодо забезпечення розвитку туризму та рекреації в регіоні;

- відсутність єдиного підходу до раціонального використання наявних курортних ресурсів;

- Недостатня поінформованість потенційних туристів про рекреаційно-туристичний потенціал країни;

- нестача професійних кадрів у сфері туризму;

- дисбаланс соціальної та економічної ефективності використання рекреаційних ресурсів та необхідність їх збереження;

- неефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу в сільській місцевості;

- відсутність сучасних методологій статистичних спостережень у сфері туризму та готельного господарства:

- відсутність цілеспрямованих маркетингових заходів та їх державної підтримки погіршує туристичний імідж України [90].

В Україні відсутня система підтримки інформаційного та маркетингового розвитку туристичної галузі, а також немає налагодженої

схеми функціонування різних туристичних центрів. Крім того, велика кількість підприємств, які працюють у цій сфері, не займаються наданням туристичних послуг і тому не вважаються туристичними підприємствами. Деякі підприємці офіційно не зареєстровані і надають житло як місце тимчасового відпочинку.

Існування тіньової частини туристичного сектору, яку неможливо відстежити,

створює проблеми для нормального функціонування, розвитку туризму та подальшого збору податків.

Також спостерігаються значні щорічні коливання обороту туроператорів та турагентів, що є ще одним показником недосконалості системи збору даних про туризм в Україні. Насамперед, це не є результатом ринкових коливань у туристичному секторі, а радше наслідком державного регулювання, законодавчих змін у галузі та зовнішніх економічних і політичних чинників.

Тому вплив туристичної політики України на формування туристичних потоків можна розглядати як короткостроковий. Окрім загальної нестабільності, "слабка" правова, економічна та статистична база має ретроградний вплив на розвиток туризму в Україні. Водночас слід зазначити, що найсерйознішою поточною проблемою для вітчизняного туристичного сектору є військова агресія Російської Федерації проти України, яка завдала величезних збитків економіці країни, зруйнувала культурні об'єкти та завдала значної шкоди флорі та фауні. У зв'язку з цим Уряд має звернути особливу увагу на розвиток міжнародного туризму в державі, сприяти вирішенню проблем на національному рівні, удосконалити нормативно-правову базу та сприяти створенню ефективного механізму регулювання міжнародного туризму в нашій країні з урахуванням сучасних реалій та викликів.

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

За останні кілька років міжнародна туристична галузь України зіткнулася з низкою криз, починаючи з пандемії COVID-19 і закінчуючи повномасштабним вторгненням в Україну. Багато науковців прогнозували, що 2022 рік стане рятівним для туристичної галузі, але 24 лютого 2022 року зруйнувало плани щодо відновлення туризму та продовжило кризу, яка

розпочалася у 2019 році. Хоча поточна ситуація в міжнародному туризмі виглядає дуже песимістично, є багато прикладів, коли, наприклад, туризм не зупинявся і продовжував розвиватися під час воєнних дій. Уряд України варто взяти приклад з таких країн і не зупиняти туризм. Україна має всі можливості для розвитку міжнародного туризму, але Уряд та зацікавлені сторони повинні забезпечити, щоб усі елементи були в правильному напрямку. Найбільш перспективними заходами по відновленню міжнародної туристичної сфери є:

- спільно з експертами необхідно розробити нову концепцію міжнародного туризму;

- розгляд прискореної візової процедури для іноземних туристів або запровадження безвізового режиму між країнами. Для громадян Австралії, Нової Зеландії, Королівства Бахрейн, Держави Кувейт, Султанату Оман та Королівства Саудівська Аравія скасовуються візи для в'їзду в Україну та транзитного проїзду через територію України [100];

- обслуговування та реконструкція всіх пам'яток архітектури в Україні; оновлення стандартів обслуговування, нормативно-правової бази, дотримання та розвиток якості обслуговування;

- впровадження необхідних заходів для збільшення потоку іноземних туристів до українських міст. Приблизно 10 мільйонів людей подорожують з України до Європи, Туреччини та інших країн з туристичною метою, але, на жаль, не так багато іноземних туристів відвідують Україну. Рейтинг конкурентоспроможності Україна знаходиться лише на 78 місці. Це означає, що всі стандарти якості мають бути удосконалені і має бути створений новий туристичний продукт, щоб конкурувати на світовому туристичному ринку. Сьогодні важливу роль відіграє внутрішній туризм. Уряд повинен звернути увагу на розвиток цього туристичного сектору. Однак внутрішній туризм сам

по собі не може відродити міжнародний туристичний сектор України, тому

першочергову увагу слід приділити вдосконаленню та оновленню всіх туристичних стандартів (табл. 3.2):

Таблиця 3.2. 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

Продовження таблиці 3.2. Залученість українців до внутрішнього туризму залежно від області проживання, (%)

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 автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

За даними Мін.економ.розвитку, у 2018 році Україну відвідали близько 15

мільйонів іноземних туристів, а загальний дохід від туристичної діяльності

склав приблизно 4,5 мільярда гривень. Однак розвиток туристичного сектору

України навряд чи можна назвати "задовільним", а потенціал країни ще не

використаний повною мірою. У світовій економіці на туризм припадає близько

10% ВВП, тоді як в Україні - лише 2%, тому можна зробити висновок, що

туристична галузь робить незначний внесок у зростання української економіки.

Тим не менш, це не означає, що туристична галузь не має значення. Це

пояснюється тим, що за допомогою туристичної галузі розвиваються різні

сектори, включаючи готельний бізнес, громадське харчування, дозвілля,

культуру, пасажирський транспорт і торгівлю.

Одним із позитивних впливів на міжнародний туризм є закон про

легалізацію азартних ігор в Україні. Законопроект з'явився у 2019 році та був

прийнятий у вигляді Закону України від 14.07.2020 "Про державне регулювання

діяльності щодо організації та проведення азартних ігор". Територія

спеціальної гральної зони для гральних закладів казино розглядається наступним чином:

територія готелів (будівель, комплексів) категорії "п'ять зірок" з номерним фондом понад 150 номерів у місті Києві;

- територія заміських рекреаційних комплексів - нерухоме майно, що складається з двох і більше будівель та споруд загальною площею не менше 10 000 кв. м, розташоване за межами міста та обладнане основними зручностями п'ятизіркового готелю;

- територія спеціальної гральної зони, створеної за рішенням Кабінету Міністрів України.

У разі реалізації спеціального інвестиційного проекту з організації та проведення азартних ігор у казино за рішенням Кабінету Міністрів України

організація та проведення азартних ігор відповідно до цієї частини

здійснюється на підставі інвестиційної ліцензії. Інвестиційна ліцензія на організацію та проведення азартних ігор у казино видається також

уповноваженим органом за умови будівництва заявником п'ятизіркового готельного комплексу з номерним фондом не менше 200 номерів (м. Київ) або

150 номерів (інші міста) та надання права на організацію та проведення азартних ігор у гральному закладі казино, розташованому в межах такого

готельного комплексу. Хто видає. Плата за видачу інвестиційної ліцензії не стягується. Термін дії інвестиційної ліцензії - 10 років [76].

Стрімкий розвиток коронавірусної інфекції дозволив нам спостерігати

перехід бізнесу в онлайн-середовище. Згідно з українським законодавством, туристичні оператори не мають права займатися іншими видами комерційної

діяльності. Однак Міністерство культури та інформаційної політики підготувало законопроект, який звільняє туристичну галузь від сплати

податків, туристичного збору, земельного податку та податку на житлову

нерухомість. Львівська міська рада розробила та запропонувала п'яти етапний план відновлення туристичної галузі після пандемії COVID-19.

Під час пандемії оперативні плани розроблялися спільно з експертами в галузі туризму. Навіть за відсутності кризи також необхідно визначити проблеми, які призводять до найбільших втрат у туристичному секторі.

Таблиця 3.3 демонструє тенденцію до зростання надходжень в українську економіку (у доларах США та гривнях). Негативною стороною є динаміка іноземних та внутрішніх туристів, які залишають країну через незадовільні та застарілі стандарти. Таблиця включає дані про внесок туристичного сектору в реальний ВВП, що генерується туризмом та суміжними галузями (готелі, туристичні агенції, авіакомпанії, туристичні транспортні компанії (залізничні та автобусні) та інвестиції в туризм). Україна має можливість зробити туристичний сектор однією з найприбутковіших галузей для країни.

У 2019 році американська телекомпанія опублікувала список з 11 українських міст, найбільш привабливих для іноземних туристів. До нього увійшли такі міста: Чернігів, Київ, Харків, Львів, Чернівці, Умань, Переяслав-Хмельницький, Одеса, Ужгород та Кам'янець-Подільський. Посилення

позицій України на світовому туристичному ринку можливе через створення конкурентоспроможного внутрішнього туристичного продукту, формування іміджу країни та довгострокової стратегії сталого розвитку туристичного сектору:

- забезпечення безпеки іноземним туристам;
- застосування сучасних інформаційних технологій для поширення туристичних послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- покращення транспортної інфраструктури країни;
- провадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в

туризмі;

- використання екологічно чистих продуктів та розвиток зеленого туризму зі справедливим ставленням до природних ресурсів,

- моніторинг та отримання інформації щодо відгуків споживачів про туристичні продукти та проведення регулярних опитувань представників бізнесу та клієнтів [23].

Українському уряду слід взяти приклад з країн, які пережили або переживають зниження військової напруженості. Хорватія є одним з таких прикладів: незважаючи на військові дії на початку 1990-х років, Хорватія зараз

є одним з найпривабливіших місць для відпочинку у світі. Уряд Хорватії зосередився на маркетинговій кампанії з просування раніше невідомих островів. Оскільки кампанія була проведена правильно, іноземні туристи

почали відвідувати острови, а хорватському уряду залишилося лише підтримувати туристичну галузь на тому ж рівні, стежити за чистотою та охороною навколишнього середовища на своїх островах. Важливість іноземних

туристів і реклама від них призвела до того, що багато іноземних туристів і відомих блогерів, які подорожують по всьому світу, пишуть про відпустку і відпочинок у Хорватії. В результаті ВВП збільшився на 15%, і Хорватія

приймає близько 10 мільйонів іноземних туристів щороку, приносячи значні доходи. Кіпр також обрав маркетингову кампанію для просування свого туристичного потенціалу.

Ізраїльський туризм розвивався під час війни з Палестиною. Вони воюють вже понад 70 років, і туристична індустрія вже повністю адаптувалася до військового конфлікту. Однак військовий конфлікт все ще позбавляє Ізраїль

0,5% економічного зростання на рік: у 2009 році Ізраїль втратив понад 1,5 мільярда доларів доходу. Інтенсифікація конфлікту в Газі призвела до втрати доларових надходжень. В Ізраїлі туризм є важливим сектором економіки, на

який припадає 5% експорту і 6% зайнятості. Це пов'язано з тим, що ВВП Ізраїлю структурований таким чином, що якщо один сектор економіки не генерує гроші, інший сектор компенсує втрату.

Досвід Грузії вважається найбільш схожим на війну, яка зараз відбувається в Україні. Туристична галузь Грузії не зупинялася під час активних бойових дій. Військові дії сприяли зростанню популярності Грузії серед іноземних туристів. У післявоєнній Німеччині туризм був доступний лише середньому класу, тому німецький уряд планував створити соціальний туризм, орієнтований на пенсіонерів, студентів та молодь. Субсидії та

дисконтні схеми від різних секторів економіки підтримували ціни в туристичній галузі на прийнятному рівні. Завдяки цим заходам внутрішній туризм у Німеччині значно покращився, причому найбільшого успіху туроператори досягали, якщо зосереджувалися на масовому сегменті та екскурсійних турах.

Україна має наслідувати приклад країни, які вже мали подібний досвід, і використовувати ті ж методи відновлення туризму після військових дій, але не слід забувати, що багато науковців зазначають, що складність ситуації полягає в тому, що це наймасштабніше військове вторгнення з часів Другої світової війни. Зацікавлені сторони вітчизняного туризму повинні прагнути знайти антикризові методи управління, щоб відродити міжнародну туристичну галузь України.

Зворотній зв'язок з іноземними туристами дуже важливий. Це пов'язано з тим, що багато потенційних туристів спілкуються на різних платформах і радять один одному подорожувати до тієї чи іншої країни. Інформація про послуги, які може запропонувати Україна, має бути повною, адже це те, що становить туристичний бренд країни. Інформація має бути різними мовами (мовами туристів, які найчастіше відвідують Україну) і включати інформацію

про авіаперельоти, інфраструктуру, безпечне перебування та туристичні
дестинації

Багато туристів, відвідуючи різні країни, дивляться YouTube-блогерів,
які розповідають про унікальні особливості країни. Українські блогери є
найвідомішими у світі, оскільки вони перекладають свої відео англійською
мовою і розповідають про поточну ситуацію в Україні, а деякі з них навіть
почали подорожувати країною (див. рис. 3.6).

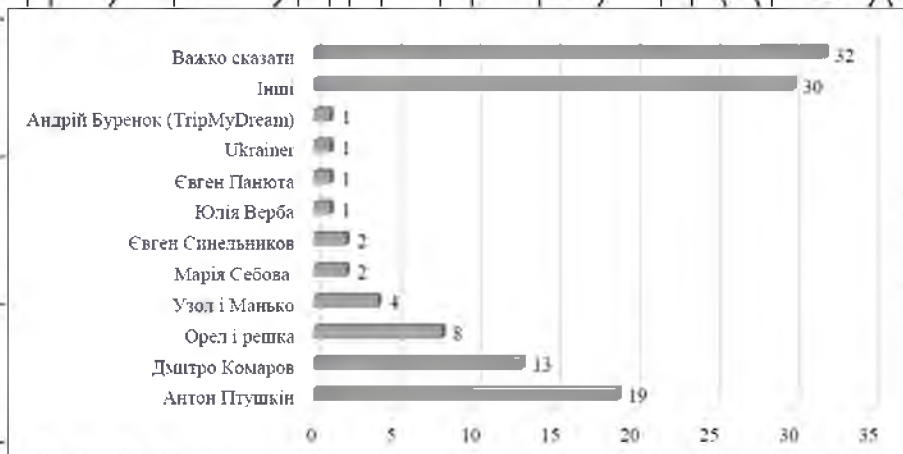


Рисунок 3.6. Рейтинг тревел-блогерів /блогерів як джерела інформації про туристичні об'єкти України (%).

Примітки. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Уряду України необхідно створити неповторний бренд держави.

Наприклад, можна було б просувати українські гірськолижні курорти та

морські пляжі. На Західній Україні є досить багато замків. Для любителів урбаністичної культури будуть цікаві мурали в Києві. Чорнобильська зона і постмодерністська архітектура великих міст, в той час як екотуризм значно розвинувся в Карпатах і Центральній Україні. Для любителів тихого відпочинку в межах години їзди від столиці є безліч природних парків.

Туристичний імідж України завжди має підтримуватися маркетинговими кампаніями та потужною рекламою. Основними пріоритетними напрямками державної політики у сфері туризму є:

- удосконалення нормативно-правової бази, що регулює відносини у сфері туризму;

- утвердження туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення внутрішніх та зовнішніх інвестицій у розвиток туризму та створення нових робочих місць;

- розвиток в'їзного, внутрішнього, сільського та екологічного (зеленого) туризму

- розширення міжнародного співробітництва та утвердження України на світовому ринку

- створення сприятливих умов для розвитку туризму шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та іншого регулювання;

- створення більш стійкого та сталого туристичного ринку

- забезпечення зручності туризму та відвідування шляхом запровадження пільг для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених осіб [100].

Інновації в туризмі - це розробка і створення нових туристичних маршрутів, туристичних продуктів, видів туризму, технологій обслуговування з використанням нових туристичних ресурсів, сучасних досягнень науки і техніки та інформаційних технологій, впровадження яких сприяє економічному розвитку туристичних підприємств і поліпшенню туристичного іміджу країн і регіонів [79].

До інноваційних та перспективних видів туризму можна віднести:

- космічний туризм. Цей вид туризму є відносно новим і одним з найдорожчих. Оскільки неможливо просто відправити автобус з однієї точки в іншу, організація цього виду туризму відіграє досить велику і важливу роль. Апарат повинен пройти ряд випробувань, перш ніж туристи зможуть піднятися на борт космічного корабля.

- кінотуризм. Туристи прагнуть відвідати місця і ландшафти, які були використані у фільмах і телевізійних серіалах. Цей вид туризму обирають фанати різних кінокультур. Наприклад, багато фанатів відвідують готель, показаний у фільмі "Сам удома", а в Діснейленді є локації для фанатів, повністю стилізовані під їхні улюблені фільми: наприклад, "Месники" та "Пирати Карибського моря".

- фестивальний туризм. Це відносно новий вид туризму, де туристи можуть послухати своїх улюблених виконавців та відвідати туристичні атракції у вільний час.

- гастрономічний туризм. Це спеціальна подорож, щоб скуштувати національну кухню тієї чи іншої країни. В останні кілька років цей вид туризму стає все більш популярним серед молоді.

- віртуальний туризм. Цей вид туризму орієнтований на людей, які не можуть відвідувати інші країни через фізичні вади або хворобу. Як альтернатива, наприклад, цей вид туризму дозволяє туристам відвідати найцікавіші та найнебезпечніші місця.

Іншими словами, нинішня ситуація в Україні - це можливість для туристичної галузі. Україна зараз найбільше обговорюється через тотальну війну та створення найпопулярнішої з часів незалежності кампанії "Будь хоробрим, як українець". Після закінчення війни багато іноземних туристів

мають бажання відвідати Україну з різними цілями. Уряд України повинен підтримувати статус України на туристичному ринку.

Висновки до розділу 3

Таким чином, Україна має багато недостатньо використаних конкурентних переваг: вона має два моря, гірськолижні курорти, багату, красиву та різноманітну природу, кожен турист може обрати своє улюблене місце, міста багаті на різноманітні архітектурні пам'ятки, готелі та ресторани. ресторанами та впровадженням усіх сучасних інноваційних досягнень, країна має всі перспективи для підвищення власної конкурентоспроможності.

Державна політика має бути спрямована на розвиток міжнародного туризму як однієї з основних галузей економіки.

Нинішня ситуація, що склалася навколо України, також відкриває можливості для туристичного сектору. Україна зараз найбільше обговорюється через тотальну війну та створення кампанії "Будь хоробрим, як Україна", найпопулярнішої з часів незалежності. Багато іноземних туристів вже відвідали або планують відвідати Україну після закінчення війни з різними цілями. Підтримуючи видимість України на туристичному ринку, український уряд повинен також брати до уваги необхідність створення іміджу безпечної країни.

Вплив туристичної політики України на формування туристичних потоків, ймовірно, буде короткостроковим. Окрім загальної нестабільності, проти розвитку туризму в Україні працює "слабка" правова, економічна та статистична база. Водночас слід зазначити, що найсерйознішою поточною

проблемою для вітчизняного туристичного сектору є військова агресія Російської Федерації проти України, яка завдала величезних збитків економіці країни, зруйнувала культурні об'єкти та завдала значної шкоди флорі і фауні. У

зв'язку з цим Уряд має звернути увагу на проблеми міжнародного туризму в Україні, сприяти їх вирішенню на національному рівні, удосконалити

законодавчу базу та сприяти створенню ефективного механізму регулювання міжнародного туризму в нашій країні з урахуванням сучасних реалій та викликів.

Внутрішній туристичний сектор має великий потенціал для подальшого розвитку, але існує багато проблем, які перешкоджають його позитивному розвитку, таких як недосконалість нормативно-правової бази, тіньова економіка, політична та економічна нестабільність, нерозвиненість інфраструктури, низький соціальний рівень життя населення та брак кваліфікованих фахівців у сфері туризму. Повномасштабна агресія сьогодні також є стримуючим фактором для міжнародного туризму.

Чим довше триватиме військова агресія проти України, тим більше втрачатиме міжнародна туристична галузь. Проте вже сьогодні необхідно розробити маркетингову стратегію для покращення іміджу України на міжнародній арені. Уряд України має переглянути свою нормативно-правову базу, звернути увагу на інноваційний розвиток туризму та врахувати, що підхід до покращення якості туристичної галузі має бути комплексним і поступовим.

ВИСНОВКИ

Можна зробити висновок, що міжнародний туризм не може існувати самостійно в економічній системі, оскільки галузі, які тісно пов'язані з ним, мають значний вплив на його розвиток і конкурентоспроможність. Необхідно розвивати та інвестувати у вітчизняну сферу туризму, сприяти появі нових форм туристичного продукту і послуг щоб стати однією з найбільш привабливих в галузі міжнародного туризму.

На розвиток сучасного міжнародного туризму у світі впливає ряд факторів, серед яких слід виділити: природно-географічні фактори, культурно-історичні фактори, економічні фактори, соціальні фактори, демографічні фактори, політичні та правові фактори, технологічні фактори, екологічні фактори. Слід також зазначити, що фактори, які сприяють розвитку

міжнародного туризму, сильно відрізняються в різних регіонах. Наприклад, південноамериканський регіон може бути більш привабливим для туристів завдяки своїй сучасній архітектурі, тоді як середземноморський регіон може бути більш цікавим для тих, хто обирає паломницький туризм.

Слід визнати, що потенціал України використовується недостатньо ефективно. Для того, щоб ефективно розвивати український туристичний ринок, необхідно розробляти різні стратегії та концепції, які потрібно належним чином просувати на світовому туристичному ринку. Український туристичний ринок має наслідувати приклад європейських країн та Сполучених Штатів

Америки, де туризм є важливим джерелом доходу та видом самостійної економічної діяльності.

Існує достатньо підстав для позитивного розвитку міжнародного туризму в Україні, але є і слабкі сторони. Потрібно докласти зусиль для їх усунення, та визначити ефективну стратегічну модель розвитку у цій галузі.

Останні кілька років були досить складними для міжнародної туристичної галузі нашої держави. Спочатку пандемія COVID-19, а потім повномасштабне вторгнення Росії в Україну, тому туристичний ринок має адаптуватися до нових реалій сучасного світу, наслідуючи приклад країн які перебували у стані війни і змогли відновити та удосконалити сферу міжнародного туризму.

Туристична галузь країни зазнала значних втрат ще під час пандемії коронавірусу. Аеропорти не працювали, більшість готелів та численні ресторани були закриті. Україна перебувала в повній блокаді приблизно з березня по липень 2020 року. Влітку ситуація почала змінюватися, більшість ресторанів спочатку працювали лише на винос, а з осені 2020 року багато готелів та ресторанів почали знову відкриватися, хоча і з певними обмеженнями. З появою вакцин і тестування на антигени всі повернулися до

звичного життя, але рекомендації щодо безпечного перебування в громадських місцях залишалися не змінними.

Криза показала, що розвиток туристичних послуг потребує змін і вдосконалення. В Україні необхідно розробити ефективну національну регуляторну модель, яка дозволить вивести міжнародний туризм на конкурентоспроможний рівень.

Сьогодні туристичний ринок України, перебуваючи в стані політичної та економічної невизначеності, поступово рухатися вперед, впроваджуючи новітні світові тенденції, адаптуючись до нових реалій життя.

Для того, щоб інноваційна політика нашої держави була більш ефективною, необхідно дати оцінку та окремо виділити такі аспекти як:

- вплив на інновації різних постачальників туристичних послуг, таких як готелі, ресторани та заклади відпочинку;
- уніфікація підходів органів управління та туристичних підприємств;
- розвиток та пошук інновацій на українському туристичному ринку та їх постійне впровадження.

Наразі важко робити висновки щодо розвитку туризму в Україні через нестабільну ситуацію, спричинену війною. З цієї ж причини також важко спрогнозувати вплив військових дій на міжнародний туризм як в Україні так і в усьому світі. Однак, якщо український уряд буде сприяти розробці і впровадженню ефективної маркетингової стратегії, туристична галузь, безумовно, стане однією з найперспективніших галузей, яка допоможе подолати післявоєнну кризу і відновити економіку держави.

Україна має величезні природні ресурси, які не використовуються в повному обсязі. До України зараз прикута увага всієї світової спільноти через тотальну війну та створення кампанії "Будь хоробрим, як Україна", найпопулярнішої з часів незалежності. Багато іноземних туристів вже відвідали або планують відвідати Україну після закінчення війни з різними

цлями. Підтримуючи статус України на туристичному ринку, уряд повинен
вжити заходів для створення іміджу безпечної країни.

У сьогодишніх реаліях, вплив туристичної політики України на
формування туристичних потоків, ймовірно, буде короткостроковим. На
додаток до загальної нестабільності, "слабка" правова, економічна та
статистична база, тіньова економіка, політична та економічна нестабільність,
нерозвиненість інфраструктури, низький соціальний рівень життя населення
та нестача кваліфікованих фахівців у сфері туризму працюють не на користь
розвитку туристичної сфери. Повномасштабна агресія сьогодні водночас є

стримуючим фактором, Уряду слід вжити заходів щодо урегулювання усіх
недоліків та сприяти створенню ефективного механізму регулювання та
розробці поетапної маркетингової стратегії для покращення іміджу України
на міжнародній арені. міжнародного туризму з урахуванням сучасних реалій
та викликів часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» (із змінами та доповненнями) //
Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. ст. 24.
2. Закон України «Про затвердження Правил користування готелями
й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» від
16.04.2004 №70413-04 (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної
Ради України. 2004. № 19.
3. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм»
щодо розширення кола суб'єктів надання готельних послуг» від 29.04.2021
№1441-IX (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України.
2021. № 31. ст. 248.
4. Закон України «Про туристичний збір» від 29.04.2011 №12291/7/15-
0717 (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. 2011.

№ 9, ст. 4.

5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. 2011. № 13-14, № 15-16, № 17. ст. 112.

6. Указ Президента України «Про Координаційну раду з реалізації програми «Велике будівництво» від 23.06.2020 № 246/2020 // Відомості Верховної Ради України. 2020.

7. Указ Президента України «Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму» від 18.08.2020 № 329/2020 // Відомості Верховної Ради України. 2020.

8. Указ Президента України «Про внесення змін до Указу Президента України від 18 серпня 2020 року № 329» від 09.04.2021 № 153/2021 // Відомості Верховної Ради України. 2021.

9. Цивільний кодекс України від 19.06.2003 № 980-IV (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. 2003. № 40-44. ст. 356.

10. Кудінова І.П., Красюк І.Г. Розвиток туристичного бізнесу в період пандемії. Біоекономіка і аграрний бізнес. 2020. Вип. 11, № 4. С. 36-42.

11. Кудінова І.П. Інноваційний туристичний продукт як фактор розбудови туристичної індустрії. Біоекономіка і аграрний бізнес. 2020. № 2. С. 36-42.

12. Перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні: монографія / за заг. ред. М.Х.Шершуна. Рівне: Видавець Олег Зень, 2016. 264 с.

13. Кудінова І.П. Соціальні мережі як інструмент просування туристичної послуги. Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети: матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференція (м. Житомир, 15-16 червня 2023 р.). Житомир. 2023. С.131-136.

14. Кудінова І.П. Сучасні тренди туристичного розвитку м. Києва.

Економіка і управління бізнесом, 2023, №2. С. 73-86.

15. Mohylova, A., Grybyk, I., Hlivinska, Y., Kudimova, I., Stepanenko, M., Torishnya, L. (2021). Estimation of enterprise's investment attractiveness in the conditions of development. *Estudios de Economia Aplicada*, 39 (5).

16. Атаманчук З.А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. *Бізнес Інформ*, 2020, № 4, С. 21-27.

17. Атаманчук З.А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. *Бізнес Інформ*, 2021, № 3, С. 56-62.

18. Алексеев Ю. В. Державне регулювання туризму в Україні. Трансформаційні процеси розвитку туризму та готельного господарства. *Економічний простір*, 2019, № 2, С. 19-23.

19. 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.

20. Воронкова Т.Є. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*, 2020, №11, С. 82-87.

21. Герасименко В. П. Теорія туризму як складова туристології. *Вісник соціально-економічних досліджень*, 2011, №2 (42), С.173 - 180.

22. Герасименко В. П., Михайлюк О. П. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції. *Монографія*, 2019, 344 с.

23. Мальська М., Паньків Н., Ховалко А. Історія розвитку туризму. *Навчальний посібник*, 2016, 233 с.

24. Красовський С. О. Дослідження міжнародного туризму в дисертаційних роботах українських науковців. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. *Культурологія*, 2017, Вип. 25, С. 208-213.

25. Побеченко Д.М. Світовий ринок авіаційних перевезень та вплив на

нього COVID-19. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право).
2020. №1. С. 77-83.

26. Редько К. Ю., Фурс О. С. Основні тенденції розвитку туризму в
Україні. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2020. №3. С. 7-13.

27. 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.

28. 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.

29. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. Навчальний
посібник. 2017. 662 с.

30. Gabryjończyk, P., & Kudinova, I. (2023). Tourism in wartime Ukraine
– condition, restrictions and prospects. *Turystyka i Rozwój Regionalny*, (19), 29–38.
<https://doi.org/10.22630/TIRR.2023.19.3> (дата звернення: 23.09.2023).

31. Офіційний сайт Державного комітету статистики України.
<http://www.ukrstat.gov.ua/>

32. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму.
<https://www.tourism.gov.ua/>

33. Офіційний сайт Інформаційної панелі ВООЗ щодо COVID-19.
<https://covid19.who.int/>

34. Офіційний сайт Міністерства економіки України.
<https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>

35. Офіційний сайт Statista. <https://www.statista.com/>

36. Офіційний сайт Visit Ukraine today. <https://visitukraine.today>

37. Офіційний сайт UNWTO Tourism online academy.
<https://www.unwto.org/tourismacademy.ie.edu>

38. Бондаренко А. Г., Дугієнко Н. О. (2020). Вплив пандемії Covid-19 на міжнародний туризм. Східна Європа, економіка, бізнес та управління. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/26_2020/3.pdf.

39. Бондаренко Л. А. Міжнародний туризм в Україні: проблеми та перспективи подальшого розвитку. <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5289>.

40. Богатир О. Проблеми української авіації в час пандемії. <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/01/24/7321510>.

41. Термінологічний словник / Визначення «Туризм». <http://sum.in.ua/s/turyzm>.

42. Термінологічний словник / Визначення «Національний туризм». <https://ips.ligazakon.net/document/TM019910>.

43. Термінологічний словник / Визначення «Стойкий туризм». <https://geohub.org.ua/node/2637>.

44. Термінологічний словник / Визначення понять «туризм» та «турист». <https://studfile.net/preview/7666802>.

44. Термінологічний словник / Визначення «Зарубіжний виїзний туризм». <https://ips.ligazakon.net/document/TM019904>.

46. Вольська А.О., Годнюк І.В. Наслідки пандемії COVID-19 для туристичної галузі України. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/365.pdf>.

47. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf.

48. Губанова О.Р., Шустар-Порываєва Н.М., Андрущенко О.С. стимулювання туристичної діяльності в умовах коронавірусної кризи. <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/126/123>.

49. Горбань Г.П. Економіка і управління. Управління регіональним

розвитком туристичної галузі: світовий досвід <http://www.tourspain.es>.

50. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>.

51. Зайцева В.М., Корнієнко О.М. міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. <https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/FViS-2012-2/055-65.pdf>.

52. Звіт за результатами опитування «Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон». <https://drive.google.com/file/d/1rltoXVxPX-ZXAUBfh6MX682sYRP48ZQ2/view>.

53. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців» <https://drive.google.com/file/d/1Vb7kC8sG9muJGjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>.

54. Карпова В. Виїзний та в'їзний туризм: облік у туроператора. <https://i.factor.ua/ukr/journals/bn/2010/august/issue-32/article-82926.html>.

55. Квіциньська М. Туристичний бізнес під час коронавірусу. <https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/turystychnyy-biznes-pid-chas-koronavirusu>.

56. Кириченко В. В'їзний туризм часів пандемії. <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/07/21/676113>.

57. Пічурова З.В. Інтелектуалізація міжнародної торгівлі в умовах пандемії COVID-19. Економіка та суспільство. 2021. №34. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/981>.

58. Стецько Н. П. Туризм у системі міжнародних економічних відносин http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPUg_2013_2_21.

59. Сироїд Н.П. Проблеми розвитку туризму в Україні у контексті сталого розвитку. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/388.pdf>.

60. Скавронська І. В. Конкурентні переваги національної економіки на світовому ринку туристичних послуг. <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream>.

61. Ткаченко Т.І., Клімова А.М. розвиток туризму України в умовах кризи. <http://perspectives.pp.ua/public/site/conferency/conf-22.pdf#page=518>

62. Сирватка Л. Міжнародний туризм – важливий напрямок у міжнародному співробітництві. https://tourlib.net/statti_ukr/syrvatka.htm.

63. Чорний О. Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни. <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samye-rkije-vremena-vperediproishodit-turizmom-1657645856.html>

64. COVID-19: Measures to Support Travel and Tourism.UNWTO. <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-supporttravel-tourism>

65. UNWTO and COVID-19. UNWTO. <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України