

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН І БІЗНЕСУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Л. М. Побоченко
«__» _____ 2022 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 292 «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС»

Тема: «Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні в кризових умовах»

Виконавець: Волгіна Ольга Володимирівна,
група МБ-204М

(підпис виконавця)

Керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних
економічних відносин і бізнесу ФМВ НАУ
Пічкурова Зоя Володимирівна

(підпис керівника)

Нормоконтролер: Набок Інна Іванівна

(підпис нормоконтролера)

Київ – 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу
спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Побоченко Л.М.
«__» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Волгіної Ольги Володимирівни

1. Тема роботи «Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні в кризових умовах» затверджена наказом ректора «27» вересня 2022 р. № 1624/ст.
2. Термін виконання роботи: з 29 серпня 2022 року по 30 листопада 2022 року.
3. Вихідні дані до роботи: нормативно-правові акти, законодавчі матеріали щодо регулювання галузі туризму, статистичні матеріали Міністерства економіки України, Державної агенції розвитку туризму, Державної служби статистики України, а також матеріали міжнародних компаній: UNWTO, World Economic Forum, Human Research, ICAO (Uniting Aviation), Statista, Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Світового банку (СБ).
4. Зміст пояснювальної записки: теоретичні засади дослідження міжнародного туризму з урахуванням криз та соціально-економічних потрясінь, аналіз сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні в кризових умовах, проблеми та можливості розвитку міжнародного туризму в Україні в контексті кризових явищ.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 5 таблиць, 24 рисунки.
6. Презентація основних результатів дипломної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 23 слайди.

7. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчити літературні джерела з предмету дослідження та написати заяву про затвердження теми кваліфікаційної роботи	22.08.2022	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання кваліфікаційної роботи	29.08.2022	Виконано
3.	Розкрити теоретичні засади дослідження міжнародного туризму з урахуванням криз та соціально-економічних потрясінь	19.09.2022-02.10.2022	Виконано
4.	Оцінити сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні з урахуванням кризових умов	03.10.2022-16.10.2022	Виконано
5.	Визначити та обґрунтувати проблеми та можливості розвитку міжнародного туризму в Україні у контексті кризових явищ	17.10.2022-26.10.2022	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	27.10.2022-31.10.2022	Виконано
7.	Передати кваліфікаційну роботу для перевірки на плагіат	01.11.2022	Виконано
8.	Оформити кваліфікаційну роботу	02.11.2022-11.11.2022	Виконано
9.	Передати кваліфікаційну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	12.11.2022	Виконано
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	14.11.2022	Виконано

8. Дата видачі завдання: «29» серпня 2022 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис керівника)

Пічкурова З.В.
(П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис випускника)

Волгіна О.В.
(П.І.Б)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні в кризових умовах»: 121 сторінка, 5 таблиць, 24 рисунки, 120 літературних джерел.

Перелік ключових слів (словосполучень): ТУРИЗМ, МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ, КРИЗИ, ПАНДЕМІЧНА КРИЗА, ВІЙНА, ВІЙСЬКОВИЙ СТАН, ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ, ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ, МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМІ.

Об'єкт дослідження: процеси функціонування і розвитку міжнародного туризму в Україні в кризових умовах.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти розвитку міжнародного туризму в Україні в контексті криз та соціально-економічних потрясінь.

Мета кваліфікаційної роботи: дослідження особливостей і тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні в кризових умовах.

Методи дослідження: загальні методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, класифікація), теоретичні методи (системний аналіз), економіко-статистичні, графічні, а також методи логічного, системно-структурного аналізу економічних процесів та зв'язків, статистичного, порівняльного та діалектичного підходів.

Отримані результати та їх новизна: полягає у розкритті окремих аспектів в розвитку міжнародного туризму в Україні в кризових умовах, а також у визначенні перспектив функціонування вітчизняного туризму у посткризовий період.

Значущість виконаної роботи та висновки: подальше створення належних і достатніх умов для розвитку міжнародного туризму в Україні з урахуванням кризових явищ.

Рекомендації щодо використання результатів: матеріали кваліфікаційної роботи рекомендується використовувати при написанні звітів щодо розвитку міжнародного туризму в Україні та світі в кризових умовах.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ З УРАХУВАННЯМ КРИЗ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОТРЯСІНЬ.....	10
1.1. Зміст та еволюційний розвиток міжнародного туризму як економічного феномена.....	10
1.2. Класифікація міжнародного туризму в системі світового господарства... ..	24
1.3. Чинники, що впливають на розвиток міжнародного туризму у світі	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В КРИЗОВИХ УМОВАХ.....	40
2.1. Сучасні тренди та новітні напрямки розвитку туристичного бізнесу в Україні та світі з урахуванням кризових чинників.....	40
2.2. Дослідження динаміки розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом глобальної пандемічної кризи.....	56
2.3. Оцінка стану міжнародного туризму в Україні в умовах війни.....	65
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ КРИЗОВИХ ЯВИЩ.....	78
3.1. Конкурентні переваги України на світовому ринку туристичних послуг та їх використання у межах антикризової політики держави.....	78
3.2. Перешкоди розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом криз та шляхи їх подолання.....	90
3.3. Стратегічні перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії гостинності і туризму в Україні в кризових умовах.....	96
ВИСНОВКИ.....	107
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	111

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туризм – це динамічно прогресуюча галузь, яка має вплив на економічний та соціальний розвиток життя країни. Українська індустрія туризму має великий потенціал зростання. Вигідне територіальне розташування України, сприятливі кліматичні умови, унікальна і багата культурна та історична спадщина, великий вибір в готельно-ресторанному секторі – ці фактори сприяють швидкому розвитку туризму. Сфера туризму являється однією з найбільш впливовіших на розвиток економічного та соціального життя в країні, тому розвиток галузі безперечно має виступати головним пріоритетом.

На сьогоднішній день представники сфери міжнародного туризму постали перед значною кількістю викликів, спричинених кризами, але до найбільших та найвпливовіших можна віднести COVID-19 та повномасштабну війну в Україні. Туризм є надзвичайно чутливим до всіх економічних та політичних коливань, на індустрію гостинності впливають не тільки всесвітні пандемії, але і військові конфлікти та терористичні загрози, кліматичні зміни, коливання валют, фінансово-економічні кризи, зміни економічної ситуації в країні тощо.

У 2019 році почалась пандемія COVID-19, через яку індустрія туризму зазнала дуже сильного удару не тільки в Україні. Потрібно звернути увагу на те, що до пандемії українська індустрія гостинності мала проблеми з нестабільною політичною, економічною та соціальною ситуацією в країні та неналагодженим механізмом регулювання туристичної галузі, а ця криза ще більше поглибила проблеми розвитку українського туризму. А оскільки з 24 лютого 2022 року на територію України почалося повномасштабне вторгнення, яке відбувається і по сьогоднішній день, стає складно спрогнозувати подальший вплив на дану сферу та особливості її функціонування. Пріоритетом є те, що Україна повинна брати приклад з країн, які пережили схожий досвід та продовжувати підтримувати галузь.

Проведений аналіз наукової літератури, дозволяє стверджувати, що найголовніші напрямки досліджень в сфері туризму це правовий, економічний,

соціальний, історичний, правовий та міжнародний. Питання розвитку туризму протягом довгих років досліджували такі вітчизняні та закордонні вчені, як Н.О. Алешугіна, А.П. Андреєва, І.В. Безуглий, Х. Крипендорф, О.О. Зеленська, В.А. Квартальнов, В. Кемонс, Ф. Котлер, Р. Ланкар, В.Мідлтон, І.І. Набок, Н. Ольє, М.Б. Онисько, Л.М. Побоченко, К. Рігер, М.П. Мальська, В.І. Мацола, О.М. Савченко, Г.Ф. Шаповал, І.М. Школа та інші.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей і тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні в кризових умовах.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд **завдань**:

- визначити зміст та еволюційний розвиток міжнародного туризму як економічного феномена;
- навести класифікацію міжнародного туризму в системі світового господарства;
- дослідити чинники, що впливають на розвиток міжнародного туризму у світі;
- сформулювати сучасні тренди та новітні напрямки розвитку туристичного бізнесу в Україні та світі з урахуванням кризових чинників;
- проаналізувати динаміку розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом глобальної пандемічної кризи;
- оцінити стан міжнародного туризму в Україні в умовах війни;
- узагальнити конкурентні переваги України на світовому ринку туристичних послуг та їх використання у межах антикризової політики держави;
- з'ясувати перешкоди розвитку міжнародного туризму в Україні під впливом криз та запропонувати шляхи їх подолання;
- визначити стратегічні перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії гостинності і туризму в Україні в кризових умовах.

Об'єкт дослідження є процеси функціонування і розвитку міжнародного туризму в Україні в кризових умовах.

Предмет дослідження є теоретичні та практичні аспекти розвитку міжнародного туризму в Україні в контексті криз та соціально-економічних потрясінь.

Методи дослідження. Для дослідження поставленої мети застосовуються методи: діалектичний підхід до вивчення явищ і процесів сфери туризму; порівняння досвіду туроператорів та турагентів міжнародного сегменту на реагування викликів пандемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення; дедукції для виявлення фінансової складової туризму під час кризових умов; системний аналіз для дослідження ринку туризму, як сукупності одиниць, які його складають.

Теоретичну основу роботи складають дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців. При написанні кваліфікаційної роботи використовувались нормативно-правові акти, законодавчі матеріали щодо регулювання галузі туризму, статистичні матеріали Міністерства економіки України, Державної агенції розвитку туризму, Державної служби статистики України, а також матеріали Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Світового банку (СБ), Всесвітньої туристичної організації, Всесвітнього економічного форуму, ICAO (Uniting Aviation), Human Research, компанії Statista.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та висновки кваліфікаційного дослідження висвітлено у наукових публікаціях:

Волгіна О.В. Екологічні готелі: особливості розвитку // «Інноваційний розвиток інформаційного суспільства: економіко-управлінські, правові та соціокультурні аспекти»: збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених (м. Чернігів, 14 грудня 2017 р.) / Черніг. нац. технол. ун-т. – Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2017. – с. 559.

Волгіна О.В. Історія розвитку космічного туризму. Космічний туризм як інноваційний вид туризму // «Інноваційний розвиток інформаційного суспільства: економіко-управлінські, правові та соціокультурні аспекти»: збірник матеріалів VII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених (м. Чернігів, 12 грудня 2018 р.) / Черніг. нац. технол. ун-т. – Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2018. – с. 587.

Волгіна О. В. Типологія спеціалізованих закладів розміщення. Юність науки – 2019: соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства: збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених

(м. Чернігів, 17-18 квітня 2019 р.): у 2-х ч. / Чернігів: Черніг. нац. технол. ун-т, 2019. – Ч. 2: – с. 272.

Волгіна О. Роботизація виробництва в промисловості України. - Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: XIII міжнар. наук-практ. конфер., м. Київ, 26 травня 2022 р.: тези доп. – К., 2022. ФМВ НАУ. – С.. 51-53.

Волгіна О.В. Особливості розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах воєнного стану // Актуальні проблеми маркетингового менеджменту. Виклики сьогодення: матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів та молодих вчених (21 жовтня 2022 року, м. Луцьк). – Луцьк: Луцький національний технічний університет.

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 бібліографічних посилань використаних джерел включає 120 найменувань на дванадцяти сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ З УРАХУВАННЯМ КРИЗ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОТРЯСІНЬ

1.1. Зміст та еволюційний розвиток міжнародного туризму як економічного феномена

В сучасних умовах розвитку міжнародних економічних відносин саме туризм є найцікавішою сферою для вивчення завдяки настільки швидкому розвитку. Туризм цілком можна віднести до міжнародного бізнесу, оскільки розвиток цієї сфери сприяє, здебільшого, розвитку економіки.

Міжнародний туризм є економічним феноменом, який втілює основні економічні механізми. На сьогодні туризм існує у світовій, регіональній торгівлі товарами та послугами та у багатьох економічних відносинах.

Міжнародний туризм характеризується високими темпами розвитку у всьому світі. Настільки швидкий розвиток можна пояснити різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів. Сьогодні, на думку аналітиків, в основі розвитку міжнародного туризму знаходяться такі чинники:

1. Економічне зростання і соціальний прогрес привели до розширення обсягу ділових поїздок та подорожей з пізнавальними цілями.
2. Удосконалення всіх видів транспортних засобів зробило дешевшими поїздки.
3. Збільшення кількості найманих працівників і службовців у розвинутих країнах та підвищення їхнього матеріального й культурного рівня.
4. Інтенсифікація праці й отримання працюючими більш довгих відпусток.
5. Розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами привів до розширення міжособистісних зв'язків між регіонами.
6. Розвиток сфери послуг стимулював розвиток сфери перевезень і технологічний прогрес у галузі телекомунікації.

7. Послаблення обмежень на вивіз валюти у багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей [37].

Туризм можна віднести до провідного сектору бізнесу, який для багатьох країн вже став провідним напрямом у міжнародній торгівлі, а також пріоритетним сектором для розвитку та напрямком зростання економіки для багатьох країн. Як уже зазначалося, туризм – це багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, пов'язаний з багатьма галузями економіки, що зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів. Туризм – найдинамічніша сфера людської діяльності, чинник економічного та культурного розвитку, захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини, міжнародного взаєморозуміння, миру, дотримання прав людини та основних свобод без різниць у расі, статі, мові та релігії. Туризм – економічне джерело створення нових робочих місць та отримання прибутку, розвитку інфраструктури. Туризм – невід'ємна складова загального міжнародного ринку [81].

Але для того, щоб краще зрозуміти феномен настільки швидкого і інтенсивного розвитку міжнародного туризму треба дати трактування значення. Туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [1].

Інше трактування значення «туризм» можна охарактеризувати так: туризм – це процес проведення свого часу поза домом в погоні за рекреаційними потребами послуги яких надаються комерційними компаніями. Саме такий вид туризму з'явився в Західній Європі у 17 столітті, але перші прояви можна було побачити ще за античності.

Туризм – це не тільки екскурсії. До екскурсій можна віднести дорогу, яка повторюється постійно. Її можна назвати «протоптаною», тобто, в екскурсіях туристам пропонують вже заздалегідь опрацьовані маршрути, екскурсанти не стикаються з проблемами, які виникають, наприклад, у туристів, які подорожують самостійно без використання туристичного гіда. Туризм збігається з іншими видами

діяльності, які дуже тісно пов'язані з туризмом і через це з'являються такі види туризму: діловий туризм, спортивний туризм і медичний туризм (міжнародні подорожі, здійснені з метою отримання медичної допомоги).

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 декілька значень: вузьке та широке. Вузьке значення передбачає туристичні, заздалегідь підготовлені маршрути по переміщенню громадян за їх рахунок. Але ці переміщення не мають робочий характер. Такою діяльністю займаються спеціальні організації, такі як туристичні агентства, бюро, фірми та ін., які в загальному визначенні називаються 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 годин 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 – 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].

Сучасний туризм – це про збільшені темпи розвитку сфери туризму, постійного розширення на географічний карті світ, обміном культури між країнами, інноваціями та покращенням на туристичних підприємствах. Саме через настільки зростаючу роль туризму в повсякденному житті сфера почала потребувати наукового та теоретичного осмислення, що буде формувати туристичну теорію.

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 «відкриту» 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 людської цивілізації в її новій історії [24].

Перші спроби систематизації знань можна простежити в Австрії, Швейцарії та Німеччині, а першу лекцію про туристичну сферу провели в університеті міста Гьотинген, але є документи, які підтверджують, що розвиток в науковому контексті почався в 80-х роках 19 ст. До перших наукових робіт періоду 1880-1890 рр. відносяться:

- 1) Праця, написана Йоганом Ангерером в 1881 р. – «Туризм у Німецькому Південному краї»;
- 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», тому можна зазначити, що розвиток сучасної туристичної сфери та науки почався саме з кінця 19 ст.

Дослідницькі установи, спеціалізовані навчальні заклади – це основа, яка дала поштовх подальшому вивченню та дослідженню туристичної галузі. Туристичні заклади, які існували в 19-20 ст.:

- Вище училище готельного господарства і транспорту в Дюссельдорфі;
- Інститут туризму при Вищому торговому училищі у Берліні;
- Науково-дослідний інститут туризму при вищому училищі світової торгівлі у Відні;
- Інститут досліджень з туризму у м. Берн.

Європу можна називати матір'ю туризму, тому що вивчення та перші інститути з'явилися саме в європейських країнах, але не потрібно забувати про Сполучені Штати Америки, що внесли свої корективи в розвиток цієї сфери. У Вашингтонському університеті була вперше представлена навчальна програма зі спеціальності туризм та ресторанна справа. Приблизно через рік науковець Браун опублікував свою роботу, в якій вперше вжив термінологію «рекреація», а сама наукова робота стосувалась бізнес рекреації і як саме можна поєднувати.

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 поза їх постійним помешканням [52].

Після Другої світової людство почало створювати регулюючі органи і туристичну сферу це не обійшло. У 1951 році була заснована асоціація наукових експертів з туризму (AIEST). Вона присвячена вдосконаленню світової індустрії подорожей. Вдосконалення проводять шляхом аналізу останніх тенденцій та інновацій в сфері туризму, а ще розробляють далекоглядні рішення для проблем, які виникають по факту впровадження. Асоціація залучає молодих та досвідчених членів як з академічним, так і з практичним досвідом. Вони мають можливість спілкуватись з експертами зі всього світу, а також обмінюватись науковим та практичним досвідом, який здобули.

Сфера туризму та її подальше вивчення та існування стало можливим завдяки науковцям, які приділяли увагу новій сфері для вивчення. Почали з'являтися наукові

школи туризму. З науковців туристичної школи в Австрії можна виділити таких представників: юрист 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. До німецької школи туризму відносимо: Г. Валтерспіль, Б. Пфістер, Х. Саурман.

Звертаючись до історії України неможливо обійти стороною радянські часи, в які були також досить швидкі темпи вивчення туризму. Радянські науковці внесли вагомий внесок в розвиток туристичної сфери. Радянський науковець В. Азар формулював поняття туризму: «...туризм слід вивчати як велику економічну систему з різноманітними зв'язками між окремими елементами у межах як народного господарства окремої держави, і зв'язках з національною економікою зі світовим господарством загалом» [13]. До списку науковців, які вивчали туризм в радянські часи, хотілося б додати: Валерій Олександрович Квартаньнов, Віславій Іванович Зорін, Михайло Анісімович Ананьєв, Микола Павлович Крачило і т. д.

На сьогоднішній день саме Україна має більш сформований погляд на сферу туризму та туристичних послуг. Наші науковці працюють з галузями, що є спорідненими до туристичної, тому наші науковці мають такий сильний успіх. До сфер, що споріднені з туристичною сферою, можна віднести, наступні:

- географія туризму;
- просторові аспекти;
- розміщення туристичних ресурсів;
- методологія формулювання та розвитку територіальних рекреаційних систем;
- маркетинг;
- планування;
- функціонування;
- фінансування;
- управління людськими ресурсами;
- соціологія;

- психологія;
- медицина;
- екологія;
- історія та культурологія.

О.О. Бейдик та М.П. Крачило зробили дуже вагомий внесок для вивчення та розвитку українського туризму. Але неможливо зупинитись тільки на українських дослідниках туризму, тому що, як вже раніше зазначали, сфера туризму не може існувати самотійно. Однією з таких сфер являється економіка. Деякі науковці займались вивченням туристичної проблематики: Л.Г. Агафонова, В.К. Євдокименко, М. І. Долішній, Н. Й. Коніщева, Д. М. Стеченко. До вивчення історичного розвитку туристичної сфери долучилися такі науковці: Т.А. Дьорова, С.І. Попович, П.І. Тронько, В.К. Федорченко. Щодо аспектів соціальної сфери в туристичній галузі можна дізнатись завдяки працям І.М. Мініч, В.С. Пазенка, Ю.Г. Яковенка.

Туристична галузь не зупиняється в розвитку, тому що з'являються постійно нові тренди, яким ця сфера має відповідати. Сфера туризму має створювати нові туристичні тренди, які будуть впливати на подальший розвиток. До базових потреб туризму можна віднести декілька, в яких туризм постійно має потребу:

1) Створення та збільшення навчально-наукових інститутів вивчення туристичної сфери;

2) Туризм постійно досліджується, тому має зростати і кількість дослідників. Тобто туристичній сфері потрібні спеціалісти, які будуть мати ступень або звання в сфері туризмології;

3) Повинна збільшуватись кількість видань навчальної літератури, спеціалізованої літератури;

4) Інвестування в розвиток туристичної сфери мають великі обсяги, але великих інвестувань в розвиток науки та освіти немає, тому потрібно розробити програму, яка дозволить інвесторам або державному бюджету більше приділяти уваги для навчання молодих спеціалістів;

5) Теорія туризму повинна ставати 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].

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

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 сприяє збільшенню виробництва туристичних товарів і послуг, створенню нових робочих місць [64].

Туризм став серйозною сферою у розвитку економіки багатьох країн, тому уряд країн, у яких туризм розвивався краще та швидше, та туристичні організації об'єдналися у Міжнародну спілку офіційних туристичних організацій (МСОТО). Членами асоціації були 116 країн світу (до них належали не лише державні організації), а 1969 року організація МСОТО реорганізувалася у міжурядову

Всесвітню туристичну організацію (COT) згідно з резолюцією Генеральної асамблеї ООН.

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]. Роботу UNWTO можна охарактеризувати 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 ВТО 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 економічні особливості світового господарства, так і історію виникнення розвитку туризму. Спочатку він з'явився у Європі, трохи пізніше - в Північній Америці. У країнах цих регіонів ще до початку першої світової війни існував інтенсивний туристичний обмін, була розвинута туристична індустрія. У період між двома світовими війнами міжнародний туризм отримав подальший розвиток. Розширювалась туристична реклама. Наприклад, у 1931 р. тридцять три країни активно вели закордонну рекламу, утримували туристичні представництва в США. Після другої світової війни виник ринок міжнародного туризму. Туризм набув важливого економічного і політичного значення. Окрім поділу за географічними

регіонами, ВТО застосовує їхні підрозділи на менш крупні субрегіони. Це обумовлено нерівномірним розвитком туризму в межах регіонів. Наприклад, Європа поділяється на Північну, Південну, Західну і Центральну. Найбільш розвинутими в туристичному відношенні були Західна і Південна Європа, але, за останніми даними, очікується інтенсивний туризм і в Північній Європі [37]. До найбільш розвинутих видів туризму в Україні можна віднести:

1. Лікувально-оздоровчий туризм – туристи відправляються на подібні курорти з метою оздоровчих процедур, які спрямовані на те, щобвилікувати свої хронічні захворювання.

2. Лижний туризм – це найбільш популярний вид туризму серед спортивних видів. Він передбачає проходження великої кількості маршрутів за різною складністю (лижний туризм вимагає хорошої підготовки та спорядження).

3. Рекреаційний туризм – це туризм, який здійснюється тільки з однією метою – відпочинок. Він допомагає туристам відновити фізичне та ментальне здоров'я. В цьому виді туризму проводяться екскурсії вже за заготовленими маршрутами (також сюди можна віднести і відвідування не тільки історичних та культурних дестинацій, а і різних заходів, фестивалів).

4. Водний туризм може бути навіть екстремальним. Тут практикують сплави на річках, катамаранах, рафах, з використанням спеціального спорядження.

5. Етнічний туризм – це вид туризму, до якого звертаються люди похилого віку, тому що завдяки цьому вони можуть повернутись до місць, в яких проживали раніше або проживали їх родичі. Сюди входять відвідини пам'ятних місць, кладовищ тощо.

6. Паломницький туризм – це найбільш популярний вид релігійного туризму у віруючих людей. Вони здійснюють поїздки по святих місцях, відвідують монастирі, культові місця, які були описані в Біблії. Люди різних конфесій і деномінацій здійснюють поїздки святими місцями.

7. Пригодницький туризм – це нестандартні подорожі. До таких подорожей можна віднести поїздки з різними квестами (екскурсійними), з використанням нетрадиційного транспорту, виїзди на незвичайну риболовлю, походи з палаткою,

подорожі на яхтах та інших плавальних засобах. Такі поїздки здійснюються більше по території своєї 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». Через це визначення можна зробити висновок, що ВТО визначає сферу туризму саме як діяльність. Він розглядається з різних точок зору, в які включаємо: туризм як індустрію, як сектор, як послугу, як явище, як діяльність, як бізнес, мистецтво та науку.

Міжнародний туризм є одним із ключових секторів у світовій економіці – у деяких країнах туризм є основною економікою, а саме Франції, Іспанії, Кіпру, Італії, Чехії, де від міжнародного туризму країни отримують від 15% до 45% валового продукту. Можна виділити наступні важливі функції міжнародного туризму для економіки країни:

- країна створює різні послуги розваги, які підвищуватимуть рівень валового внутрішнього продукту;
- завдяки туризму бюджет країни поповнюється, що забезпечує підтримку туристичних центрів, зарплати всіх співробітників;
- за допомогою туризму та природних об'єктів можна вирівняти слабкий розвиток деяких регіонів країни;
- створення нових робочих місць.

Під факторами розвитку туризму розуміють рушійні сили, які впливають на тенденції міжнародного туризму. До таких тенденцій розвитку туризму можна віднести такі 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 домінуючих і прибуткових сфер у світі. Туризм тісно співпрацює з різним бізнесом, який впливає та стає невід'ємною частиною надання послуг. До бізнесу, який допомагає розвиватись міжнародному туризму можна віднести: банківську та страхову сферу. Також під вплив міжнародного туризму підпадають сфери економіки, політики, культури, природні та людські ресурси – це формує створення власного туристичного центру, але кожна країна має різне уявлення про міжнародний туризм. Найчастіше країни обирають кілька сфер, які приносять найбільший прибуток, та розвивають його. До цих сфер належать: транспортна, індустрія розваги, харчування та розміщення туристів.

Міжнародний туризм це не лише про відомі місця та об'єкти, а й про вивчення нових напрямків. Це впливає на активізацію розвитку країн та підтримку економіки, яка залежить чи тільки починає залежати від туризму. Міжнародні туристичні агенції стимулюють розвиток депресивних районів створюючи різні тури, які базуються на, наприклад, сталкерингу.

Міжнародний туризм може стати для країни, в якій має швидкий розвиток, одним із ключових елементів для досягнення цілей розвитку: підвищення добробуту населення, постійне економічне зростання, забезпечення зайнятості населення, підвищення рівня задоволення соціальних потреб та створення капіталу для розвитку регіону. Але для того, щоб міжнародний туризм працював на благо країни чи району, політичний сегмент повинен також подбати про розвиток та створення умов для розвитку туризму та політики країни. Не повинно бути жодного «наріжного каменя» для нового інвестора у законодавстві країни.

Туризм справді посідає одну з провідних ролей і має постійно розвиватись у сучасному економічному сегменті. Всесвітня туристична організація розробила й ухвалила пакет рекомендацій за такими розділами:

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 грошова 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'їздів у всі пункти і 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 контролі но-пропускному пункті; запровадження єдиного консульського збору ш 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 непрямого оподаткування, у вартість квитків: путівок, турів, замість прямого збору валюти з відвідувачів [57].

Міжнародний туризм є лише видом туризму. Головним критерієм, який виділяє міжнародний туризм з інших видів туризму – це поїздка межі країни проживання, але це єдиний критерій, яким можна визначити міжнародний туризм. Повинні бути певні

формальності, а саме: оформлення візи, отримання паспорта, проходження кордону, оформлення страховки, обмін валюти – перераховані вище критерії були введені з метою винищення незаконного туризму та дотримання порядку в'їзду та виїзду «в» або «з» країни, а також винищити подібні поняття, як: незаконна міграція, міжнародний тероризм, продаж наркотиків, проституція.

Міграційна служба перевіряє дотримання всіх в'їзних та виїзних правил, якщо в країні ще діють обмеження щодо COVID-19, то служба повинна перевірити наявність антиген-тесту або довідки про вакцинацію (якщо в країні подібні довідки приймаються, тому що є випадки, коли українська довідка про вакцинацію не є дійсною в певних країнах), також повинні перевіряти валізи, документи на ввезення тварини в країні.

Якщо змінюється законодавство країни, що приймає, то зміни можуть спростити або навпаки створювати додаткові проблеми під час в'їзду до країни. Усі нововведення впливають на туристичні потоки: вони можуть зрости чи навпаки зменшитись.

Кожна формальність, яка зустрічається на шляху туриста, найчастіше стосується поїздок за кордон, є особливостями міжнародного туризму. Чим більше різняться грошові системи держав, чим більше формальних перешкод постає на шляху вільного пересування людей, чим більше значущі мовні бар'єри (хоча вони й не належать до туристичних формальностей, але, розділяючи народи, впливають на розвиток туристичних контактів), тим суттєвіші відмінності міжнародного туризму від внутрішнього.

Інша особливість міжнародного туризму розкривається через вплив, який міжнародний туризм чинить на платіжний баланс країни [88]. Від туристів залежить поповнення валютного бюджету країни, цим сприяє активізації всіх платіжних систем. Усі міжнародні платіжні системи, пов'язані туристичним сектором, фіксуються пасивах платіжного балансу країни.

Отже, еволюційний розвиток туризму характеризується надзвичайною насиченістю і різноманіттям. Він є сферою, яка не може стояти на місці, тому що галузі туризму потрібно постійно відповідати запитам туристів та сучасному світу.

Міжнародний туризм залишається найприбутковішою сферою в багатьох країнах світу. Існує необхідність розвитку та інвестування у вітчизняну сферу туризму, тому що країна володіє культурними, архітектурними, природничими чинниками для того, щоб стати однією з найбільш привабливих в галузі туризму.

1.2. Класифікація міжнародного туризму в системі світового господарства

На сьогоднішній день немає чіткого тлумачення терміну «туризм». Кожен вчений, який займався чи займається вивченням цієї сфери, дає різні поняття. Туризм – масове явище. Люди за своїм бажанням виїжджають за межі свого місця проживання для ознайомлення з культурою, природою та мешканцями країни. З основних критеріїв можна назвати такі, як:

- мета поїздки;
- природні умови;
- засоби пересування;
- територіальні характеристики та особливості;
- переваги клієнтів;
- тривалість подорожі.

Правильне формування міжнародного туризму для приймаючої країни має складатися з туристичного оператора та туристичних агентів, готельного та ресторанного підприємства, організацій надання розважальних послуг та туристичного бюро.

Історія зародження міжнародного туризму сягає давніх часів. Раніше поняття «туризм» для давніх часів можна побачити у подорожах з метою продажу, вивчення світу, захоплення територій та релігійних мотивів, але всі перші подорожі були неорганізованими, в них не було рекреаційного сенсу, тому не така велика кількість людей виїжджали зі своїх домівок. Усі поїздки забирали велику кількість часу та сил, тому всім мандрівникам потрібно було місце, в якому вони зможуть отримати послуги харчування та розміщення – ці послуги надавало місцеве населення або

мандрівники могли зупинитись у тавернах. Тільки після індустріального періоду можна окреслити, що туризм набув масового значення у світі.

Найперший період подорожей – доісторичний. Етапи розвитку приходяться від 2 млн до 20 тисяч р.т. Людина прямоходяча шукала їжу, рятувалась від наступу ворогів, розширювала територію для поселень та шукала найбільш теплий клімат – всі ці дії від перших людей можна назвати подорожами. До особливостей доісторичного туризму можна віднести: мала кількість учасників подорожі, вони не були призначені для дозвілля, подорожі були неорганізовані та до цих подорожей долучали дослідників.

Подорожі в Стародавні часи не виходили за рамки Європи, Близького Сходу, Північної Америки та Північної Африки. Починаючи з 3-ого століття до н. е. людство подорожувало для відвідин місць, які мали цілющі властивості, а мотивом даних подорожей була участь у різних релігійних святах.

За часів античності головним мотивом подорожей було паломництво, лікування, торгівля та освіта. За часів Стародавньої Греції додався ще один вид міжнародного туризму – спортивний туризм. Це спонукало місцевих жителів масово будувати дороги, таверни та заїжджі двори, а, у свою чергу, це сприяло швидшому розвитку економіки.

Приблизно 4500 років тому єгиптяни побудували свої стародавні піраміди, тому приблизно в той час міг зародитись туристичний бізнес. Єгипетська культура надзвичайно багата на релігійні свята, обряди. Вони будували не тільки піраміди, а і міцні будівлі, в які могли потрапити різні відвідувачі та побачити все на свої очі. Під час проведення фестивалів вже тоді з'являлись перші відголоски кейтерингу, офіціантів та реклами. До речі, у греків перший фестиваль відбувся 5 ст. до н. е.

Місто Ацени в Давній Греції вже було відомо своїми постійними розвагами і магічним мистецтвом. Перший путівник з'явився у 4 ст. і написаний він був Геродотом. До переліку міст, які входили в цей путівник, були: Ацени, Спарта та Троя. Гостьові двори та рекламні вказівки на узбіччях дороги вже були в Стародавній Греції.

У 8 ст. до н. е. шумери винайшли гроші, що прияло швидкому розвитку туризму. Ці гроші мандрівники могли використовувати для задоволення своїх потреб під час подорожей, а організацією подорожей почали займатись через те, що туристам потрібен був дозвіл на виїзд. Вони його купували. До інших мотивів подорожей в Стародавніх часів можна віднести військові та адміністративні цілі.

Під час розвитку римського туризму люди могли подорожувати до Єгипту де могли побачити такі чудеса, як: Висячий сад Вавилону, статуї царя Зевса в Греції, Олімпію (в ті часи там проходили різні спортивні змагання і люди могли взяти участь у боротьбі, магічному мистецтві, танцях і т.д.). В ті часи була комерціалізована подорож вздовж океану «Цивілізація долини Інду», а також почали з'являться оздоровчі поїздки до Великобританії. Поширення набуло і християнство, тому подорожі до Єрусалиму та Віфлеєму також набирали популярності серед людей.

Пересувались люди завдяки водним та наземним видам транспорту. В цей час було розроблено декілька пристроїв, які допомагали туристам безпечніше та комфортніше пересуватись морем та дорогами: камбуз та шлагбаум.

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

Середземномор'я та Близький Схід подорожували верблюдами. Для ночівлі використовували караван-сараї, у яких могли стояти тварини, або наметові містечка. Цікавий факт: обслуговування, якщо порівнювати з Європою, було набагато краще саме на Близькому Сході. Так відбувалося через те, що торгівля тут розвивалася активніше. До основних характеристик подорожей Стародавніх часів можна віднести:

- подорожували переважно дослідники, звичайних туристів було не так багато;
- не потребували великої організації, тобто, були перші розробки путівників, розробка Грецького трактиру;
- до мотивації подорожей можна віднести торгівлю, адміністративні та військові причини.

Третій етап розвитку туризму приходить на Середньовіччя або Темний туризм. Розвиток цього етапу почався в 15-16 ст. Його можна ознаменувати розпадом Римської імперії та великим страхом через це.

Середньовіччя відоме тим, що тут туризм розвивався лише в одному напрямку, а саме релігійному. Релігійні центри, такі як Єрусалим і Мекка, ставали все більш популярними. Індуси частіше почали подорожувати та відвідувати різні храми. Головним мотивом подорожей можна назвати релігію. Створювались різні благодійні заклади гостинності біля всіх релігійних дестинацій. Створили комплексний тур з Венеції до Єрусалиму. Продовжували створювати різні готелі та путівники для туристів.

Розвиток туризму в Великобританії та США визначився тим, що жителі розробили систему доріг, яка сприяла розвитку диліжансу. Диліжанс – вид чотириколісного пасажирського або поштового транспортного засобу на жорсткій підвісці, який тягнула четвірка коней, що широко використовувався перед введенням залізничного транспорту [49].

За те, що туристи користувались дорогою, стягувався податок, а основними центрами розміщення були Horse Drawn Omnibus в Лондоні та Парижі у Франції, де розміщувалися мандрівники.

Розвиток туризму в добу Відродження (17-18 ст.). Людей Відродження дедалі більше цікавила не релігія, а освіта. Ослаблення цього виду можна вже простежувати під час Ренесансу. Відзначається відродження мистецтва та літератури. Розвиток Ренесансу дуже характеризувався розвитком мистецтва, літератури та архітектури. Будівництво готелів було вже з інноваціями, а туристичні готелі стали визначними туристичними пам'ятками. Розміщення готелів було близьке один до одного, а найбільш відомим готелем того часу був Grand tour (17 ст.).

Розвиток масового туризму приніс за собою розвиток різних спеціалізованих підприємств, які працювали вже більше у сфері надання послуг туристам та полегшенні переміщення між країнами, континентами, а саме: поява пароплавів, поїздів; почали з'являтися готелі, де обслуговування було на найвищому рівні. У цей

час з'являються перші ознаки туристичних компаній, які тоді мали назву «Бюро поїздок».

Туризм індустріального періоду (19-20 ст.). Велика кількість сільськогосподарських міст були перетворені на промислові міста. Це спричинило ряд проблема, а саме проблеми з урбанізацією, потребою робочої сили, сільською міграцією та зростанню громадян середнього класу, розробкою кращої освіти, збільшенню вільного часу в результаті оплачуваних відпусток та попит на відпочинок.

Урбанізація сприяла таким винаходам: залізниця, пароплави, автомобілі. До цих винаходів можна додати розробку зброї знищення, яка сприяла Першій і Другій світовим війнам. Під час війни було розроблено літаки для військових, які могли знаходитись у повітряному просторі велику кількість часу; військові реактивні літаки були модифіковані, що призвело до винаходу аеробуса в 1957 році, а пізніше і боїнгам. Чим краще удосконалювався транспорт, тим більш цей факт сприяв розвитку туристичної сфери, що призвело до масового туризму в 20 ст.

Друга світова війна внесла свої корективи у розвиток галузі. Міжнародний туризм зміг повністю оговтатися лише ближче до 1960-х років, коли великі кризи було подолано та можна було розпочати новий етап для міжнародного туризму, а з ним розвиток туристичних компаній, будівництво готелів та закладів для розваг.

Промислова революція внесла основні корективи в туристичну сферу: вдосконалення транспорту, зайнятість громадян та зростання людей африканського походження. Робочий час було збільшено і оплачувана відпустка стала більшою, але через це збільшився стрес у людей, що призвело до потреби відпочинку, тому туроператори почали складати спеціальні пропозиції з турами по низьким цінам.

Сучасний етап розвитку туризму можна ознаменувати саме так: учасники, які задіяні в сфері туризму, набагато освіченіше, мають більше учасників в різних процесах, ринки туризму стають набагато багатішими і розвиток туризму швидший. Туризм став галуззю завдяки внеску в соціально-економічний добробут громадян певних країн в вигляді прямої та непрямой зайнятості, надходжень до ВВП, розвитку інфраструктури тощо.

Сьогоднішній туризм – це відпочинок. Він став більш організованим завдяки різним операціям та суб'єктам (директорам, турагенціям, туроператорам, готелям, ресторанам та розважальній сфері). Вони займаються різними сферами виробництва і торгівлею. Сучасний туризм можна назвати складним через глобалізацію, а пошуки свободи у громадян призвели до того, що велика кількість людей подорожують зараз самотійно.

Міжнародний туризм у 21. столітті став одним з найважливіших видів економічної діяльності і має великий вплив в будь-яких регіонах світу. Якщо розглядати туризм 20 ст. та 21 ст., то можна сказати, що сучасний туризм став більш інтенсивним, комерційно організованим, орієнтованим на бізнес в різних видах діяльності. Інтерес до турів в різні часи дуже різноманітний і визначити його можна так: тури почались з культурних об'єктів Франції, Німеччини та Італії; далі туристи переключились на римський туризм; далі туристи почали вивчати не тільки культурні дестинації туристичних мекк, а і альпійські краєвиди; велика кількість людей почала подорожувати світом з метою оздоровлення. Завдяки туризму винайшли спосіб придбання культурного капіталу – спеціалісти з туризму розробили та ввели інновації до путівників, які вони видають туристам, молитвениками, розвивали ринок сувенірів та мистецтва, а також відточеними системами транспорту та розміщення туристів. Туризм також можна розділити за формами та цілями відвідувань (див. Табл. 1.1).

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].

Форми туризму за цілями

Форма туризму	Цілі
Туристичний відпочинок	Зміни клімату, обстановки, нові краєвиди, відпочинок від стресу. Найголовніший пріоритет – спокійний та тихий відпочинок на гірському курорті або на віддалених островах чи пригодницькими видами туризму.
Культурний туризм	Бажання дізнатись про культуру, історію, побут людей іншої країни, звичаї та традиції, кухню, релігію, одяг, прикраси, музику тощо; можливість доторкнутись до життя людей іншої національності.
Релігійний туризм, паломницький туризм	Групові подорожі, відвідування найбільш важливих місць під час різних релігійних свят: щорічне паломництво хадж у Мецці, Саудівську Аравію, Єрусалиму, Мекку і Варанасі.
Сімейний туризм	Відвідування родичів та друзів; культурних пам'яток.
Оздоровчий туризм, медичний туризм	Покращення фізичного та ментального здоров'я.
Спортивний туризм	Участь у спортивних подіях (безпосередня та в якості відвідувачів);
Пригодницький туризм	Отримання вражень, які не можна знайти в звичайному житті; відвідування регіонів, до яких дуже складно дістатись та складних маршрутів.
Освітній туризм	Підвищення рівня знань, технічної компетентності; участь у програмах обміну школярами, студентами та науковцями.
Діловий туризм	Робочі цілі: ділові зустрічі, конференції, конгреси з продажу продукції, зустрічі з клієнтами; участь у заходах, передбачених діловим туризмом (MICE) – зустрічах, інтенсивах, конференціях та виставках).

Примітка. Складено автором за даними World Tourism.

Швидкий розвиток туризму привів того, що туризм став масовим явищем, але його поділ на «регіональний і національний туризм» залишився незмінним.

Регіональний туризм – це туристична діяльність, що є характерною для геотуристичних територій з однотипними умовами розвитку туризму та подібним рівнем туристичного дослідження. 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].

Як уже зазначалося, туризм є потужним економічним чинником. Завдяки туризму розвиваються нові робочі місця, виникають нові туристичні продукти та послуги. Але туризм це не лише економічна категорія. Міжнародний туризм можна віднести також і до соціальної сфери, оскільки має потенціал для відновлення працездатності туристів.

Міжнародний туризм позитивно впливає на розвиток міжнародних зовнішньоекономічних відносин, а саме: поєднує різні національності, стає певним гарантом миру в світі, обмін різних культурних та наукових знань, розвиток торговельних зв'язків. Прикладом розвитку міжнародних економічних відносин можна навести транснаціональні корпорації (ТНК).

Актуальність вивчення особливостей функціонування транснаціональні компанії є основною складовою сучасного економічного розвитку – всі транснаціональні компанії повинні відповідати мінливим реаліям сучасного світу та досягненням різних наук. Світова економіка має зовсім інший метод ведення бізнесу, що заснований на одному законі [67].

Міжнародні готельні ланцюги стають важливими для багатьох сегментів економіки, соціальних та туристичних факторів. Структура управління підприємством – це упорядкований склад усіх взаємопов'язаних структур і окремих працівників системи управління, що діють на підставі поділу і кооперації управлінської праці. У ній відображаються підрозділи, служби та працівники апарату управління, зв'язки і відносини між ними [67].

Міжнародний туризм неспроможна розвиватися самостійно. Успіх гарного розвитку туризму залежить від спільної роботи з різними країнами. Уряд та законодавство повинні підтримувати та регулювати туристичну галузь правильно, тому що ця сфера має великий вплив на економіку всієї країни.

Міжнародний туризм може розвиватися, якщо матеріально-технічна база є розвинутою та існують певні умови для цього. Для того, щоб оцінити, наскільки у країн конкурентоспроможний міжнародний туризм, досліджують та враховують:

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

Туристична сфера в країні може розвиватися, якщо існує певна система, до якої входять організатори туризму (туроператори і турагенції), система готельного господарства, система ресторанного господарства, заклади рекреації і розваг. 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].

Галузь розвитку туристичних відносин між різними народами, ознайомлення з культурою та науковими здобутками – це все про міжнародний туризм та галузеву структуру. За допомогою класифікації міжнародного туризму можна поглибити свої знання у туристичній сфері. Туризм – це, мабуть, єдина сфера, яка постійно змінюється, з'являються нові види та форми, оновлюється якість послуг і кінцевий результат точно позначити неможливо.

Таким чином, можна визначити, що міжнародний туризм реалізується у багатьох формах має важливе значення для функціонування економіки країни. Сфери, які тісно пов'язані зі сферою туризму, здійснюють суттєвий вплив на нього, тому можна зробити висновок, що автономне існування туризму у економічній системі є неможливим. Розвиток туризму в сучасних умовах відбувається під впливом багатьох чинників, що обумовлюють виникнення його нових форм, актуальних для споживачів туристичних продуктів та послуг.

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

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

Л.П. Дядечко при визначенні цілей 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 думки різних дослідників, можна відмітити, що в основі позитивної динаміки розвитку міжнародного туризму знаходяться наступні чинники:

- економічне зростання і соціальний прогрес привели до розширення обсягу ділових поїздок та подорожей з пізнавальними цілями;
- удосконалення всіх видів транспортних засобів зробило дешевшими поїздки; збільшення кількості найманих працівників і службовців у розвинутих країнах та підвищення їхнього матеріального і культурного рівня;
- інтенсифікація праці й отримання працюючими більш довгих відпусток;
- розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами привів до розширення міжособистісних зв'язків регіонами;
- розвиток сфери послуг стимулював розвиток сфери перевезень і технологічний прогрес у галузі телекомунікації;
- послаблення обмежень на вивіз валюти у багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей [18].

Вже неодноразово вказувалося, що міжнародний туризм добре впливає на розвиток економіки та урядову сферу країни. Існують три моделі, за допомогою яких можна регулювати туристичну сферу:

1. Самоорганізація. Влада не регулює та не вирішує існуючі проблеми, що відбуваються у сфері туризму. Вирішення всіх проблем перекладається на місцеві незалежні пункти самоорганізації або за допомогою ринкових норм та принципів. Найчастіше ця модель використовується в країнах, в яких туризм не сильно впливає на економіку країни, а всі туристичні об'єкти впливають на свою безперервну роботу самостійно.

2. Міністерства управління туризмом. У цій моделі міністерство виступає органом, який регулюватиме сферу туризму. Для ефективного існування та роботи цього міністерства мають бути вкладення. Туризм регулюватиметься в єдиному місці, і фахівці займатимуться розвитком цієї галузі.

3. Європейська. Слід сказати, що ця модель застосовується здебільшого у Європі. Суть цієї моделі у тому, що функціонування сфери туризму вирішується лише на рівні міністерств у відповідних відділах, а діяльність можна розділити на маркетингову сферу і сферу вирішення питань.

Маркетингова діяльність виражена в управлінні туристичними представництвами, розробці нормативно-правової бази, зборі й обробці інформації і ін.. Європейська модель управління найбільше підходить для України, тому що був обраний європейський орієнтир розвитку. Прикладом розвитку туризму за третьою моделлю є такі країни: Іспанія, Франція, Італія, Великобританія.

Питанням розвитку туризму в Іспанії займається Держсекретаріат під управлінням Міністерства економіки, Центральна дирекція з туризму, Іспанський інститут туризму, який фінансується державою у 100% розмірі, виставково-конгресні центри в Мадриді та Малазі. Місцева влада Іспанії займається сертифікацією, розробкою стратегій, ліцензуванням, так як Міністерство економіки має зовсім незначні повноваження [14].

Знову ж таки повертаючись до слів про те, що не існує єдиної думки щодо будь-якого розвитку туризму, тому кожен учений виставляє роботи та описує свої пріоритети та специфіку діяльності туристичних підприємств у світі.

Фактори розвитку міжнародного туризму для кожного регіону дуже відрізняються. Південноамериканський регіон, наприклад, відрізняється і може

бути привабливим для туристів своєю сучасною архітектурою, а Середземноморський регіон, навпаки, більше буде цікавий людям, які обирають паломницький туризм. Все залежить тільки від переваг туриста, від розвитку різних видів туризму, а не фокусування на одному. Найбільш привабливі чинники для розвитку різних регіонів країн світу в сфері туризму (табл. 1.2):

Таблиця 1.2

Чинники для розвитку туризму в різних регіонах світу

Найбільш туристично привабливі країни за регіонами	Чинники зростання туристичної привабливості регіону
Країни Південноамериканського регіону (Бразилія та інші країни)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток екологічних турів по Амазонії 2. Екзотична природа 3. Сучасний дизайн та архітектура столиць країни
Країни Європейського регіону (Франція, Англія, Німеччина, Фінляндія, Швеція)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока концентрація історичних і культурних визначних пам'яток 2. Спрощений візовий режим 3. Високий рівень сервісу
Країни Середземноморського регіону (Ізраїль, Кіпр тощо)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вигідна система оподаткування 2. Сучасна банківська мережа 3. Добре налагоджена структура телекомунікацій 4. Ріст паломницького туризму 5. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів 6. Тур по чотирьох морях 7. Розвинута інфраструктура туризму 8. Високий рівень обслуговування 9. Комфортний клімат 10. Велика тривалість туристичного сезону 11. Практика «Tax Free»
Країни Азіатського регіону (Об'єднані Арабські Емірати)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Високий рівень сервісу 2. Мінімальні податки. Практика «Tax Free» 3. Екзотична природа та культура 4. Політична стабільність

Примітка. Складено автором за даними World Tourism.

Врахування факторів розвитку туризму сприятиме його зростанню, водночас, чинники, що не були враховані, можуть знизити темпи та стримувати розвиток туристичних потоків.

В цілому, на розвиток туризму у світі впливають різні чинники, які можна розділити на два види: зовнішні; внутрішні. Розглянемо зовнішні чинники, що стосуються розвитку туризму:

1. Природно-географічні чинники.

2. Культурно-історичні чинники.

Два цих фактори можна об'єднати через їхню схожість щодо вибору туристичного спрямування. Якщо країна багата на один із факторів або вміщує в собі обидва, то це впливає на напрями і темпи розвитку масштабів туризму.

3. Економічні чинники. Ця група чинників стосується внутрішньої ситуації в країні. Якщо країна економічно розвинена, характеризується високим рівнем життя та має високі темпи розвитку, то й поїздки місцевих мешканців відбуватимуться набагато частіше. Від стабільного економічного становища країни залежить розвитку матеріально-технічної бази та інфраструктури туризму.

4. Соціальні чинники. Ці фактори важливі тим, що допомагають розвиватися туризму за допомогою деяких змін у робочому житті громадян, а саме: скорочення робочого дня та збільшення тривалості відпустки. Деякі країни вже запроваджують 4-х робочий день. Уряд Іспанії ухвалив національний пілотний проект, який передбачає запровадження у країні 4-денного робочого тижня. Даний експеримент триватиме три роки [22]. Туризм сприяє підвищенню рівня освіти людей. Так відбувається через те, що подорожуючи людина отримує нові враження та допомагає ознайомитися із звичаями життя іншої країни.

5. Демографічні фактори. Країни, в яких висока густота населення, подорожують набагато інтенсивніше. Також змінилася форма туристичної рухливості: люди віком від 18- 30 років більше обирають активні види туризму; від 30-50 років тут спостерігається найменш активна туристична активність; самотні жінки та чоловіки подорожують набагато більше, ніж сімейні пари; жінки виявляють інтерес до туризму більше, ніж чоловіки.

6. Політико-правові фактори. Туризм – це сфера, яка залежить від політичних ситуацій у світі. Якщо світовому співтоваристві відчувається напруга, можна

побачити спад туристичних потоків. Тероризм, війна, пандемії, екстремізм – всі ці аспекти впливають міжнародний туризм.

7. Технологічні фактори. Чим краще розвиваються технології, тим безпечніше та швидше туристи отримуватимуть доступ до різних визначних пам'яток, тим швидше з'являтимуться різні нові види розваг для туристів. Завдяки цим чинникам можна вдосконалювати послуги готельного бізнесу, транспорту тощо.

8. Екологічні чинники. Екологія має великий вплив на міжнародний туризм. Вплив екології на туристичну сферу можна поділити на дві категорії: нераціональний розподіл туристичних ресурсів; техногенний вплив. До першого віднесемо неправильне використання природних туристичних об'єктів. Наприклад, різноманітна екосистема Галапагоських островів допомогла Чарльзу Дарвіну розвинути теорію про Природний Відбір, але дуже крихка до зовнішнього впливу. ЮНЕСКО занесла острови до списку об'єктів всесвітньої спадщини у 2007 році. Щоб зберегти землю та дику природу, було прийнято безліч туристичних обмежень, включаючи вимогу, що всіх відвідувачів Галапагоського національного парку має супроводжувати ліцензований гід [88]. До другого можна віднести людські помилки, а саме: аварії на атомних станціях, витікання нафти тощо. Сезонність також впливає туристичну сферу. Сезонний туризм – це відвідування туристської місцевості у певну годину року. Сезонний туризм поділяють на два підвиди – односезонний та двосезонний [64].

9. Внутрішні фактори – це фактори, що впливають безпосередньо в сфері туризму: матеріально-технічні фактори, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Основні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, роздрібною торгівлі тощо [76]. До внутрішніх факторів належать:

- попит, пропозиція й розповсюдження (перетворення тимчасового попиту на турпродукти на постійний попит), зростання ролі індивідуального туризму;
- зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішньорегіональних туристичних сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікул тощо);

- 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);
- зростання ролі ЗМІ й зв'язків із громадськістю (паблік рілейшнз) у просуванні, рекламі й реалізації турпродуктів;
- зростання ролі фахівців у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно-кваліфікованої структури тощо);
- зростання чисельності представників туристичного бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні турпослуги) [76].

Отже, на розвиток сучасного міжнародного туризму у світі здійснюють вплив ряд факторів, серед яких слід виділити природно-географічні, культурно-історичні, економічні, соціальні, демографічні, політико-правові, технологічні, екологічні та внутрішні фактори. Слід також зазначити, що фактори розвитку міжнародного туризму суттєво відрізняються залежно від регіону. Так, Південноамериканський регіон може бути привабливим для туристів своєю сучасною архітектурою, а Середземноморський регіон, навпаки, більше буде цікавий хто, які обирає паломницький туризм.

Висновки до розділу 1

Таким чином, туризм як вид економічної діяльності зародився досить давно та продовжує розвиватись у різних напрямках. Еволюційний розвиток туризму характеризується надзвичайною насиченістю і різноманіттям. Він є сферою, яка не може стояти на місці, тому що галузі туризму потрібно постійно відповідати запитам туристів та сучасному світу. Міжнародний туризм залишається найбільш прибутковою сферою в багатьох країнах світу. Існує необхідність розвитку та інвестування у вітчизняну сферу туризму, тому що країна володіє культурними,

архітектурними, природничими чинниками для того, щоб стати однією з найбільш привабливих в галузі туризму.

Можна стверджувати, що міжнародний туризм реалізується у багатьох формах має важливе значення для функціонування економіки країни. Сфери, які тісно пов'язані зі сферою туризму, здійснюють суттєвий вплив на нього, тому можна зробити висновок, що автономне існування туризму у економічній системі є неможливим. Розвиток туризму в сучасних умовах відбувається під впливом багатьох чинників, що обумовлюють виникнення його нових форм, актуальних для споживачів туристичних продуктів та послуг.

На розвиток сучасного міжнародного туризму у світі здійснюють вплив ряд факторів, серед яких слід виділити природно-географічні, культурно-історичні, економічні, соціальні, демографічні, політико-правові, технологічні, екологічні та внутрішні фактори. Слід також зазначити, що фактори розвитку міжнародного туризму суттєво відрізняються залежно від регіону. Так, Південноамериканський регіон може бути привабливим для туристів своєю сучасною архітектурою, а Середземноморський регіон, навпаки, більше буде цікавий хто, які обирає паломницький туризм.

Це сфера, яка має постійно розвиватись, щоб відповідати всім потребам сучасного туриста. Українська сфера туризму постійно змінюється: починаючи від державних та закінчуючи управлінськими рішеннями. Немає ефективного використання потенціалу України. Для того, щоб туристичний ринок України розвивався постійно, потрібно розробляти різноманітні стратегії та концепції, які потрібно правильно розвивати на всесвітньому туристичному ринку. Український туристичний ринок має брати приклад з країн Європи та Сполучених Штатів Америки, в яких туризм займає важливе місце джерела прибутків та є самостійним видом економічної діяльності. Міжнародний туризм в Україні має всі підстави для активного розвитку. Потрібно визначити найслабкіші сторони та працювати над усуненням їх, створювати нові види та просувати їх. Існує три моделі, за допомогою яких можна регулювати туристичну сферу, а маркетингова діяльність має бути побудована таким чином, щоб вона здійснювала вплив на туристичні представництва.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В КРИЗОВИХ УМОВАХ

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

Кризові ситуації наздоганяють сферу туризму постійно, але з кожної ця галузь виходила та продовжувала функціонувати далі. Починаючи з ХХ ст. однією з найвпливовіших ситуацій на сферу туризму була криза після Другої світової війни. Тоді державні уряди були зацікавлені в тому, щоб використовувати сферу туризму як інструмент для дипломатії та невидимого імпорту.

Глобалізація є невід'ємною частиною розвитку міжнародного туризму. Глобалізація є поштовхом до створення нових ринків, до пошуку нових інноваційних технологій, а також їх створення та активізація конкуренції на світовому ринку. Багатонаціональні компанії іноді вдаються до нечесних конкуренцій та обмеження ведення бізнесу. До них можна віднести:

- контролю над діяльністю з метою припинення цієї діяльності;
- зловживання переважаючим становищем на ринку;
- нав'язування дискримінаційних комерційних умов;
- цінову змову;
- таємний розподіл ринків;
- розповсюдження недостовірної інформації про конкурентів;
- запозичення торгових марок, копіювання (імітацію) продуктів конкурентів;
- порушення ліцензійних умов;
- економічний шпіонаж [51].

Глобалізація є новим етапом розвитку світу, який характеризується різким прискоренням темпів інтернаціоналізації усіх сфер суспільного життя. Глобалізаційні

процеси мають вагомі підстави, аби привести до утворення нової суспільно-політичної формації – глобалізму. Підставою для такого висновку є те, що глобалізація вже призвела до формування специфічних виробничих відносин, нових технологічних систем і способу виробництва загалом [24].

Світове господарство на початку XXI ст. постає як неподільне глобальне ціле, в якому постійно відбуваються різнопланові й різноякісні процеси. Глобалізацію світового господарства зумовили такі взаємопов'язані фактори:

1) міжнародний поділ праці: структура, практика та логіка сучасної глобальної економіки привели до появи нової концепції міжнародного поділу праці, яка не лише сприяє змінам балансу економічної сили між окремими країнами і регіонами за рахунок використання часткових переваг (географічне положення, дешевизна енергії, сировини чи робочих рук, доступ до ринків збуту, кваліфіковані кадри тощо), а створює передумови для формування економічної, а пізніше – і політичної багатополлярності світу;

2) інтернаціоналізація фінансів: яскравими прикладами цього явища є запровадження єдиної європейської валюти й уніфікація світового валютного ринку, функціонування міжнародної банківської мережі, залежність фінансових систем багатьох країн від коливань на світовому фондовому ринку;

3) нові інформаційні і технологічні системи: нова глобальна інформаційно-орієнтована економіка надає перевагу здійсненню технологічних проривів у розвитку за рахунок упровадження ноу-хау-технологій, при цьому єдиний інформаційний простір робить кордони держав «прозорими», а процес глобалізації – незворотним;

4) посилення конкурентної боротьби між новими індустріальними країнами і провідними промислово розвиненими державами;

5) гомогенізація міжнародного споживчого ринку – однією з причин є поширення масової культури, яка приносить моду на використання однакової продукції (автомобілі, побутова техніка, мобільні телефони, джинси, спортивне взуття, напої, засоби гігієни, іграшки тощо), споживання однакових видів послуг (ресторани швидкого харчування, кінофільми, музика і література, розваги у нічних і комп'ютерних клубах, дискотеках, барах, туризм, який асоціюється з відпочинком на

березі теплого моря), їх стандартизацію та проникнення в усі сфери життя і регіони світу [51].

Найбільшою кризою XXI ст. стала глобальна фінансова криза 2020 року. За підрахунками вона найгірша з часів кризи 2008 року та Великої депресії. Будь-які зміни на геополітичному значенні призводять до того, що сфера міжнародного туризму відчуває коливання і цей факт має дуже великий вплив на сферу. Для більш стабільного функціонування країни застосовують різні моделі розвитку галузі міжнародного туризму.

Впровадження інноваційних технологій в туристичну сферу є перспективним напрямком в розвитку підприємства, які пов'язані з галуззю. Чим більше сфера має новітні технології, тим кращою буде економічна ефективність та складова підприємств туризму. Нагадуємо, що сфера туризму має максимально великі темпи розвитку. Галузь ніколи не стоїть на місці, тим самим стимулює появу інновацій у сфері туризму.

Інноваційна активність для будь-якої сфери завжди мали максимально позитивний вплив на розвиток економіки та соціального життя суспільства. Інновації в сфері міжнародного туризму здатні зміцнити галузі на ринку. Пошук інновацій в галузі міжнародного туризму повинні бути на першому місці, тому що це рушійна сила для розвитку України. Останні тренди, які з'явилися і міжнародному туризмі це:

1. Роботи, чат-боти та автоматизація. Інновації в сучасному туризмі все більше стають роботизовані. Науковці проводили дослідження, в якому дійшли висновків, що через декілька років сфера туризму все більше і більше буде роботизованою. Вже зараз з'являються заклади харчування, в яких замість офіціантів їздять роботи. Така тенденція притаманна азіатським країнам більше, але нові технології можна побачити і в американському готелі Hilton. В готелі замість консьєржа людини працює робот консьєрж. Він може реєструвати гостей, подавати їжу або напої. В Києві теж можна знайти заклад, в якому є робот. Він знаходиться в ресторані McDonalds. Та робот довозить від вікна до пункту видачі замовлень за мінімальні терміни.

2. Віртуальна реальність. Тренд з віртуальною реальністю з'явився ще до коронавірусної хвороби, а зараз ця технологія включає в себе відвідування музеїв, готелів та місць, в яких турист планує відпочивати. Існує додаток Navitaire пропонує всім користувачам відвідати місця, до яких вони хочуть поїхати на відпочинок. Більшість таких додатків можна завантажити на мобільний телефон. Деякі музеї спеціально розробили віртуальні екскурсії музеєм. До таких музеїв відноситься музей Штедель.

3. Голосові помічники. Велика кількість компаній, що розробляє свої голосові помічники, дозволяють шукати, наприклад, готель, туристичний об'єкт та ресторани. Такі голосові помічники вже існують в мобільних телефонах, як iPhone і Samsung. Такі голосові помічники є ще в перекладача, які допомагають туристам, що не знають мови, спілкуватись з іноземцями.

4. Вплив технологій на туристів. Сучасна людина звикла постійно бути з телефоном та отримувати все за декілька кліків. Чим більше готель або туристична фірма впроваджує технології, які мінімізують час очікування, тим більше молодих людей будуть користуватись саме цими технологічними продуктами.

Дослідження, які проводили до пандемії COVID-19, ставили на один рівень модифікування розвитку під потреби туристів та розвиток технологічного забезпечення. Всі спеціалісти туристичної галузі повинні інвестувати в розвиток IT-сфери.

Пандемія завдала великої шкоди економіці всього світу. У 2019 році було здійснено 1,5 млрд. міжнародних поїздок. Туризм забезпечував приблизно 7% глобального ВВП. COVID-19 негативно вплинув на розвиток та подальше функціонування сфери туризму.

Можна з упевненістю відзначити, що працівники та сфера туризму постраждали найбільше. За оцінками експертів через пандемію до 62 млн. чоловік втратили свою роботу в галузі міжнародного туризму. Ситуація змінилася у 2021 році, але не так істотно. Безробітних у сфері зменшилось приблизно на 20 млн. осіб. Найбільші втрати зазнали Азіатсько-Тихоокеанський регіон (див. Рис. 2.1).

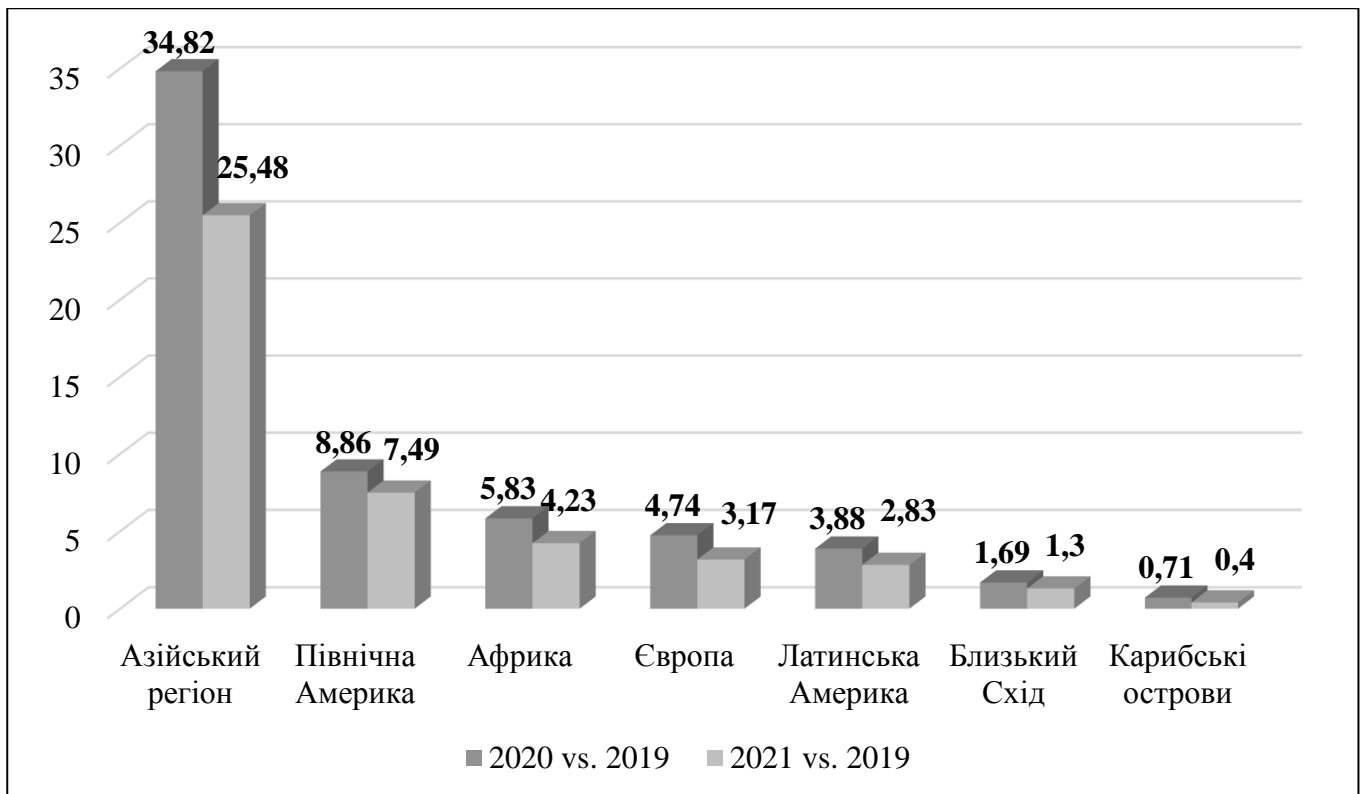


Рис. 2.1. Динаміка кількості робочих місць у секторі подорожей і туризму за період 2020-2021 рр., за регіонами світу (млн. од.).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

З початку пандемії коронавірусної хвороби багато дослідників вивчають негативний вплив на сферу туризму в масштабах країни, в якій науковці живуть. В опублікованих наукових працях можна побачити статистику впливу на різні сфери, які тісно пов'язані, а саме: суспільство, економіка, втрати у різних туристичних сферах, пошук вирішення засобів подолання кризової ситуації, а також вивчення епідеміологічних нововведень.

До 2020 року спостерігалась тенденція до постійного збільшення попиту на туристичні послуги. Нижче до перегляду пропонуємо рисунок, за яким можна прослідкувати динаміку міжнародних прибуттів з 2014 по 2021 рік у світі. COVID-19 призвів до того, що кількість туристичних потоків різко знизилась порівняно з 2019 роком, але у 2021 році знову можна спостерігати приріст на 5,9% порівняно з 2020 р. Водночас, хоча ринок і продемонстрував приріст, але все одно повністю не відновився (див. Рис. 2.2).

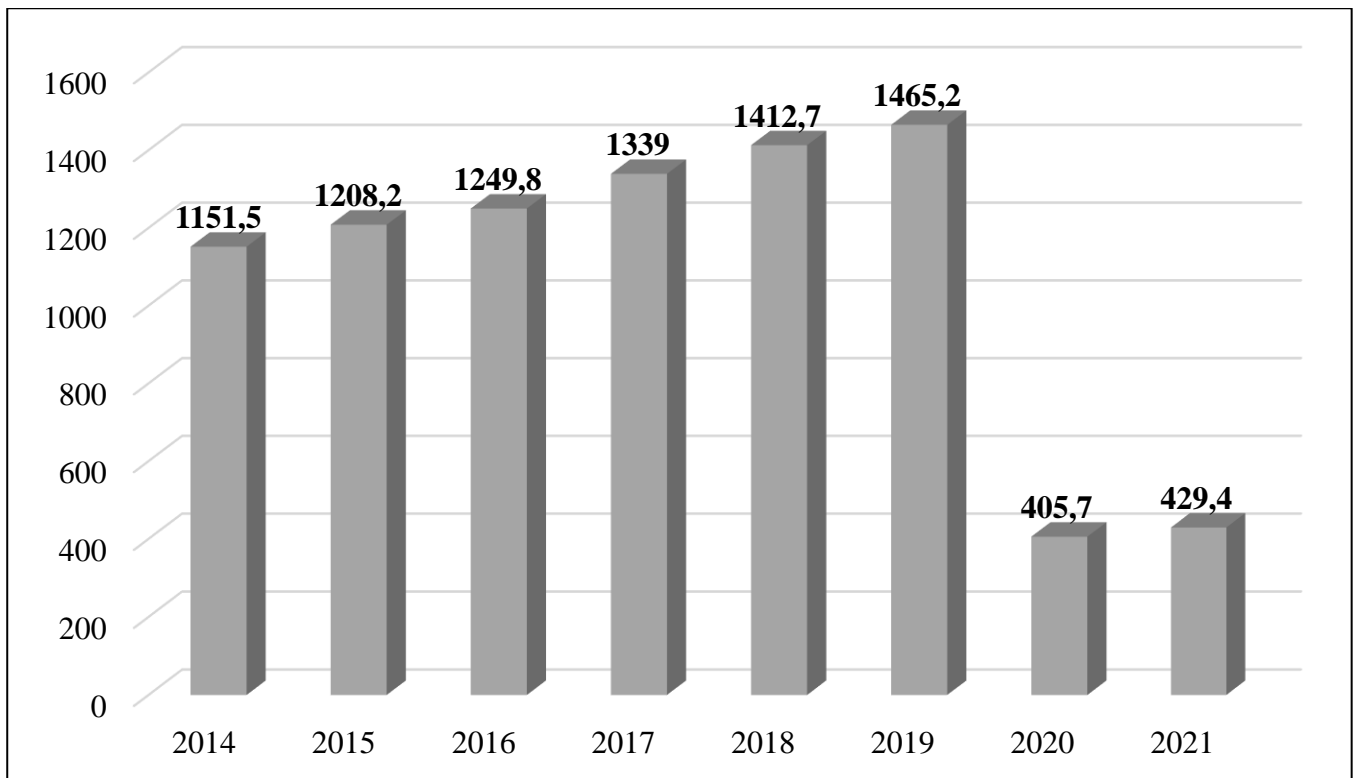


Рис. 2.2. Динаміка міжнародних прибуттів у світі за період 2014-2021 рр. (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

Європа є і залишається найпопулярнішим місцем для відпочинку, але через пандемію COVID-19 туристичні потоки знизився на 69%. Цей регіон мав найпопулярніші зони для відпочинку – Південний та Середземноморський. До пандемії в цих зонах могли зафіксувати приблизно понад 300 млн в'їзних прибуттів, а у 2021 році ця цифра склала 138 млн. Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на сферу туризму. Це найбільша кризова ситуація з часів Великої депресії та кризи 2008 року. Mobility Market Outlook від Statista оглянув ситуацію, що склалась на ринку туристичних послуг, та прийшли до висновку, що дохід світового ринку подорожей скоротився на 60% в перший рік пандемії. Вони повідомили, що це одне з найвищих падіннь у 2020 році. 2021 рік залишався дуже складним для сфери міжнародного туризму. За даними ЮНВТО кількість туристичних прибуттів з березня по грудень 2020 року зменшилась на 84%.

Негативні наслідки через кризову ситуацію є значними. За відсутності будь-яких заходів стимулювання – це буде означати ще більше падіння ВВП. Туризм – це одна з найважливіших сфер у світі. Кожна 10 людина працює в галузі туризму і дає

засоби існування. Всесвітньо відомий експерт у галузі туризму Сюзанна Беккен зауважує, що галузь туризму зможе вистояти під час пандемії COVID-19 і впливу кризи недостатньо, щоб змінити правильність руху цієї сфери. Передусім розглянемо обсяги надходжень від міжнародного туризму (рис. 2.3):

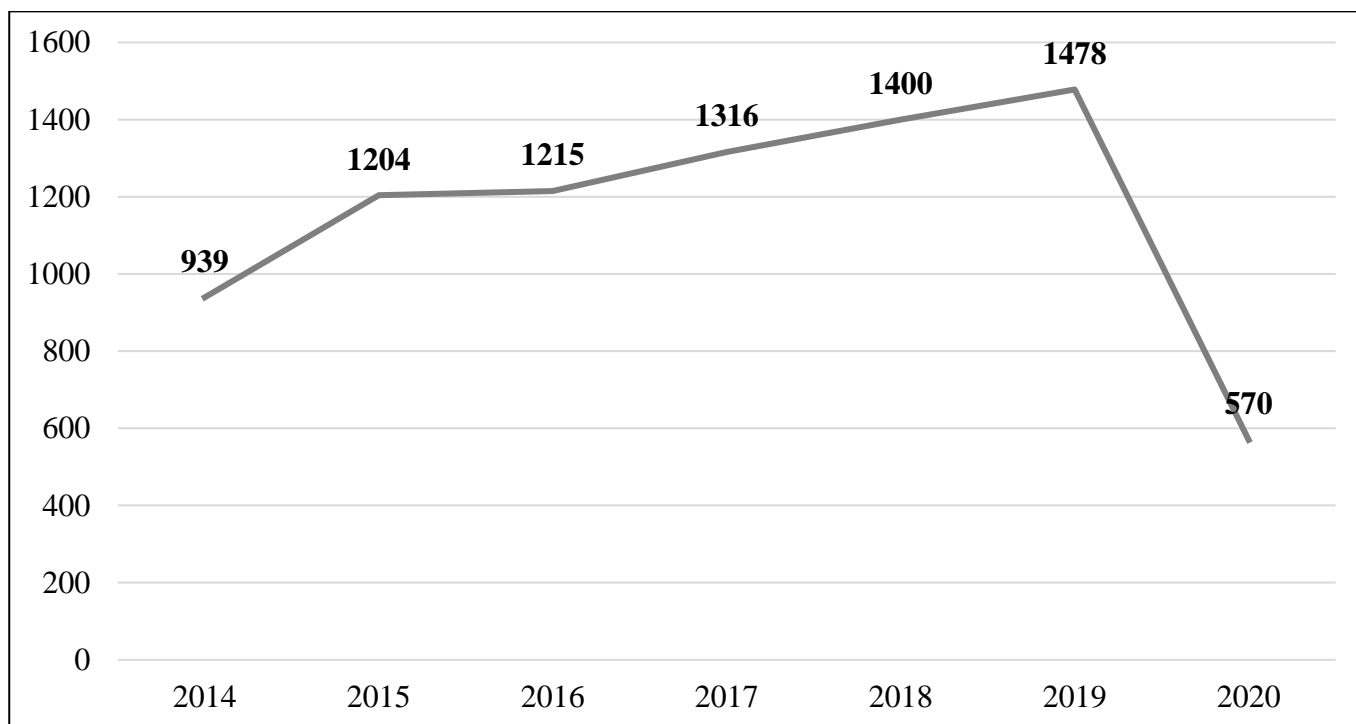


Рис. 2.3. Динаміка світових обсягів надходжень від міжнародного туризму за період 2014-2020 рр. (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

Туризм стає більш доступною сферою, тому що зростання добробуту та тривалі періоди миру, краща комунікація, онлайн бронювання через цифрові канали та різні платформи в інтернеті, зменшення бар'єрності привели до зростання ринку. Найбільший світовий дохід в сфері міжнародного туризму припадає на готельні підприємства.

Готель – це підприємство, що надає людям, які знаходяться поза домівкою, комплекс послуг, найважливішими серед яких (комплексуючими) однаковою мірою є послуга розміщення і харчування [29].

Пандемія ковіду мала великий вплив на початку, коли ще не було вакцини та ліків проти цієї хвороби. Ситуація стала покращуватись ще у 2021 році. Карантини

продовжували впроваджувати, але вони не були настільки з обмеженнями, як в перший рік коронавірусної хвороби, тому люди почали подорожувати, і тому на рисунку можна побачити динаміку обсягів грошових надходжень готелей починаючи вже з 2022 року і далі він буде тільки збільшуватись (Рис. 2.4).

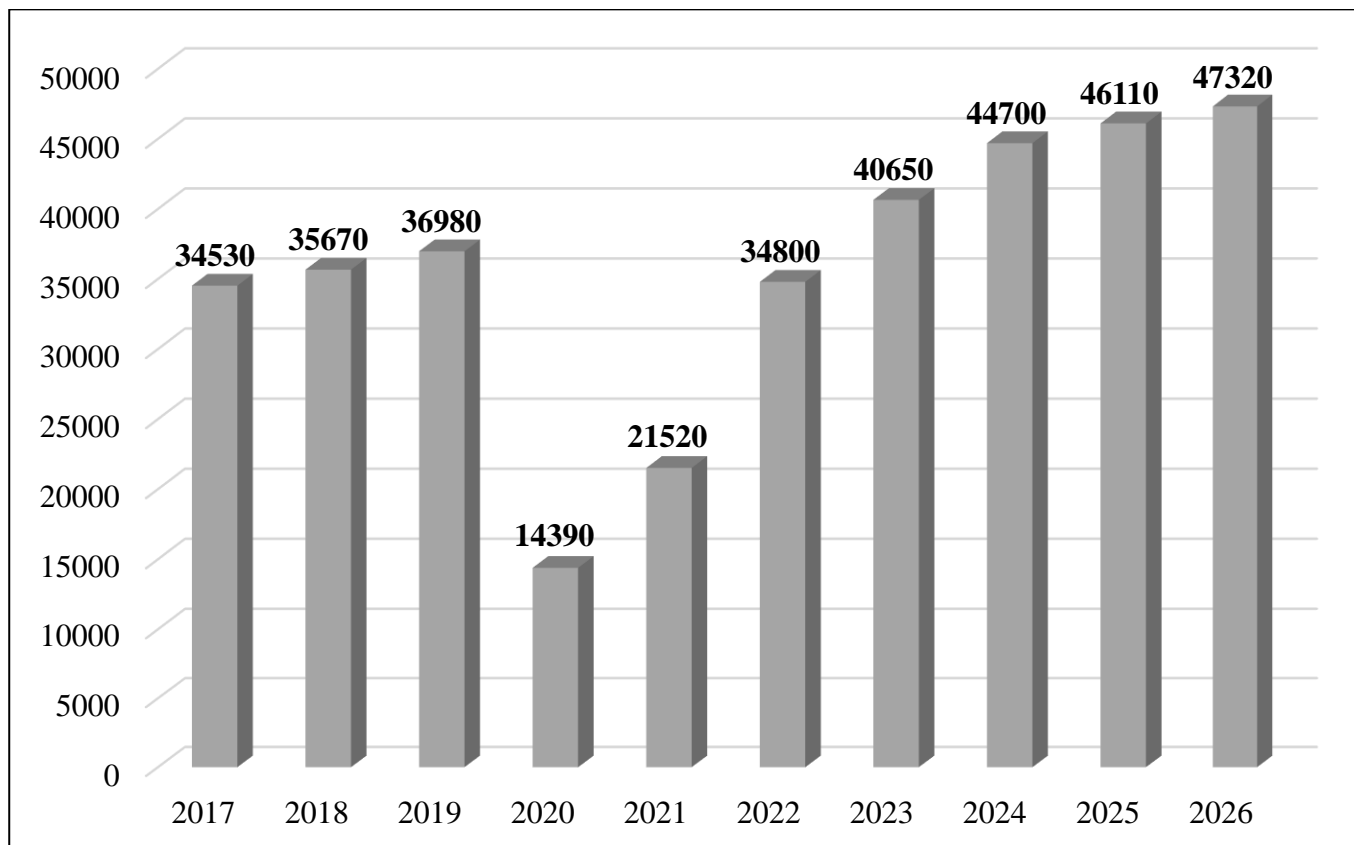


Рис. 2.4. Динаміка обсягів доходів підприємств готельної індустрії у світі за період 2017-2021 рр., 2022-2026 рр. – прогноз, (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

Інновації, які з'являються в готельних підприємствах, дуже допомагають не тільки гостям готелю, а і співробітникам. На світовому ринку готельного бізнесу дедалі посилюється міжнародна конкуренція. У зв'язку з цим, дедалі важчими стає пошук своїх споживачів та утримання позицій на світовому ринку. Тому готель повинен бути оригінальним, тобто не мати аналогів у світі.

Впровадження інновації та створення готелю подібного типу – вкрай змінює бачення готельного бізнесу. Через свою унікальність готель не має аналогів у світі, а

отже не має конкурентів, що в свою чергу прогнозує успіх серед готельєрів [98]. До таких інновацій можна віднести такі як:

1. Система автоматизації праці персоналу відділу продажів. Дозволяє управляти цією сферою, планувати зустрічі з партнерами та споживачами, вести календар і розклад роботи менеджерів, а також полегшує виконання різних завдань.

2. Система роботи зі споживачами. Це нові технології в готельному бізнесі, які проводять повний аналіз розміщення гостей в готелі і видають повну аналітику по кожному з них. Ця система дозволяє побачити, які посередники і турагентство краще за всіх забезпечують «доставку» споживачів до готелю, а також допомагає прорахувати статистику гостей за віком, статтю, соціальним статусом, прибутковістю тощо.

3. Система управління програмами лояльності для споживачів. Дозволяє готелю розробляти особливі види заохочення для постійних гостей, клубні та дисконтні картки, преміальні сертифікати та ін.

4. Система управління заходами готелю. За допомогою цієї технології можна планувати завантаження різних приміщень готелю – її конференц-залів, ресторанів, банкетних залів [78].

За результатами аналізу даних, представлених на Рисунку 2.5 можна зробити висновок, що серед лідерів підприємств готельної індустрії перше місце посідає готельна мережа Wyndham Hotels & Resorts. Станом на 2021 рік даний готельний кластер можна назвати ключовим в сфері гостинності через те, що під час пандемії відкрив приблизно 9000 номерів.

Друге та третє місце за наповненістю такі суб'єкти готельного бізнесу, як Marriott International та Choice Hotels International. За період пандемії, незважаючи на всі перешкоди та існуючі обмеження готель Wyndham La Quinta відкрив приблизно 937 готельних номерів, а в Сполучених Штатах Америки в місті Нью-Йорк було розроблено один з найбільших проектів щодо забудови міста на приблизно 5000 різних об'єктів (див. Рис. 2.5).

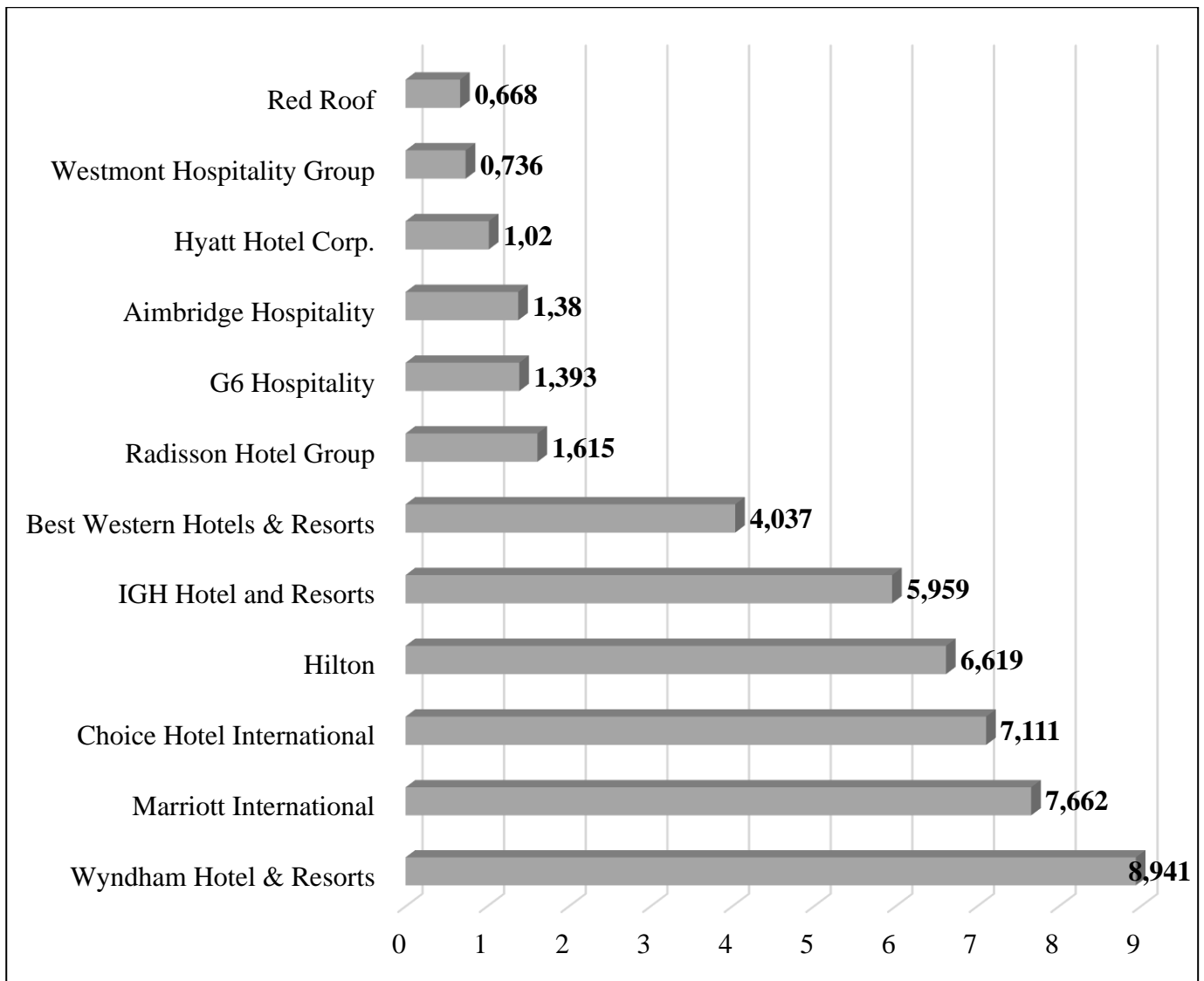


Рис. 2.5. Світові готельні корпорації-лідери у 2021 р.

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

Можна зробити висновок, що мережеві готельні підприємства навіть через коронавірусну кризу є досить стабільними. Збільшення показника у 2021 році може означати зростання вартості послуг, які пропонує готельна мережа або зростання вартості туристичної путівки.

Нижче наведений рисунок 2.6, на якому зображена динаміка середнього доходу готельних підприємств світу від одного користувача готельних послуг у 2017-2021 рр. з прогнозом до 2026 р. (див. Рис. 2.6).

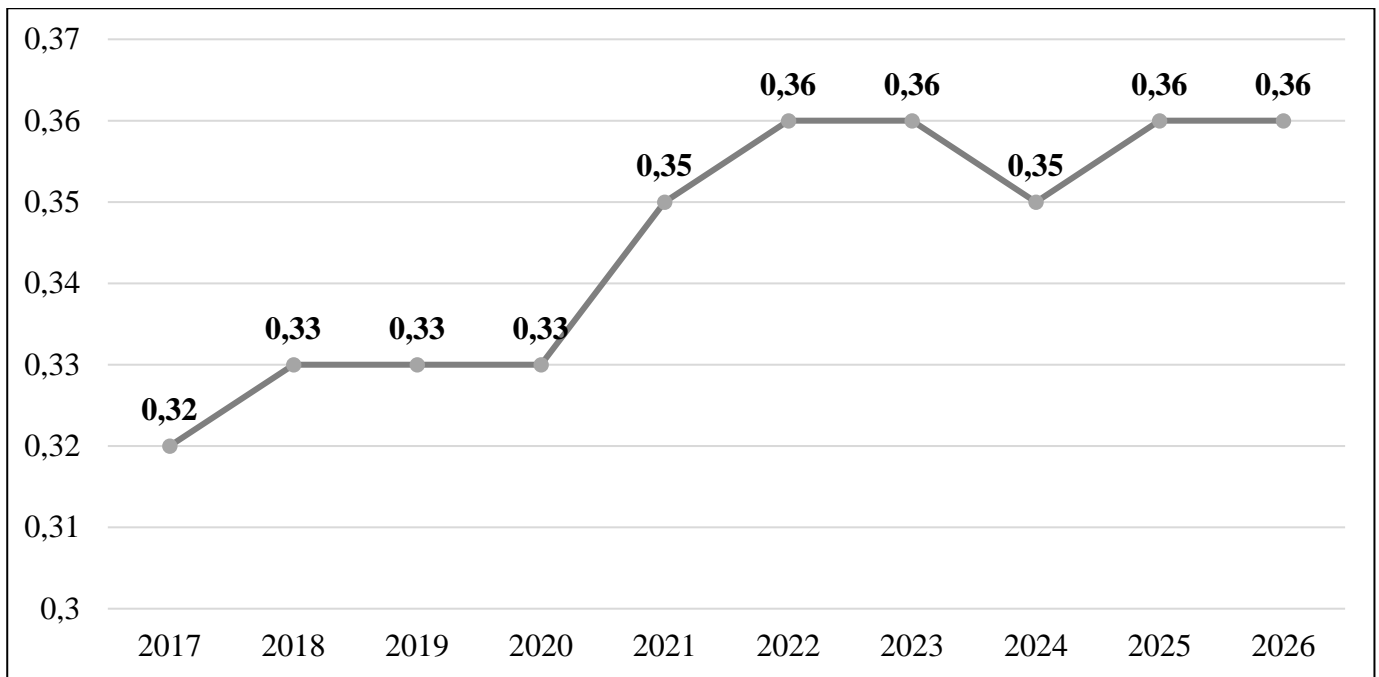


Рис. 2.6. Динаміка середнього доходу готельних підприємств світу від одного користувача туристичних послуг у 2017-2021 рр., 2022-2026 рр. – прогноз, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

Маркетинг інновацій – це діяльність, спрямована на пошук нових сфер бізнесу, розробку абсолютно нових видів продукції та впровадження у виробництво інновацій для вже існуючих товарів. У практичній діяльності маркетинг інновацій — це виробництво та збут інноваційної конкурентоспроможної продукції, що в повному обсязі задовольняє попит споживачів. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств має забезпечувати більш повне задоволення потреб споживачів, розширення клієнтської бази, вихід на нові ринки збуту [74]. Світовий та український ринок суттєво постраждали від наслідків критичної ситуації під час кризи. У перші місяці пандемії українські готелі не працювали та були закриті. У готельних підприємствах до маркетингових інновацій можна віднести:

- інформаційні технології у бронюванні номерів у готелі;
- використання різних сучасних структур для рекламування підприємства;
- за допомогою інтернет сайтів готелю надання додаткових послуг, а саме послуги чату, передзвонити клієнту та інше;
- створення та підтримка презентабельного виду сайту готелю;

- використання франчайзингу;
- нова функція різних віртуальних екскурсій по готелю, в якій можна вибрати номер.

Відпустка є часом відпочинку, який обчислюється в календарних днях і надається працівникам із збереженням місця роботи і заробітної плати [55]. Нижче пропонуємо проаналізувати дані щодо провідних туристичних агентств, які надають послуги рекреації та відпусток в мережі інтернет і розглянути, як пандемія коронавірусу вплинула на них. Ці агенції також діють і на території України.

З даних, наведених у таблиці 2.1 можемо побачити, що 2020 рік для ринку онлайн-агентств був досить несприятливим. Найбільш популярний сайт з онлайн-бронювання Booking втратив приблизно 8,27 млн. доларів США. Водночас, Airbnb за рік пандемії втратив 1,43 млн. доларів США. Аргументувати настільки велику різницю можна тим, що перший сайт має не тільки бронювання готельних підприємств, він є досить розгалуженим, а другий працює тільки у сфері бронювання готелів та винаймання квартир подово. У 2021 році ситуація змінилась, почалось зростання кількості замовлень на туристичних сайтах (табл. 2.1):

Таблиця 2.1

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

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

Примітка. Складено автором за даними компанії Statista.

Найвищий дохід у 2021 році отримала компанія Booking, але навіть до пандемії цей онлайн ресурс займав найвищу позицію. На цьому сайті можна забронювати не тільки готелі, а й авіабілет, орендувати машину, знайти послуги з дозвілля і замовити таксі до аеропорту. Це більше міжнародний сайт, який використовують українці та можна знайти інформацію щодо України, але на таких сайтах повну інформацію щодо України та дозвілля в містах знайти майже неможливо. Українські підприємці можуть зробити український аналог, який буде включати в себе ще більше функцій, що будуть стосуватись відпочинку саме в Україні.

На сайті Booking у 2021 було здійснено приблизно 653 млн. бронювань. Найбільший сегмент, який використовували туристи – бронювання готелів, а найменшою популярністю користувались послуги бронювання авто. За 2021 рік компанія Booking Holidays отримала 77 млрд. дол. США.

На другому та третьому місці компанія Expedia та Airbnb, але і до лідера ринку можна віднести інтернет ресурс TripAdvisor. На сайті Airbnb забронювали понад 3 млн. готельних номерів. Сайт TripAdvisor теж відчув зростання попиту та, відповідно, кількості замовлень.

Подібні бізнес-моделі є інновацією в туристичній сфері. Раніше клієнти користувались тільки послугами туристичних агентів, операторів та агентств. Туристи мали сплатити відсоток за те, щоб отримати послуги, а завдяки сайтам, на яких вони можуть замовити все самостійно та спланувати свій відпочинок, зараз є можливість вирішувати куди їхати та зекономити кошти.

Цифровізація – це багатогранний процес переходу суспільства на цифрові технології, який стосується всіх сфер суспільної життєдіяльності (освіти, медицини, економіки, телебачення тощо), але в контексті модернізації державного управління вона має одне з першочергових напрямків, тому що саме він має вплинути на вдосконалення (зокрема, цифровізацію) різних суспільних галузей.

Бізнес-модель інтернет-ресурсів з бронювання можна віднести до цифрової трансформації, тому що інтернет-ресурси являються інновацією в сфері туризму. Це представники нового покоління цифрової трансформації, коли постачальник послуг одночасно може бути споживачем. Наприклад, постачальник таксі, автомобілів для

оренди або шерінга не має жодного авто у власності, найбільший постачальник по оренді житла або апартаментів абсолютно не займається нерухомістю і не володіє квартирами, а просто надає власну платформу. Найбільші екосистеми скуповують для свого оптимального стану величезну кількість брендів і сервісів, для того, щоб оточити кінцевого споживача найбільш затребуваними послугами. Серед представників цього кластеру на туристичному ринку найбільшою капіталізацією і, відповідно, попитом виступають платформи: Booking, Airbnb, Uber, Expedia тощо. Цифрова трансформація торкнулася і самих туристів. У побут міцно увійшло поняття «цифровий турист» [62].

Сьогодні цифровий турист стає абсолютно залежним від соціальних мереж, він мобільний в тому сенсі, що не уявляє своє життя, своє переміщення без мобільного пристрою (найчастіше смартфона), всі сервіси, які він споживає персоналізовані, він дуже педантичний щодо надання та якості послуг, він вважає за краще цифрові сервіси (причому online сервіси, а не offline), він хоче мати повний контроль над тим, що він купує або споживає і не хоче залежати від якихось інших даних, його цікавить вся поїздка від початку і до кінця (турист не хоче, щоб у нього були якісь розриви у подорожі або виникали якісь стресові ситуації не підконтрольні йому). Особливо це стосується нинішньої ситуації з коронавірусом, коли необхідно «відновити» довіру споживача і забезпечити достатній рівень безпеки його здоров'я.

Завдяки тому, що збільшились різні онлайн платформи стало менше бар'єрів щодо бронювання. Молоде покоління постійно вносить зміни вже в існуючий ринок та робить його більш мобільним, екологічним, легким.

Аналіз даних, представлених на рисунку 2.7, дає можливість стверджувати, що на сучасному ринку туристичних послуг особливо помітною є тенденція до збільшення обсягів продажів послуг саме через інтернет-ресурси. Пандемія COVID-19 підштовхнула до подальшого розвитку придбання туристичних послуг онлайн та скорочення їх обсягів, придбаних в режимі офлайн (див. Рис. 2.7).

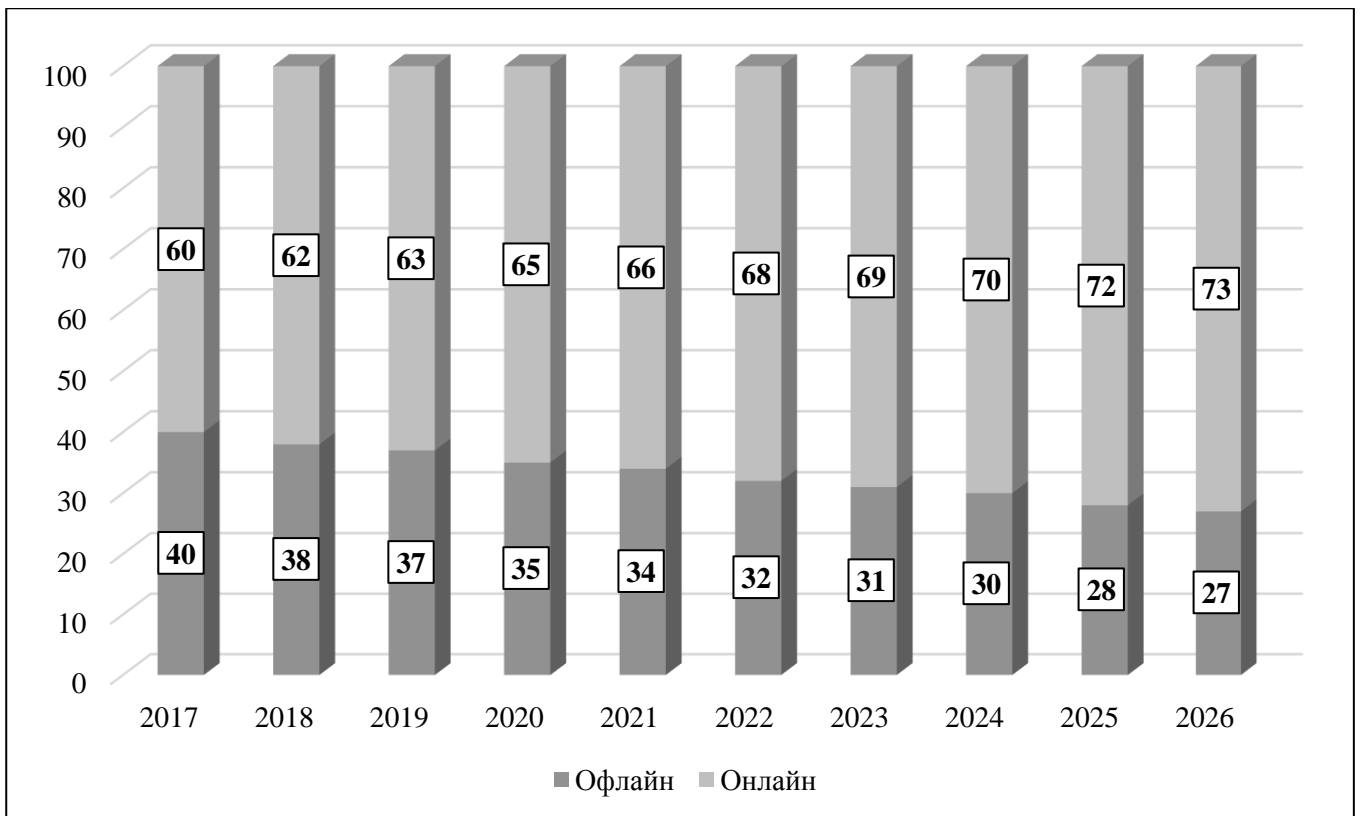


Рис. 2.7. Динаміка обсягів продажів туристичних послуг у світі в режимі онлайн та офлайн у 2017-2021 рр., 2022-2026 рр. – прогноз, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

Галузь, яка зазнала великих втрат під час пандемії – це галузь авіаперевезень. Відомо, що сфера туризму не може нормально функціонувати без сфери перевезень. COVID-19 майже повністю зупинив постійне зростання глобального пасажиропотоку. Результатами такого різкого падіння можна назвати те, що сфера опинилась на рівні розвитку 1997 року.

Незважаючи на те, що ситуація в 2021 році почала покращуватись, авіаційна галузь все ще залишається в кризі, а сфера потребує постійної підтримки. Швидкість відновлення сфери залежить тільки від влади та її рішень, а Міжнародна рада аеропортів (ACI World) підготувала дослідження щодо впливу коронавірусної кризи на пасажиропотік. На Рисунку 2.8 можна побачити, що за декілька років коронавірусної хвороби значна кількість підсекторів зазнали збитку, тому що більшість з них просто не працювали (див. Рис. 2.8).

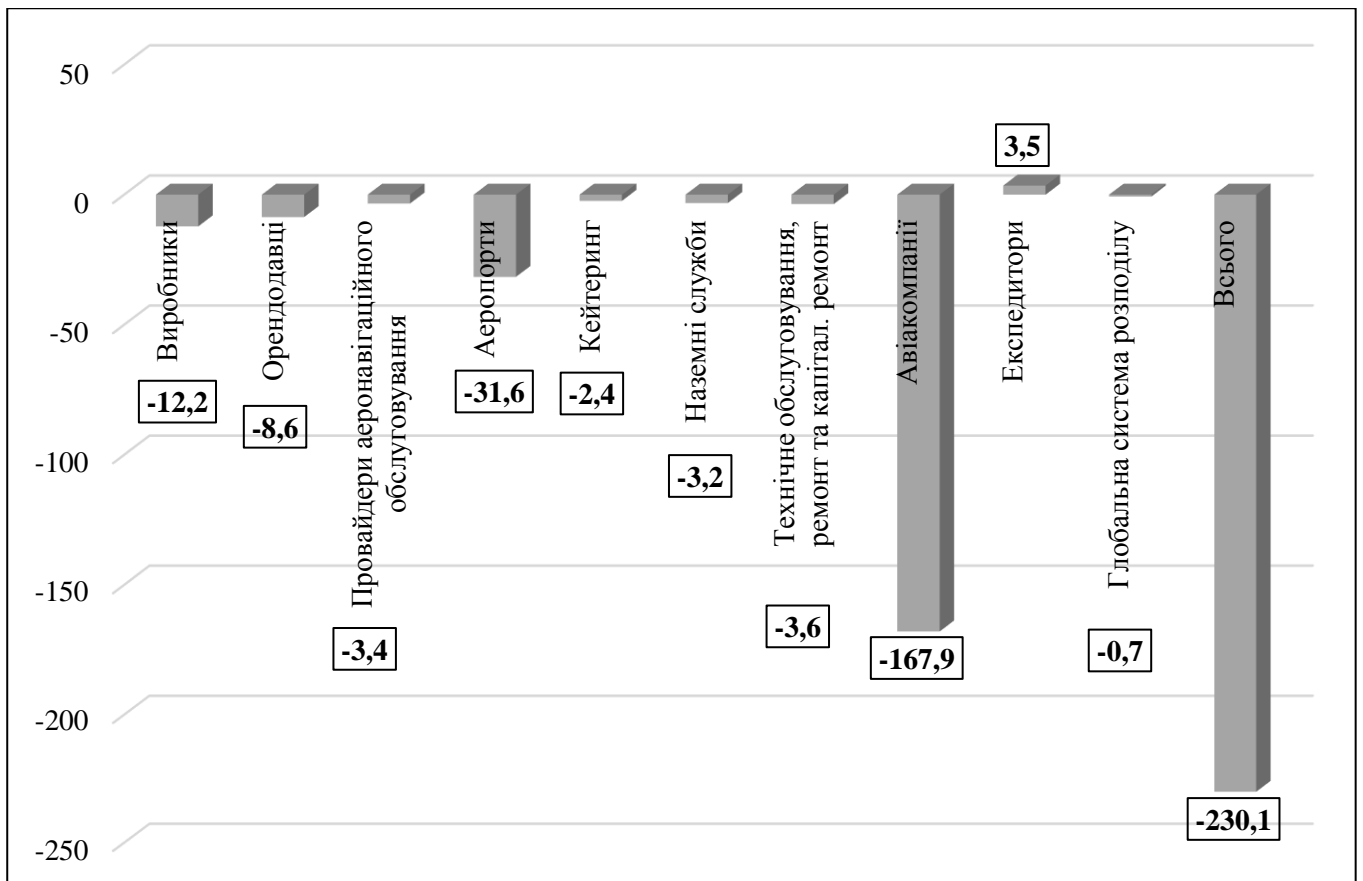


Рис. 2.8. Фінансові результати діяльності світової сфери авіаперевезень за секторами у 2020 р., (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Statista.

Спалах COVID-19 у 2020 році зменшив кількість пасажирів у світових аеропортах на 5,9 млрд. осіб. Як і в інших сферах туристичного бізнесу, ситуація змінилась у 2021 році. Через підвищенні темпи вакцинації в Північній Америці можна спостерігати зростання пасажироперевезень. У першій половині 2021 року обсяги авіаперевезень були нижчими, ніж у другій половині. Внутрішні пасажирські перевезення відновлюються набагато швидке, ніж міжнародні. Внутрішній трафік у світі продовжує зростати та на сьогодні досяг понад 3,1 млрд. пасажирів.

Отже, кризові ситуації, які відбуваються в світі, демонструють, що розвиток туризму потребує постійного розвитку та інноваційних перетворень. Україні потрібно розробити ефективну модель державного регулювання, яка своєю ефективністю буде здатна вивести міжнародний туризм до конкурентоспроможного рівня.

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

Туристичний бізнес можна назвати одним з найбільш прибуткових секторів в світовій економіці через галузей світового господарства. ВТО прогнозує, що до 2030 року світовий туристичний ринок продовжить модернізуватись та еволюціонувати, якщо країни будуть зберігати вже наявні темпи розвитку. Міжнародний туризм має розвиватись у постійній гармонії та співпраці з іншими секторами економіки.

Державне агенство розвитку туризму є центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику у туристичній сфері. Державне агенство розвитку туризму визначає три місії своєї діяльності:

1. Бути дієвим інститутом, що реалізує державну політику в сфері туризму і забезпечує сталий розвиток галузі шляхом об'єднання досвіду, знань і ресурсів усіх учасників туристичного ринку України та міжнародних партнерів.
2. Перетворення через 10 років України на привабливу туристичну дестинацію та центр для проведення міжнародних конференцій і культурних заходів.
3. Активізація подорожей туристів Україною.

Вітчизняний туризм дуже різноманітний та багатий, тому що Україна має вигідне географічне та кліматичне положення. Туристи мають змогу вибрати відпочинок на морі, в горах, в лісі і степній місцевості або культурними містами. В Україні залишилась велика кількість культурних пам'яток та замків, неймовірна природа. Туризм в Україні можна розділити на регіони: Південний, Північний, Східний та Західний.

Південна частина України має моря, з цього можна зробити висновок, що там дуже сильно розвинений пляжний туризм та інші види активного відпочинку на морському узбережжі (дайвінг). Західна частина відома активним видом відпочинку: гірськолижні курорти, прогулянки на квадроциклах, поїздки на конях та походи в гори. Північна та Східна частини України відома красивими містами, багата на історичними пам'ятками та своєю дивовижною природою. Рівень сервісу один з найкращих в світі. Українська сфера гостинності намагається зберегти ідентичність,

етнічність та традиції але поєднує все це з сучасним. Для України розвиток міжнародного туризму має дуже велике значення, тому що він впливає і на соціальне, і на економічне життя громадян шляхом:

- забезпечення конституційного права громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я;
- розвитку всі галузей, пов'язаних з виробництвом туристичних послуг;
- збільшення валютних надходжень від туризму;
- сприяння створенню робочих місць у кластерах народних художніх промислів, що зменшує безробіття за рахунок збільшення зайнятості населення в цій сфері тощо.

Туризм повинен розвиватись у постійній гармонії та співпраці з іншими секторами економіки. Міжнародний туризм як один з видів поліпшення життя громадян країни, розвитку економіки. У 2021 році велика кількість країн не змогли відкрити свої кордони через активну фазу пандемії коронавірусної хвороби, тому активізувався попит на місцевий туризм. Фахівці туристичної сфери не забували про розвиток міжнародного туризму і створювали нові тренди.

Міжнародний туризм є одним з найвпливовіших галузей на соціально-економічне життя українців, а до міжнародного туризму можна віднести такі види туризму: виїзний та в'їзний. Зарубіжний (виїзний) туризм – поїздки осіб-резидентів країни (регіону), які здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їх країни і за межами їх звичайного середовища (подорожі осіб, що постійно проживають в Україні, за межі митної території України) [68].

В'їзний туризм – поїздки в межах України осіб, які постійно не проживають на її території [58]. Міжнародний туризм – як один із видів поліпшення життя громадян країни та розвитку економіки. Через швидке розповсюдження ковіду міжнародний туризм зазнав деяких втрат. У 2020 році відбувались подорожі, але вони були скоріш виключенням із правил, тому що кордони багатьох країн були закриті. Ситуація почала змінюватись після 2021 року влітку, коли більша частина країна відкрила свої кордони з обмеженнями індивідуальної безпеки при COVID-19. До найбільш

популярних видів туризму в Україні, в період карантину, та найбільш інноваційних можна віднести:

1. Відвідування декількох культурних місць за один раз. Такі поїздки відбуваються приблизно за 4-6 днів. Туристи таким чином не затримуються на одному місці і можуть відвідати більше місць в країні;

2. Овертуризм. Через те, що туристичний ринок занадто перенасичений – можна прослідкувати тенденцію до туризму в непопулярних місцях, де туристи мають змогу відпочити від великого напливу на один туристичний об'єкт;

3. Повільний туризм. Тренд 2000-2010х років туризму був в тому, щоб за максимально малий час побачити майже всі туристичні об'єкти країни. Сьогодні турист хоче насолоджуватись спокоєм та тільки одним місцем в країні;

4. Місцевий досвід. Сучасні туристи все більше мають на меті не тільки культурні пам'ятки, а й повсякденне життя жителів країни, відчувати атмосферу міста;

5. Екотуризм. Цей вид туризму вже давно зароджувався. Туристи в цьому виді туризму мають за мету зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Багато туристів не користуються картерінг та проживають в готелях з натуральних або перероблених матеріалів. До трендових звичок відносимо харчування органічними овочами та продуктами.

Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) повідомляло, що Україну у 2021 році відвідало приблизно 4,2 млн. туристів. Якщо порівнювати з 2020 роком, то це приблизно на 26,3% більше. У 2020 році Україну відвідали 3 382 097 млн іноземних туристів, а у 2021 кількість туристів перевищила 4 271 991. Це на 26,3% більше, ніж у 2021 році. Відчувається різниця між роками, коли вакцини від коронавірусної хвороби не було, і роком, коли активно почала використовуватись вакцина і в більшості країн відкрились кордони, в тому числі і в Україні. Нижче можна побачити рисунок, на якому прослідковується з яких країн найбільше приїжджали до України.

Найбільший інтерес до України був у гостей з Молдови, Польщі, Румунії, Саудівської Аравії, Італія, Велика Британія, Грузія, Індія, Франція, Чехія,

Словаччина, Вірменія і Нідерланди. ДАРТ прогнозують, що туристів з цих країн буде ставати все більше і більше (рис. 2.9):

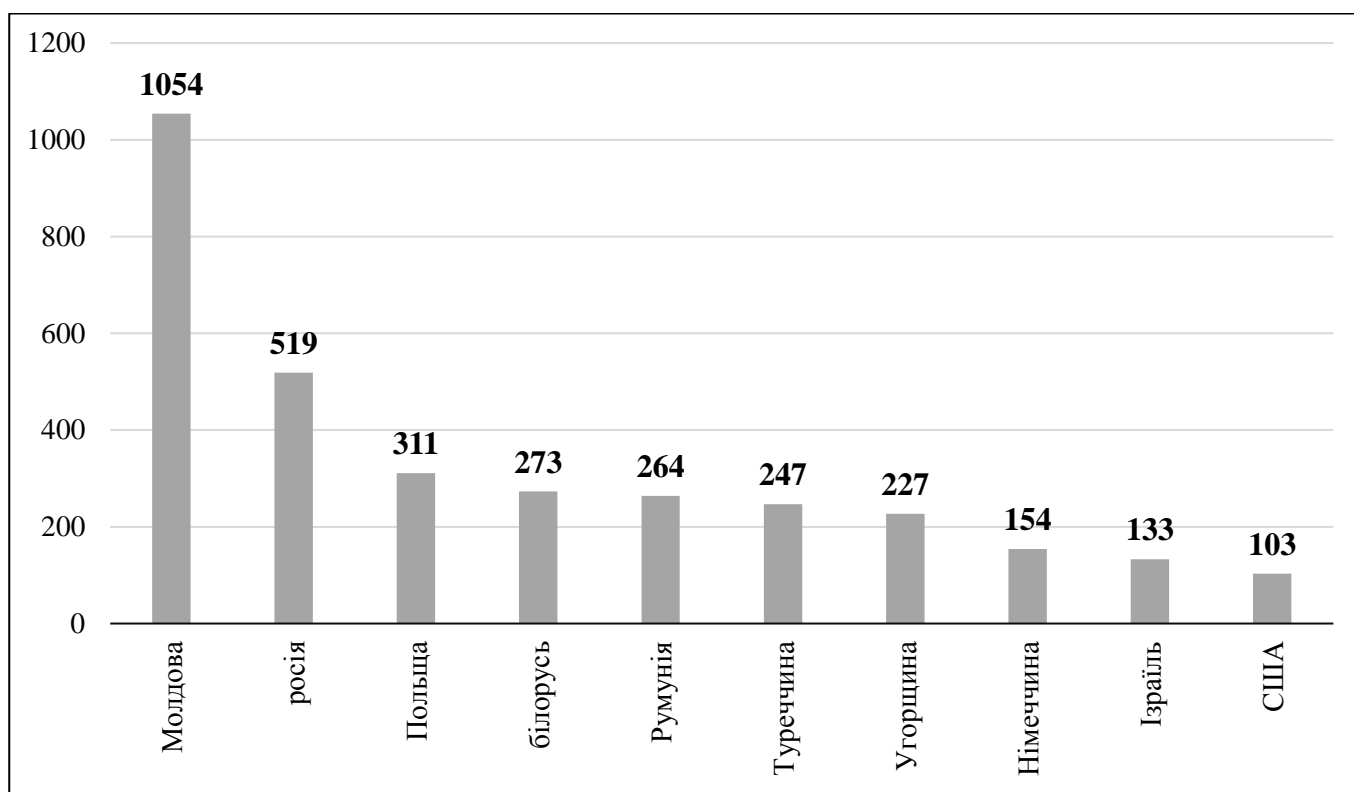


Рис. 2.9. Кількість туристів, які відвідали Україну у 2021 році, за країнами світу (тис. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Українці в цьому році найбільше літали до Туреччини, Польщі та Грузії, але ці напрямки були популярні і до коронавірусної інфекції. У 2021 році через те, що велика кількість країн не може відкрити свої кордон, місцевий туризм набирає все більших обертів, але незважаючи на розвиток туризму продовжують з'являтися все більше трендів на туристичному ринку, які все одно стосуються розвитку міжнародного туризму.

Задля адаптації до умов пандемії сфера туристичних послуг вже вдалась до певного ряду нововведень. Нижче наведені приклади інновацій у туристичній сфері за об'єктом застосування. Продуктові інновації – музеї, галереї та інформаційні центри в основному перейшли на віртуальні тури. Ресурсні інновації – деякі готелі та вілли пропонують туристам відпочинок-ізоляцію. Техніко-технологічні інновації –

кінотеатри і театри перейшли в он-лайн режим, продаж онлайн квитків на прем'єри, та показ їх он-лайн. Зустрічі та конференції проводять віртуальні заходи, а переважна більшість масштабніших конференцій наразі проводяться у форматі он-лайн із дуже низькою ціною за участь. Це стимулює розвиток нових платформ та додатків для он-лайн – заходів. Організаційні інновації – заклади харчування – під час дії карантинних заходів надавали лише послуги «їжа на виніс» або «доставка». Так розширилась мережа послуг з доставки. Вже не тільки їжу замовляють службам доставки, а і продукти, книги і т.д. Маркетингові інновації – музеї та галереї в свою чергу почали розвиватися у новому напрямі відеоблогінг в соціальних мережах та транслювати освітній контент [59].

Швидке поширення COVID-19 призвело до того, що велика галузь, яка допомагала туристам пересуватись майже повністю зупинилась, якщо брати за увагу приклад закордонних компаній, то можна побачити, що велика кількість урядів прийняла різні нормативно-правові акти, що допомагають галузі впоратись з наслідками пандемії та кризи. Ця криза завдала збитки всій авіабудівній сфері.

В Україні держава розробила програму, яка підтримує авіагалузь. Державною програмою скористались декілька перевізників до списку якого входять і Міжнародні Авіалінії України. За допомогою цієї програми авіаційна сфера могла відшкодувати 104 млн. дол. США, але за результатами розглядів українські авіакомпанії відшкодували лише 60,7 млн грн. У 2022 році такої програми в сфері авіації вже не було.

Обсяг усіх перевезень в аеропортах України у 2020 році склав 8,66 мільйонів пасажирів, що в 2,8 рази менше, ніж роком раніше. У зв'язку з карантинними обмеженнями та закритими кордонами, суттєво знизилися міжнародні перельоти. Торік ними скористалися лише 7,6 мільйонів осіб із них 39% подорожували чартерними літаками.

Обсяг перевезень регулярними рейсами у 2020 році скоротився у 3,5 рази. Водночас, чартерні перевезення – менш ніж удвічі [87] (див. Рис. 2.10).

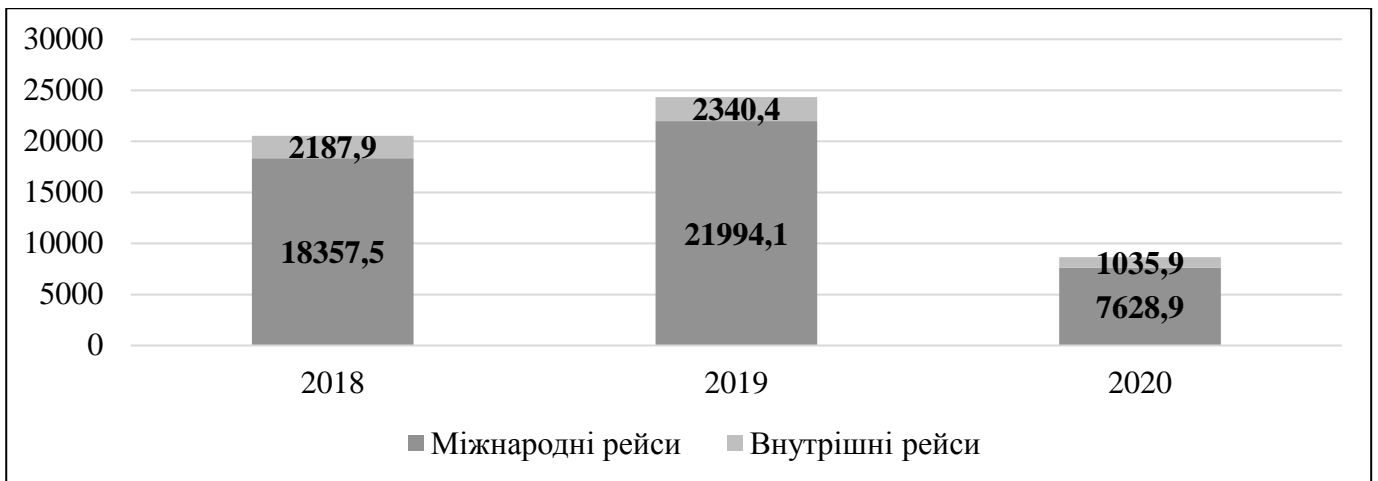


Рис. 2.10. Обсяг пасажирських обслуговувань аеропортами України у 2018-2020 рр., (тис. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Обсяг пасажирських перевезень не обмежується лише регулярними перевезеннями. Аналіз обсягів пасажирських перевезень вказує на значну різницю між регулярними та нерегулярними рейсами. До пандемії лідируючі позиції займали регулярні рейси, можна побачити навіть зростання кількості регулярних перевезень в аеропортах України у 2019 році, але коронавірусна хвороба зменшила потік туристів до України. Міжнародні чартерні рейси в 2020 році не скоротились, оскільки під час пандемії COVID-19 нерегулярні перевезення користувались більшою популярністю через більшу стабільність та відміну рейсів (рис. 2.11):

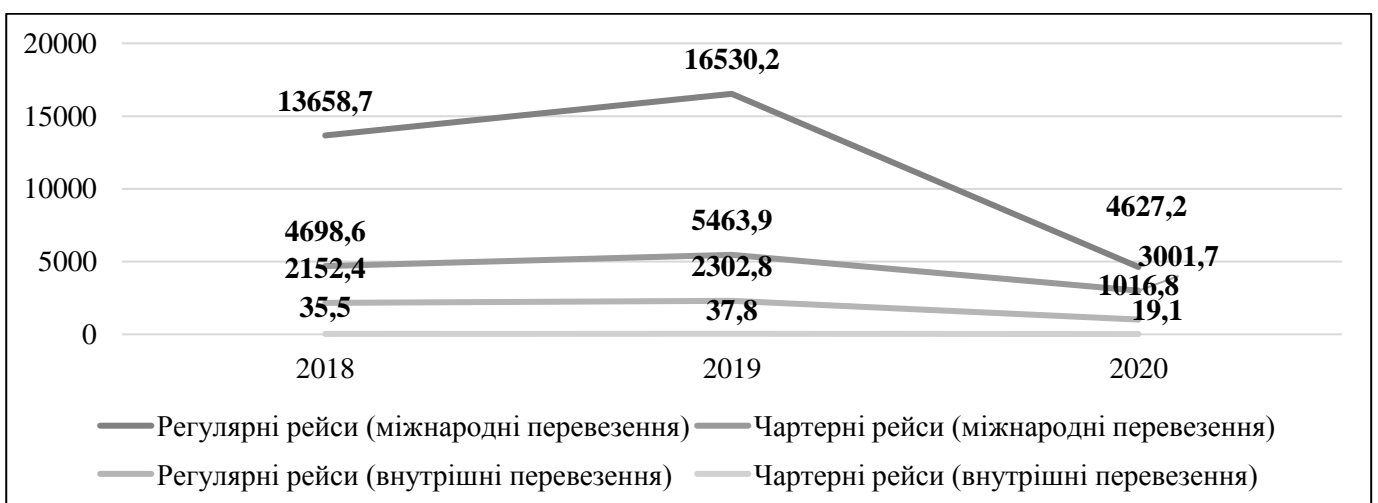


Рис. 2.11. Обсяг авіаційних пасажирських перевезень в Україні (тис. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

На рисунку можна побачити вплив COVID-19 на міжнародний пасажиропотік починаючи з 2015 року та закінчуючи 2020 і порівняти його з 2019 роком. У 2020 році бачимо тенденцію до скорочення місць, які пропонували авіакомпанії на 50%, скоротився загальний пасажиропотік на 60% (2703 млн. осіб) та втрату близько 372 млрд. дол. США від операційних доходів (рис. 2.12):

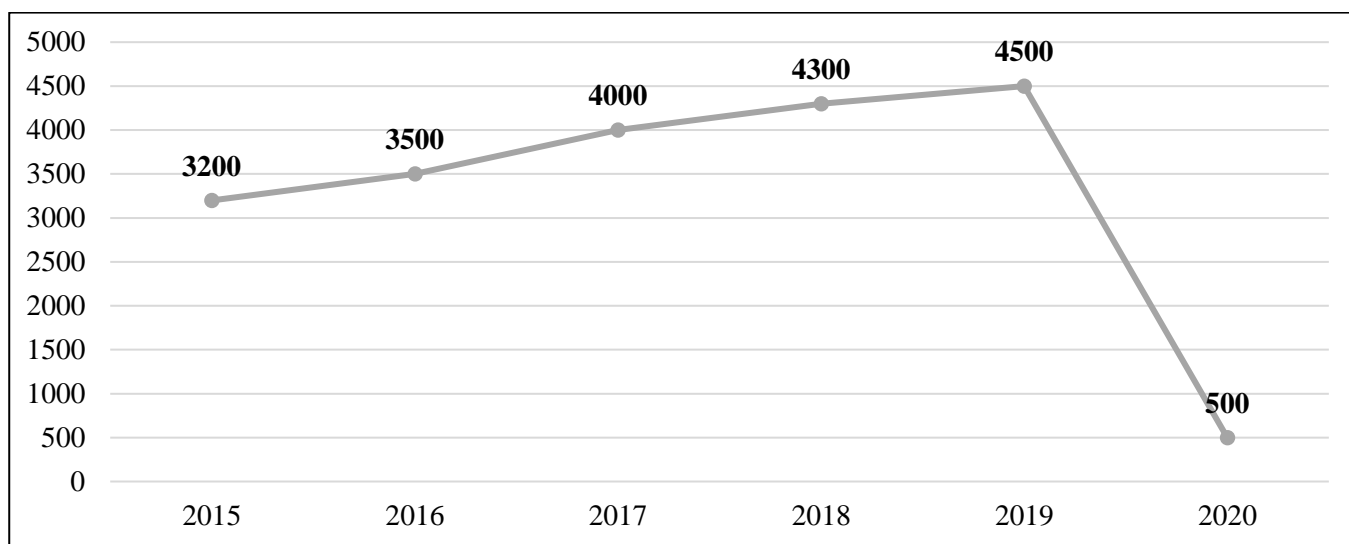


Рис. 2.12. Динаміка обсягів світового пасажиропотоку за період 2015-2020 рр., (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними ІСАО.

З результатів роботи авіакомпаній у 2020-2021 рр. під впливом COVID-19 на світовий пасажиропотік, можна зробити висновок, що у 2021 році загальне скорочення пасажиропотоку знизилось на 40%, на 10% менше, ніж у 2020 р.. Також, якщо порівнювати з 2020 роком, то пасажиропотік скоротився тільки на 49% (2201 млн осіб) та приблизно 324 млрд. доларів США компанії втратили від операційних доходів в аеропорті.

До пандемії у галузі туризму можна додати тренд у галузі авіаперевезень, а саме: створення свого національного авіаперевізника. Про це оголосив Президент України оголосив під час форуму «Велике Будівництво: авіація та туризм». Інвестицій у цей проект на 2021-2030 рр. становлять 34 млрд грн. Український авіаперевізник з'явиться за участю європейської компанії Airbus і під час форуму був підписаний Меморандум про наміри співробітництва.

Укрзалізниця теж зазнала втрат під час пандемії COVID-19. Якщо пасажиропотік у 2018 році складав 47286,7 тис. пасажирів, то у 2020 році він різко впав та складав всього 16692,5 тис. чоловік. Настільки великий потік під час карантину можна аргументувати тим, що перші два місяці в Україні ситуація була стабільною, а найбільший локдаун розпочався в березні 2020 р. У 2021 році перевезення між містами були можливі тільки за наявності тесту або ковід-сертифікату (жовтого або зеленого) (рис. 2.13):

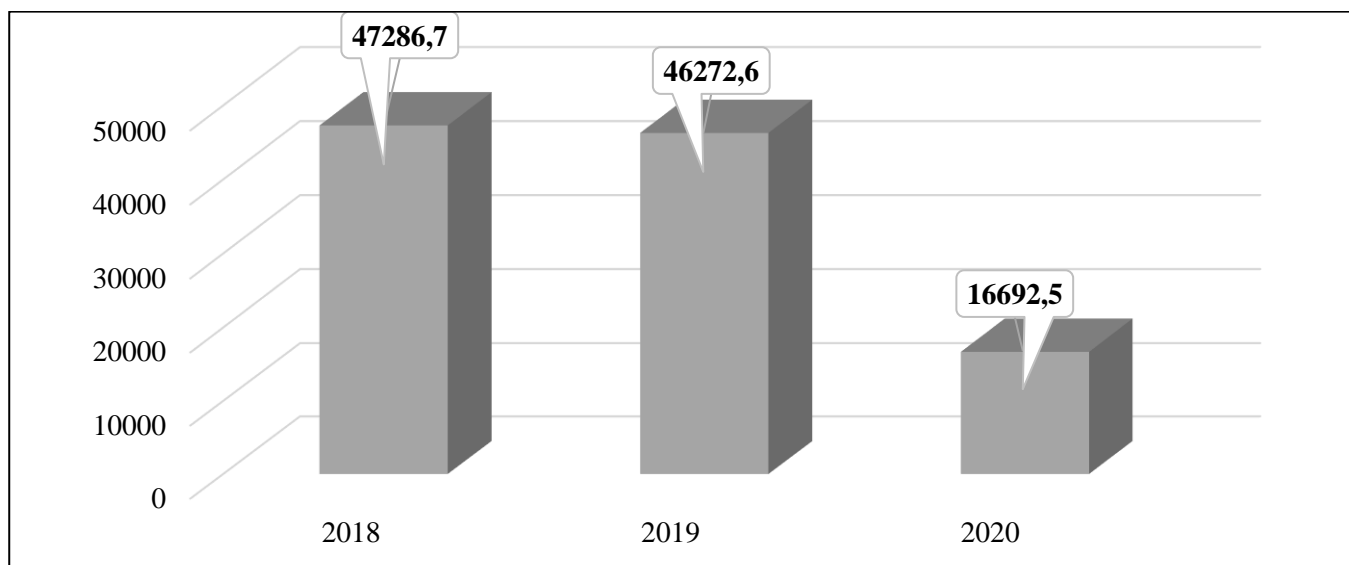


Рис. 2.13. Обсяг пасажирських залізничних перевезень за період 2018-2020 рр., (тис. осіб).

Примітка: Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Основні труднощі, які гальмують розвиток туризму, викликають нестабільні військово-політичні фактори, нестійка динаміка розвитку економіки України, технологічна відсталість галузі, погіршення екологічної ситуації, недоліки регіонального регулювання галузі туризму, значне податкове обтяження, яке не дає можливості привабити потенційних інвесторів, недостатня конкурентоспроможність рекламної кампанії за кордоном, слабка інфраструктура, знання та навички персоналу застарілі та не відповідають кваліфікаційним вимогам, ментальність народу України. Вирішенням цих проблем можуть посприяти створення електронних гідів-путівників для зручної подачі інформації про туристичну інфраструктуру, історичні, культурні,

та природні пам'ятки міст та культурно- соціальні заходи, створення мобільних додатків для навігації туристів, а також веб-сайту, для того, щоб туристи змогла запланувати свій маршрут, дізнатися історичні дані тощо [93].

Незважаючи на те що в'їзний туризм стримують багато факторів: політична й економічна нестабільність, унаслідок цього скорочення маршрутів, відсутність необхідної матеріальної бази, антиреклама України на Заході, негативна інформація про суспільний і політичний стан в Україні та багато інших, країна все ж має передумови і потенціал у розвитку міжнародного туризму. Багаті природні, історико-культурні, трудові ресурси здатні стимулювати інтерес у вітчизняних та іноземних туристів. Позитивні умови для успішного розвитку туристичної сфери, приведуть до таких позитивних зрушень, як:

- економічне зростання;
- забезпечення новими робочими місцями;
- територіальний та інфраструктурний розвиток;
- розвиток міжнародних зв'язків;
- розвиток готельного-ресторанного бізнесу;
- створення умов для ознайомлення з національно-культурною спадщиною

України;

- задоволення культурних потреб іноземних громадян та національних туристів;

- створення сприятливих умов для збільшення доходів сільського населення України завдяки розвитку сільського туризму тощо [47].

Моделі державної участі, які використовували під час пандемії, повинні використовувати для розвитку туристичної галузі в Україні, тому що Доцільно запроваджувати дієву міжвідомчу координацію діяльності та державно-приватне партнерство, розбудовувати та розвивати інфраструктуру, транспортну галузь, інтеграцію транспортної системи України до європейської та світової транспортних мереж, створювати та реалізовувати туристичні продукти та послуги, які мають попит на світовому ринку, застосовувати нові технології туроперейтингу. Аналіз та використання досвіду туристично розвинених країн, розробка інструментів та

механізму дій, допомога світової громадськості у відновленні туризму в поствоєнний період сприятимуть уникненню важких локдаунів та проявів криз у майбутньому в Україні.

Отже, вітчизняна сфера туризму зазнала значних втрат під час пандемії коронавірусної хвороби. Аеропорти не працювали, більшість готелів та велика кількість ресторанних підприємств були закриті. Україна знаходилась в тотальному локдауні приблизно з березня по липень 2020 р. Влітку ситуація почала змінюватись, оскільки державні регулятори дійшли висновку, що країна втрачає кошти і податки, тому більшість ресторанів почали працювати тільки на виніс, а ближче до осені 2020 р. ряд готелів та ресторанів почали відкриватись, але з певними обмеженнями. З появою вакцини та антиген-тесту всі повернулись до свого нормального життя, але рекомендації щодо безпечного знаходження в людних місцях все ще мають актуальність.

2.3 Оцінка стану міжнародного туризму в Україні в умовах війни

З лютого 2022 року велика кількість готелів зачинені або вони використовуються як засоби розміщення для тимчасово переміщених осіб з окупованих територій. Велика кількість туристичних пам'яток зруйновані, готелі та ресторани в багатьох містах України зруйновані або, можливо, будуть зруйновані у майбутньому, тому що воєнні дії все ще продовжуються. Велика кількість міст залишилась без туризму, тобто, можна сказати, що туризм повністю зруйновано, а галузь міжнародного туризму на даному етапі заморожена в Україні.

Починаючи з 2014 року потік міжнародних туристів дуже зменшився через загострення ситуації на Сході країни. Повномасштабна військова агресія російської федерації проти України почалась 24 лютого 2022 року. Армія російської федерації знищує інфраструктуру туристичних об'єктів та цивільного населення, знищує історичні та природничі пам'ятки і місця, наносить великих збитків екології України вже на мільярд доларів США. З'являється інформація щодо загострення інфекційних захворювань, що спровокували активні бойові дії, а в подальшому і окупація областей

України. Загострення безпекового питання через постійні обстріли українських міст та гуманітарні катастрофи через неможливість доїхати до міст, які знаходяться в сірій зоні, через постійну небезпеку. Знищення ліній електропередачі, перебиті труби водопостачання. Всі вище перелічені факти впливають на імідж приймаючої країни і підтверджує небезпеку для міжнародних туристів у країні, в якій відбуваються активні бойові дії. Кожний день Україна зазнає великих збитків для економіки країни.

Україна спочатку втратила близько 35% своїх територій, а під час повномасштабного вторгнення близько 300.000 кв. метрів. Навіть після деокупації областей міжнародні туристи деякий час не поїдуть до зруйнованих міст. Звичайно є певна кількість людей зацікавлених в військовому туризмі, які на свої очі хочуть побачити жахи, які російська армія робила з українцями.

Військовий туризм – це одна з небагатьох галузей, яка зараз підтримує економіку України. Надходження до бюджету дуже малі, тому що це звичайно не ті потоки, що були раніше в Україні. Для того, щоб відновити всю інфраструктуру України, потрібно інвестувати 1 млрд. дол. США. Але Україна матиме всі шанси на відновлення туристичної сфери, тому що Україна дуже багата на природні та культурні об'єкти.

Туристичний сезон в Україні зазвичай починався в травні та тривав до кінця осені, тому втрати в 18% на початку року ще не такі критичні як можуть бути. За даними від Economist Intelligence Unit, ця війна впливає не тільки на український ринок, а й на європейський. Збитки можуть бути завдані в 4-х напрямках:

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

Водночас, є туристи, які планують приїхати до України. Для них розробили спеціальні поради де краще жити те що робити в критичній ситуації, тому що стан України зараз досить нестабільний. До порад для іноземних туристів віднесли такі пункти:

- знайти найближче укриття та спускатись туди під час повітряної тривоги;

- завантажити додаток повітряна тривога;
- при собі постійно повинні мати всі документи;
- уникати місць скупчення людей;
- не брати підозрілих предметів;
- не фотографувати військових та блокпости;
- постійно заряджати мобільні телефони.

Більшість країн під час воєнних дій класифікує Україну як країну 4-го рівня і не радить подорожувати до неї. Якщо іноземний турист вирішив приїхати до України, то уряд США рекомендує перед поїздкою скласти заповіт, постійно підтримувати зв'язок зі своїми родичами та розповідати про своє місцезнаходження, мати план на випадок непередбачуваних ситуації та зареєструвати свою подорож у додатку Smart Travel Enrollment Program.

Частина території України або окупована, або перебуває в зоні активних бойових дій і жодна туристична діяльність там просто неможлива. Інша частина – західні та центральні області в основному функціонують, як прихисток для тих українців, які змушені були покинути свої домівки через агресію РФ. Також на цих територіях частково поновили свою роботу туроператори, які спеціалізуються на внутрішньому туризмі. Можна констатувати, що українці потроху почали дозволяти собі короткі подорожі країною з метою перезавантаження для того, щоб зберігати працездатність та психологічний спокій. І це дає поштовх цілому ланцюжку суміжних галузей – перевізникам, рестораторам, виробникам крафтової продукції [39].

Не дивлячись на те, що перші півроку в Україні були найскладнішими економічно, через неможливість нормально функціонувати та працювати, за шість місяців 2022 року сума туристичного збору склала 89 млн. 420 тис. грн., що більше, ніж у 2021 році (69 млн 453 тис. грн.).

До Топ-5 лідерів за сплатою туристичного збору увійшли місто Київ та 4 області. Столиця поповнила свій бюджет більше ніж на 20 млн. грн. Найбільше зростання в порівнянні з аналогічним періодом в 2021 році зафіксовано у Львівській області – 193%. До бюджетів громад цього регіону надійшло 19 млн. 774 тис. грн. У Івано-Франківській області сума турзбору зросла 76,4% і склала 9 млн. 47 тис. грн.

Закарпатська область заробила 8 млн. 872 тис. грн. туристичного збору, що на 144% більше, ніж за аналогічний період торік. Київська область за перші шість місяців поточного року сплатила до бюджету 4 млн. 694 тис. грн. Це на 23% менше, ніж за перше півріччя минулого року [39].

Голова ДАРТ (Державного агентства розвитку туризму) повідомляє, що на основі статистики можна прослідкувати тенденцію до скорочення надходжень туристичного збору до бюджету. Але перші півроку туристичний збір демонстрував незначний приріст (рис. 2.14):

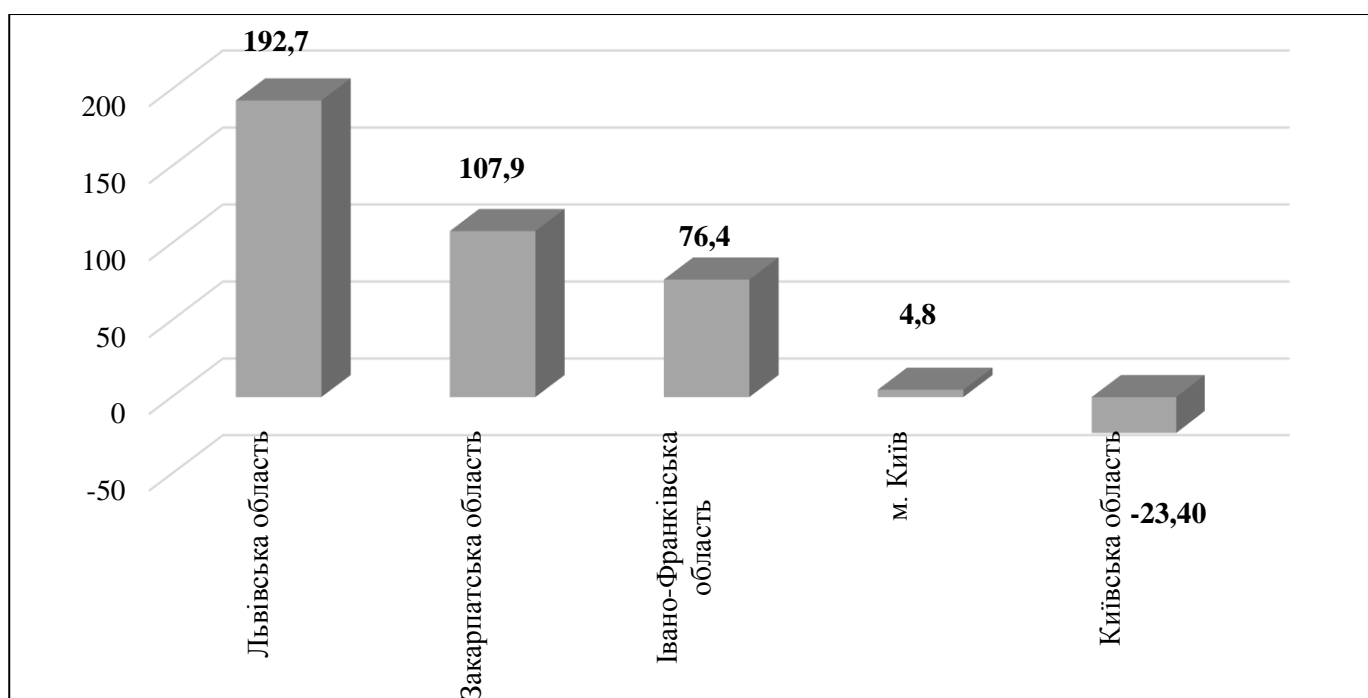


Рис. 2.14. Обсяги туристичного збору в Україні у першому півріччі 2022 р. за окремими регіонами, (млн. грн).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

На Рисунку 2.15 можна побачити, що туристичний збір в Україні у першому півріччі 2022 р. зріс на 28,8% порівняно з аналогічним періодом попереднього року. Це відбулось через те, що значна кількість українців переселялись з окупованих територій та міст, які постійно знаходяться під обстрілами. На даний момент відчувається спад надходжень туристичних податків, саме в західних областях України, оскільки велика кількість людей вже починає повертатись додому. Тому

фахівці ДАРТ очікують, що рівень надходжень туристичного збору знизиться до минулорічного (рис. 2.15):

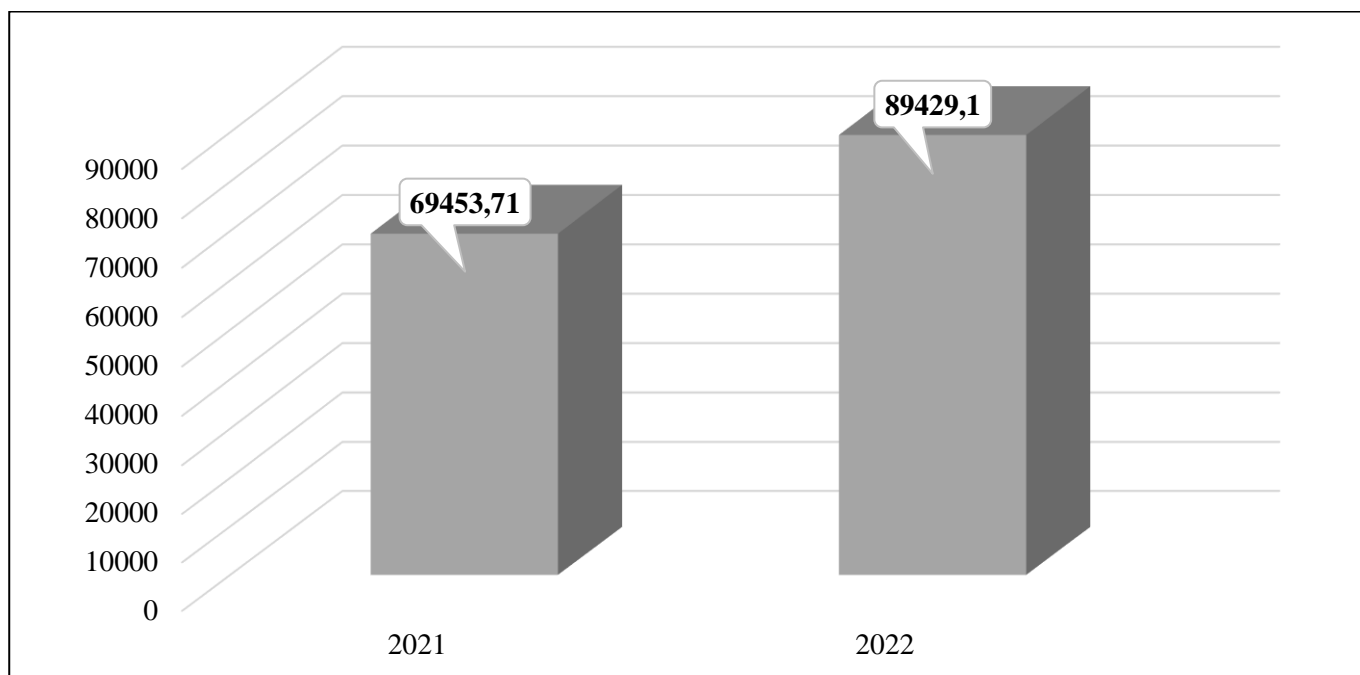


Рис. 2.15. Динаміка туристичного збору в Україні за перше півріччя 2021 та 2022 р., (млн. грн).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Найбільший приріст за перше півріччя 2022 року зафіксований у семи областях, шість з яких знаходяться на Заході України. Найбільший ріст в порівнянні з аналогічним періодом в 2021 році, крім вищезазначених Львівської, Івано-Франківської та Закарпатської областей, зафіксовано на Тернопільщині – 145%, Хмельниччині – 116%, Кіровоградщині – 105%, та у Чернівецькій області – 103% [39] (див. Рис. 2.16).

За перші шість місяців 2022 року представники туристичної галузі України сплатили на 25,7% менше податків, ніж за аналогічний період 2021 року. Так, загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, за перше півріччя війни в середньому скоротилася на 17%. При цьому зафіксовано, що кількість юридичних осіб зменшилася на 24,5%, а фізичних – на 13,5% [39].

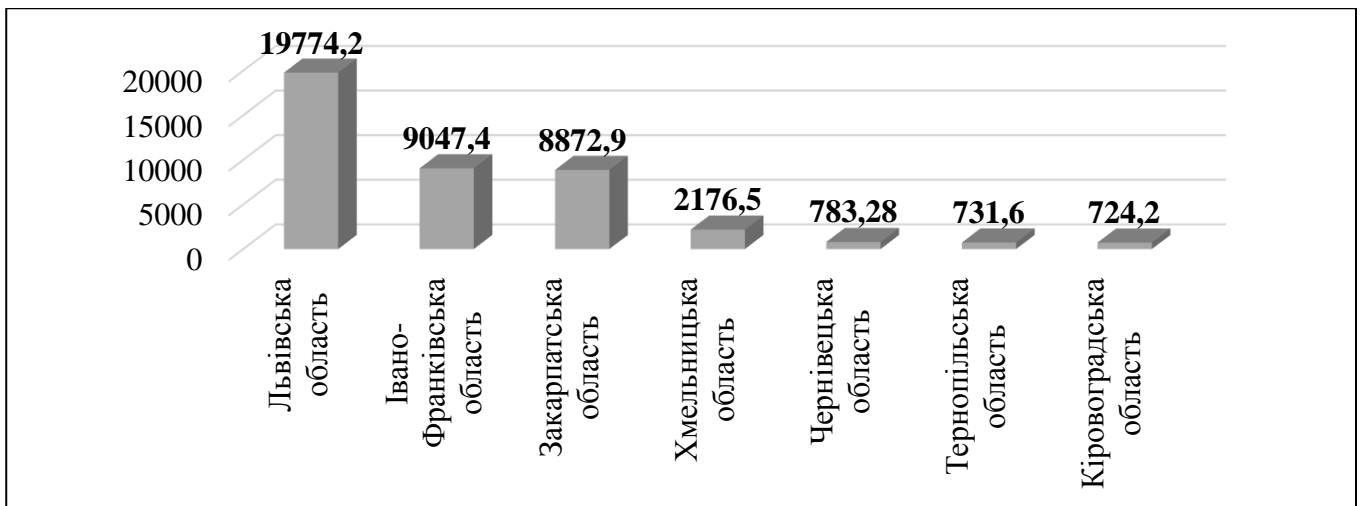


Рис. 2.16. Области України з найбільшим обсягом сплачених податків від туристичної діяльності за перше півріччя 2022 р., (тис. грн).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Також ДАРТ підрахував, скільки бюджет України отримав податків в першій половині від туристичної галузі. Приблизно 461 млн. грн. сплатили готелі та санаторії в 2022 році, але ця цифра все одно менша ніж та, що була у 2021 році на 30%. Зріс податок у місцях проживання, які використовували як тимчасовий прихисток для переселенців, а частка сплаченого податку дитячих таборів та базах відпочинку, кемпінгів зменшилась на 59%. Туристичні фірми теж принесли податок державі майже в 41% більше, ніж у 2021 році, але це аргументувати можна тим, що у турфірмах є можливість раннього бронювання, а до того перший місяць 2022 року в Україні був спокійний.

Війна вплинула не тільки на український ринок, а й на світовий. До найбільш постраждалих ринків туристичних послуг можна віднести Молдову, Словенію, Латвію, Фінляндію. У Молдові ринок авіап перевезень втратив до 69% з початку повномасштабного вторгнення, Словенія втратила трохи менше – 42%, Латвія та Фінляндія приблизно однаково – 38% та 36%. Така ситуація склалась на початку вторгнення в Україну, зараз ринок авіап перевезень повертається до більш-менш нормального функціонування. Найбільше бронюють на подорожі всередині Європи та рейси із США до європейського континенту. Військова агресія занадто сильно впливає на туристичний ринок і тим самим стримує його відновлення після пандемії

COVID-19. На рисунках 2.17 та 2.18 можна побачити рівень скорочення авіап перевезень в європейських країнах та бронювання квитків для внутрішніх подорожей по Європі у 2022 році. Країною з найбільшим скороченням кількості рейсів (майже на 100%) є Україна. 24 лютого вночі всі аеропорти відмінили рейси та зачинились на невизначений термін через військову агресію та закрите небо для цивільних літаків. Молдова та Словенія теж втратили велику кількість європейських рейсів через близькість до кордонів з Україною. Найменше втратила Угорщина, тому що через Угорщину зараз відбувається найбільший потік авіап перевезень (рис. 2.17):

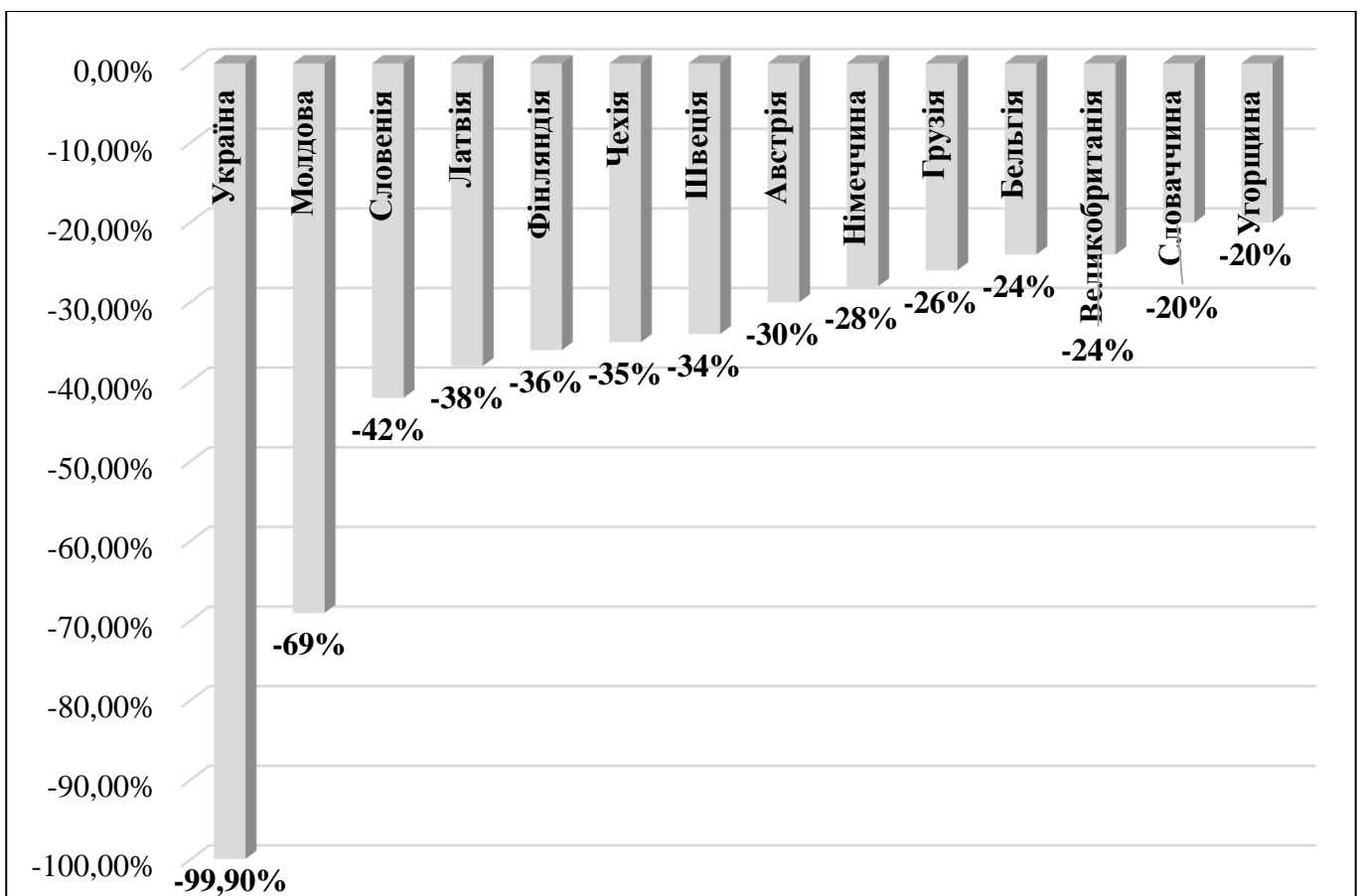


Рис. 2.17. Країни Європи з найвищим рівнем скорочення кількості авіарейсів за період 24.02 – 11.05.2022 р. порівняно з аналогічним періодом 2019 р., (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації.

На рисунку 2.18 можна спостерігати ситуацію починаючи з січня 2022 р. Вже не раз зазначалось, що велика кількість спеціалістів туристичної сфери казали, що 2022 рік буде часом, коли туризм почне повертатись до свого звичайного існування,

і 9-го січня 2022 року можна побачити великий приріст в бронюванні квитків на європейському ринку, і зберігався позитивний зріст до 20 лютого. Від’ємна тенденція до бронювання квитків прийшла саме на початок повномасштабного вторгнення, тобто починаючи з 24 по 10 березня 2022 р. Ситуація більш стабілізувалась починаючи з 13 березня, але все одно ринок авіаційних послуг сильно залежить від ситуації в Україні, тому що є випадки, коли ракети, наприклад, заходять в повітряний простір третьої країни, і тим самим підтверджують теорію багатьох туристів, що зараз не найкращий час для відвідування різних країн (рис. 2.18):

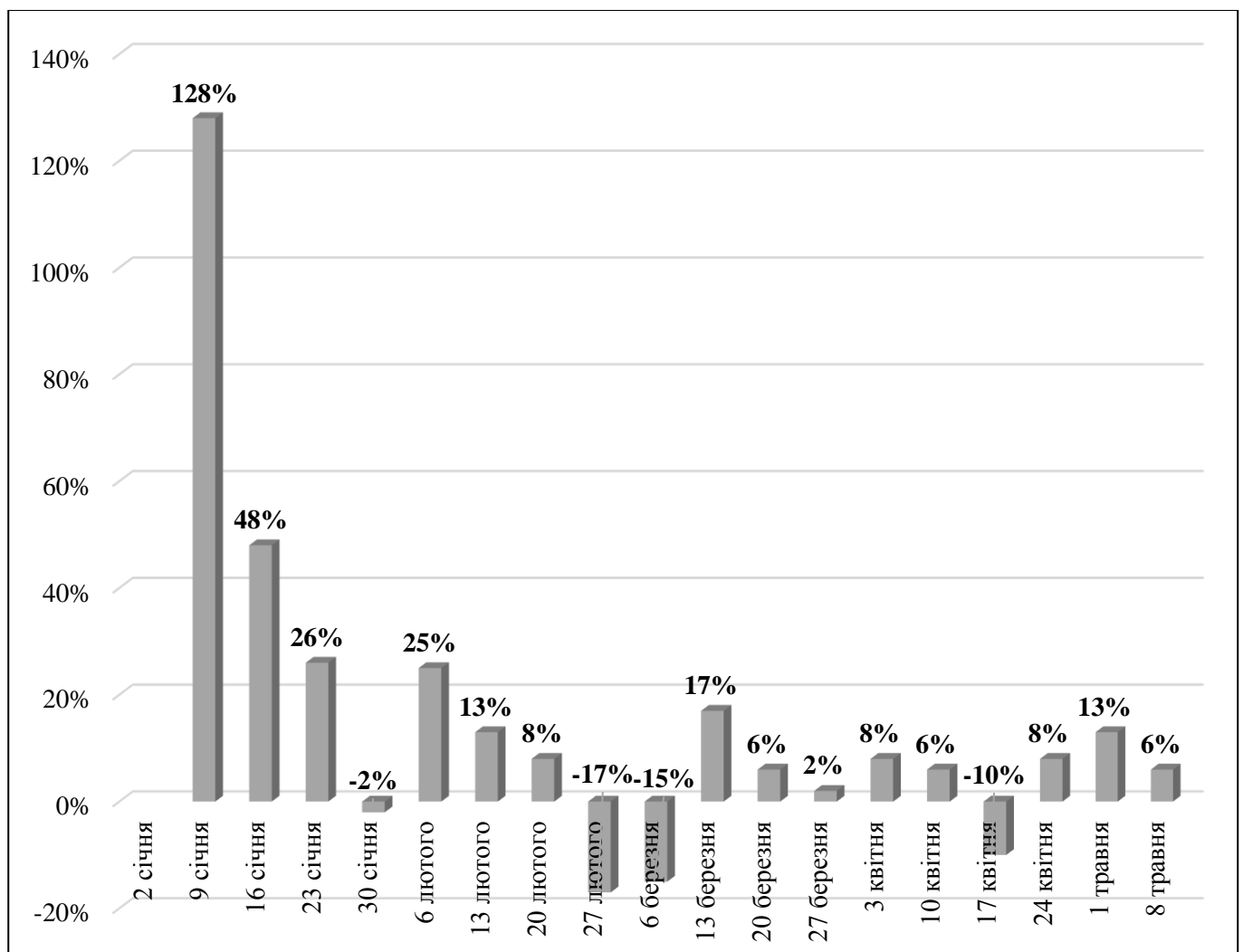


Рис. 2.18. Динаміка обсягів бронювання авіаквитків на внутрішні рейси в Європі з січня по травень 2022 р. порівняно з аналогічним періодом 2019 р., (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації.

Деякі спеціалісти зазначають, що сфера туризму до кінця року може втратити приблизно 14 млрд доларів США по всьому світу. Європейський туристичний ринок є досить схильним до ризиків, тому від військової агресії цей туристичний ринок може втратити довіру туристів з Сполучених Штатів Америки та Азійського регіону та в подальшому вплинути на подорожі до Європи, тому що, здавалось, що військова агресія в самому серці Європи неможлива.

Досить сильний вплив воєнних дій в Україні теж вплинув на Близький Схід та появу дефіциту продовольства та енергетики в країнах. Це країни, які являються найпопулярнішими туристичними напрямками в світі і входять в рейтинг найпривабливіших на світовій туристичній арені. Країни Близького Сходу постраждають, тому що основними туристичними потоками були туристи із України та росії. Країни вже відчули зменшення туристів в країнах, а в майбутньому наслідки можуть бути набагато більшими.

Звіт Colliers International за 2020 рік, до пандемії кількість українських поїздок до Єгипту зросла на 49% у 2019 році порівняно з попереднім роком, що зробило українців другим за величиною ринком відправлення для цієї північноафриканської країни після Німеччини. Після того, як Каїр відновив авіасполучення в липні 2021 року після послаблення обмежень, пов'язаних з COVID-19, українці були першими туристами, які повернулися, заявив заступник міністра туризму Гада Шалабі [117].

Туристичний ринок Туреччини може зменшитись та не отримати приблизно 34,5 млрд доларів, які країна мала отримати в 2022 році. Уряд Туреччини сподівався, що 2022 рік зможе відновити індустрію туризму. У багатьох готелях зменшилась кількість працівників, очікується, що країна втратить приблизно 60-65% обсягів. Туристичний ринок Об'єднаних Арабських Еміратів також досить сильно страждає від війни в Україні, але уряд країни більше сподівається на те, що через загострення ситуації в обох країнах – виросте попит на купівлю нерухомості, тому що в Туреччині та Арабських Еміратах є пільги на проживання і багаті туристи будуть виїжджати з країн саме сюди. Але готельна сфера не буде настільки швидко відновлюватись.

Український вихідний ринок становив приблизно 1,5% від всесвітніх витрати на міжнародну туристичну галузь. Туристичні прибуття до України становлять

приблизно 2%, а це, якщо розглядати туристичний ринок Європи, приблизно 0,5% надходжень до європейського туристичного ринку. На сьогоднішній момент це досить великий виклик для туристичної сфери, який стримує інвестиції та розвиток.

Українські туроператори розробляють туристичний маршрут «темного туризму». До співпраці запросили різних спеціалістів туристичної сфери: гідів, туристичні агенти, туристичні оператори та туристи. Все це зроблено для того, щоб іноземні туристи приїздили до України та дивились на руйнування, які спричинила російська армія в Україні. Бучу, Ірпінь, Бородянку, Гостомель, Чернігів та Харків вже відвідало велика кількість людей та світових лідерів, ці міста майже щодня відвідують велика кількість журналістів. Це все слугувало великим поштовхом для розробки таких турів. Головний директор Visit Ukraine зазначає, що подібні тури можуть показати всьому світу правду та ціну, яку сплачує Україна щодня. Також це інформування більшої кількості населення про те, що зараз відбувається в Україні.

Впровадження нових видів туризму буде проходити в декілька етапів. До першого відноситься об'єднання всіх розроблених турів на одному сайті та пошуку розробників для турів, що готові будуть працювати з компанією. Спеціалісти враховують всі етичні моменти, тому що найбільше від російських військ постраждало цивільне населення, тому ці тури не мають втручатись в особисте життя населення міст України, які постраждали.

Туристичні агенти не забувають просувати і тури по українським пам'яткам в Західній Україні та Києві. Влітку почалась активна фаза відновлення туризму по «безпечним» українським містам, а на туристичних сайтах України можна побачити вже наявні тури по історичним містам. Туристичні агенти України подбали про безпеку іноземців та надають рекомендації щодо безпечного перебування в країні, транспортування до безпечного місця та страховку, який покриває всі ризики, що зараз є в Україні.

Прогнозують, що економіка України від військових дій зменшиться на третину. Всі галузі української економіки відчують на собі вплив вторгнення росії. Спеціалісти сфери туризму сподіваються на більший розвиток внутрішнього туризму та на

подорожі всередині країни, але вони приймають до уваги, що зараз велика кількість української землі знаходиться в окупації, люди не мають світла, води.

Агентство NPR оприлюднило дані, за якими можна прослідкувати зріст у внутрішньому туризмі України – на 24% з 2019 по 2021 рік. У 2021 році до України завітали приблизно 4,2 млрд іноземних туристів, а це приблизно на 30% більше, ніж у 2020 році. Голова ДАРТ зазначала, що тенденція до зростання мала відбуватись і в 2022 році. Поїздки до України зменшились на 80-90%, рівень завантаженості в туристичних регіонах знизився на 50%. Туризм повністю зупинився в містах, які знаходяться ближче до фронту, а прибутки готелів впали на 70-80%, які набагато нижчі, якщо порівнювати з минулим роком. Голова ДАРТ планують створити туристичну кампанію «Надихнись Україною», яка буде мати на меті відродження внутрішнього туризму.

Згідно зі звітом Economist Intelligence Unit, конфлікт в Україні може вплинути на туризм у всій Європі. Російські та українські туристи витрачають разом 45 мільярдів доларів на рік, але очікується, що ця кількість зменшиться. Окрім втрати туристів у звіті йдеться, що конфлікт також призведе до підвищення цін на їжу та пальне, вплине на впевненість мандрівників і наявні доходи, а також обмежить авіалінії та повітряний простір.

Разом з тим зафіксовано спад на 21% від діяльності туристичних операторів, які сплатили до держбюджету за перше півріччя 2022 року лише 83 млн грн податків, тоді, як за аналогічний період у 2021 році ними у казну держави було сплачено 106 млн грн. Найбільший розмір сплаченого податку за перше півріччя 2022 року продемонстрували місто Київ та Львівська, Івано-Франківська, Київська й Одеська області. Ріст продемонстрували Івано-Франківська (63%), Львівська (51%) та Київська (16%) області. А от, якщо порівнювати суми з аналогічним періодом 2021 року, то у Києві та Одеській області все ж відбувся спад. На Одещині на 82,3%, а у м. Київ на 34% [39]. Українські підприємці мають вже зараз думати про безпеку у місцях скупчення іноземних туристів: створення бомбосховища та системи оповіщення при повітряній тривозі. На сьогоднішній момент середнє навантаження готельних підприємств – 10-15%.

Ще одна сфера туризму, яка найбільше постраждала від повномасштабного вторгнення – діловий туризм. На даному етапі досить небезпечно проводити зустрічі, а онлайн конференції іноді також неможливі через зтяжні повітряні тривоги в Україні. Українські підприємці шукають більшої стабільності, тому офіси великих підприємств переїжджають за кордон. Зараз ця цифра складає приблизно 10%, але з кожним днем вона буде ставати ще більшою, якщо війна буде продовжуватись. І для України це занадто велика втрата бізнес-спільноти, яка є досить активною. Прогнозують, що відновлення ділового туризму буде відбуватись з подій, які будуть направлені на відновлення України після війни. І ці події стануть тим, що перезапустить сферу ділового туризму в Україні, а далі ініціативні люди почнуть знов залучати інвестиції до України, а кількість інвестицій буде в рази більшою.

Отже, на сьогодні досить складно формулювати певні висновки щодо розвитку туризму через нестабільну ситуацію в Україні, викликану війною. З цієї ж причини складно робити якісь прогнози щодо впливу воєнних дій на міжнародний туризм в Україні. Але можна впевненістю сказати, що сфера туризму буде однією з сфер, яка допоможе пережити кризу після війни, якщо український уряд буде використовувати правильну маркетингову стратегію у цій галузі.

Висновки до розділу 2

Отже, останні декілька років для сфери міжнародного туризму є досить складними. Спочатку пандемія COVID-19, а потім повномасштабне вторгнення росії в Україну. Звісно, що ринок туристичних послуг повинен пристосовуватись до нових реалій сучасного світу, тому спеціалісти розробляли різні офлайн тури по містам, по туристичним пам'яткам та музеям, які відомі на весь світ. Інновації в сфері міжнародного туризму займали та займають провідні місця, тому ще потенціал до позитивних зрушень.

Вітчизняна сфера туризму зазнала значних втрат під час пандемії коронавірусної хвороби. Аеропорти не працювали, більшість готелів та велика кількість ресторанних підприємств були закриті. Україна знаходилась в тотальному

локдауні приблизно с березня по липень 2020 р. Влітку ситуація почала змінюватись, оскільки державні регулятори дійшли висновку, що країна втрачає кошти і податки, тому більшість ресторанів почали працювати тільки на виніс, а ближче до осені 2020 року ряд готелів та ресторанів почали відкриватись, але з певними обмеженнями. З появою вакцини та антиген-тесту всі повернулись до свого нормального життя, але рекомендації щодо безпечного знаходження в людних місцях все ще мають актуальність.

Кризові ситуації, які відбуваються в світі, демонструють, що розвиток туризму потребує постійного розвитку та інноваційних перетворень. Україні потрібно розробити ефективну модель державного регулювання, яка виходячи з рівня своєї ефективності буде здатна вивести міжнародний туризм до конкурентоспроможного рівня.

Українська сфера туризму не стоїть на місці та теж впроваджує нові тенденції, що з'являються на ринку. Для більш ефективного функціонування інноваційної політики потрібно правильно оцінити і виділити аспекти:

1. Вплив на інновації на різних підприємствах надання туристичних послуг: готельне підприємство, ресторанне підприємство та рекреація;
2. Прийти до єдиного висновку між органами управління туристичних підприємств;
3. Розробка та пошук інновацій та постійне впровадження їх в туристичний ринок України.

На сьогодні досить складно формулювати певні висновки щодо розвитку туризму через нестабільну ситуацію в Україні, викликану війною. З цієї ж причини складно робити якісь прогнози щодо впливу воєнних дій на міжнародний туризм в Україні. Але можна впевненістю сказати, що сфера туризму буде однією з сфер, яка допоможе пережити кризу після війни, якщо український уряд буде використовувати правильну маркетингову стратегію у цій галузі.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

3.1. Конкурентні переваги України на світовому ринку туристичних послуг та їх використання у межах антикризової політики держави

В Україні існує значний потенціал для розвитку міжнародного туризму, навіть в умовах коронавірусної кризи та повномасштабного вторгнення, яке має вагомий вплив на економіку всього світу. Український уряд повинен правильно реалізувати весь потенціал, який має країна. Звичайно потрібно розуміти, що український туризм мав проблеми ще до коронавірусної хвороби, які ускладнились через активний розвиток та війни, але підтримка на певному рівні допоможе підтримувати економіку країни.

2020 р. туристична сфера була повністю заморожена та потроху почала відходити тільки в момент, коли почали з'являтися вакцина від COVID-19. Для функціонування туристичної сфери потрібно розвивати внутрішній туризм. На рисунку 3.1 можна побачити залученість українців до внутрішнього туризму в Україні. Дане опитування проводило Державне агентство розвитку туризму у листопаді / грудні 2021 року.

Метою дослідження було визначення найбільш перспективних та цікавих туристичних об'єктів для українців, характеристика внутрішніх подорожей, вивчення наскільки часто громадяни подорожують територією держави, за допомогою якого транспорту, визначення туристичних потоків та мети подорожей до регіону, тривалості подорожей тощо. Майже 38% українців постійно подорожують Україною у віці від 15-70 років, а найчастіше такі подорожі відбуваються один раз на рік – 18% (див. Рис. 3.1).

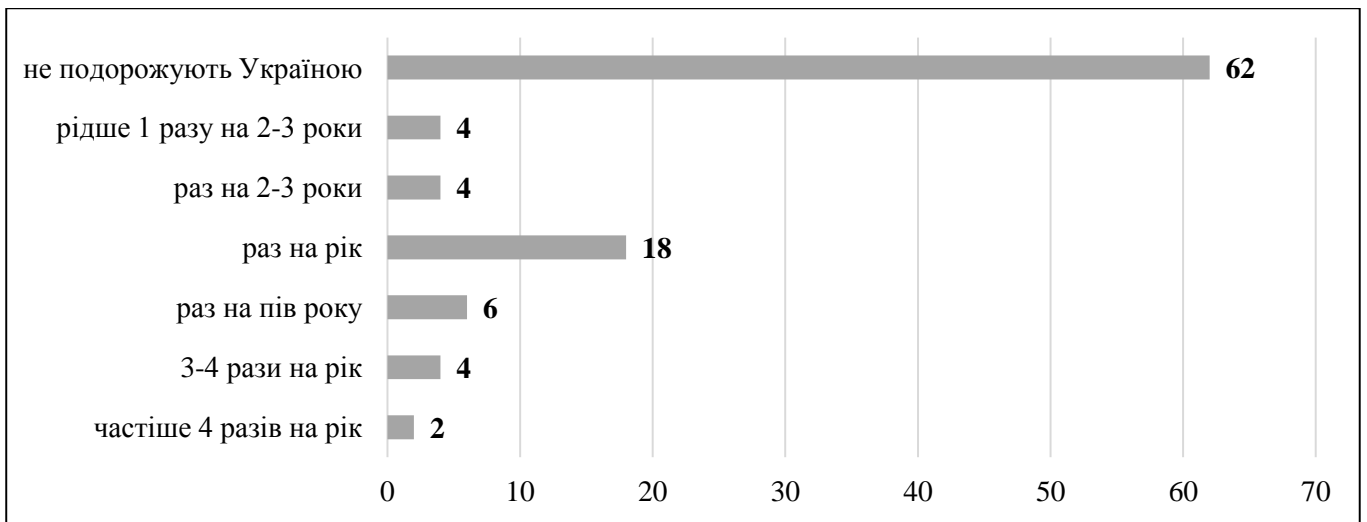


Рис. 3.1. Залученість українців до внутрішнього туризму, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

На рисунку 3.2 можна побачити, що рівень внутрішнього туризму зростає. 38% українців у віці від 15 до 70 років подорожують Україною і прецедентом всього стала коронавірусна хвороба та повномасштабна війна. Жінки та чоловіки однаково подорожують Україною і на рисунку видно, що розбіжності мінімальні. На активність та цікавість в туристичній сфері впливає декілька факторів:

1. Частіше подорожі їздять жителі великих міст
2. Найактивнішою ланкою в Україні є люди віком від 15 до 44 років (рис. 3.2):

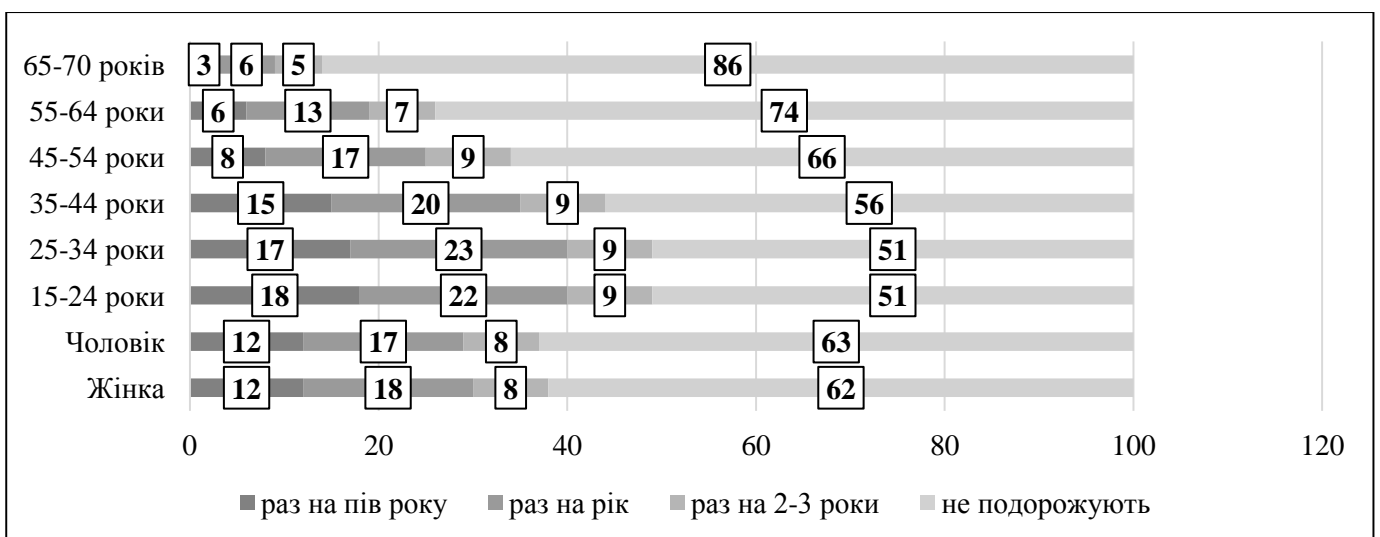


Рис. 3.2. Залученість громадян України до внутрішнього туризму залежно від статі та віку, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Президент асоціації ділового туризму в Україні зазначив, що у 2020 р. криза через COVID-19 швидко не пройде, тому потрібно шукати нові формати для роботи під час криз. Український уряд розробив законопроект для коронавірусної кризи, який послабляє податкові збори для сфери туризму. Для повернення хоч трохи до минулих результатів туристичної сфери потрібно зробити перші кроки. Розробити комплексний план, який буде передбачати фінансову підтримку не тільки під час коронавірусної хвороби, а й повномасштабної війни. Сучасний світ зустрічається з настільки жорстокою військовою агресією вперше за часів Другої світової війни, тому немає навіть прикладу для України країни, яка б виходила з настільки сильної військової агресії та кризи. Можливо український уряд має взяти приклад з Грузії в якій туризм все одно розвивався навіть під час війни, та Ізраїлю. До найбільш важливих факторів стимулювання туристичної сфери вживають такі заходи:

- уряд має допомагати підтримувати фінансово галузі туризму та пом'якшувати умови для кредитування бізнесу;
- зменшення податків для туристичної сфери і скасування податкових зборів з туристів, які зараз подорожують;
- зменшення податків або введення пільг для бізнесу, який постраждав найбільше від кризи;
- зробити максимально легкі умови для отримання візи та зменшення вартості на отримання візи;
- створення технології, які будуть допомагати зменшувати час знаходження в аеропорті та швидкого проходження паспортного контролю;
- взаємозв'язок з клієнтами.

На сьогоднішній момент використовують тільки два підходи для подолання кризи:

- 1) спрямований на забезпечення доступних кредитних ліній для представників туристичного бізнесу;
- 2) передбачає відстрочку сплати ними боргових і податкових зобов'язань.

Незважаючи на те що всі країни використовують обидва підходи, держави з більш розвиненою економікою і високим кредитним рейтингом переважно

орієнтуються на кредитну підтримку суб'єктів господарювання, розраховуючи на відновлення конкурентоспроможності національної економіки в максимально стислі терміни, інші країни – на відстрочку погашення податкових і боргових зобов'язань, що в перспективі може привести до негативних макроекономічних наслідків [63].

Економічна сфери України потребує перебудови для більш успішного розвитку туристичної галузі та стабільності, більш ефективного розвитку міжнародного туризму. Національний ринок туризму має сформувати сприятливий клімат для міжнародного інвестора. Нажаль, український ринок туризму страждає через велику кількість тіньової економіки (рис. 3.3):

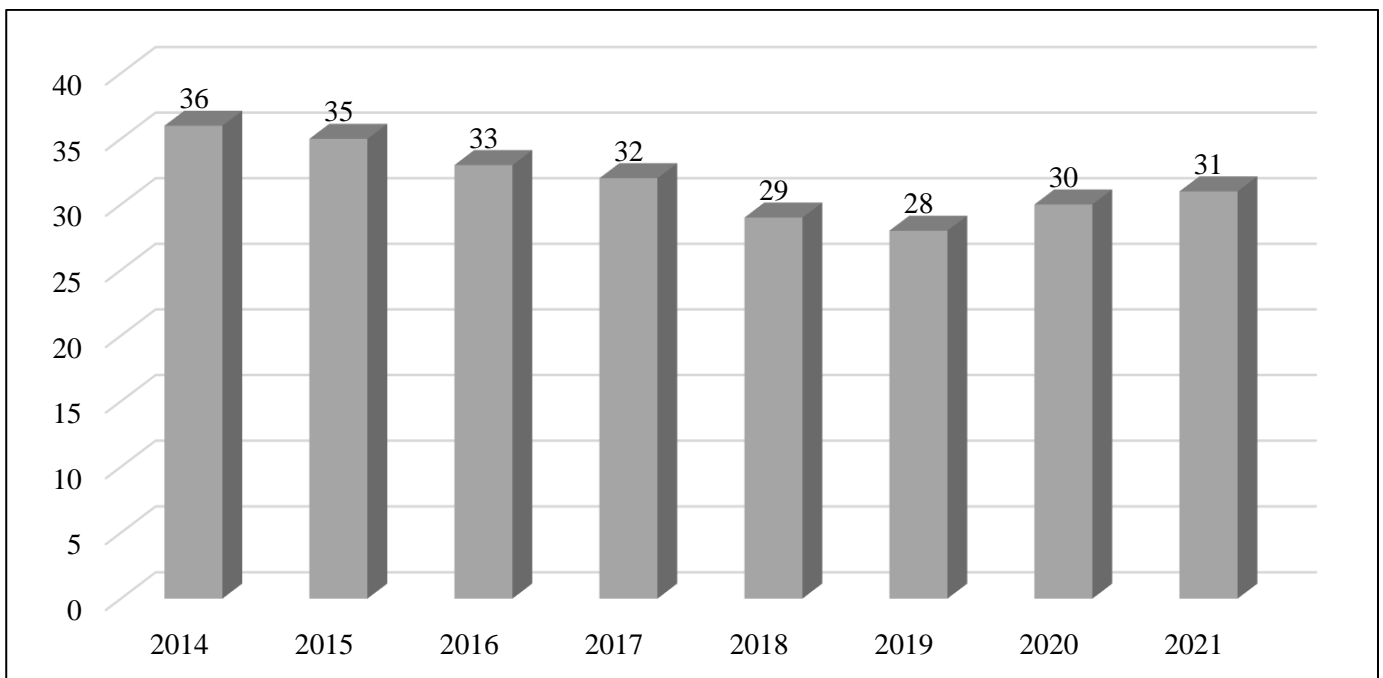


Рис. 3.3. Рівень тіньової економіки в Україні, (% до ВВП).

Примітка. Побудовано автором за даними Міністерства економіки України.

На рисунку 3.3 та 3.4 можна побачити зменшення рівня тіньової економіки в 2019 році, тому що в цей момент відбувались адаптація до пандемії COVID-19, а ось у 2020 знов почалось зростання. Ділова активність в період послаблення карантинних обмежень не така активна, тому можна побачити покращення у звітному періоді фінансових підприємств. Але є гіпотеза, що таким чином суб'єкти господарювання змогли створити схеми для подальшого розвитку тіньової економіки у 2019 р.

Київський міжнародний інститут соціології провів дослідження, щодо тіньової економіки в Україні, який фінансувався Європейською комісією. Проаналізувавши дані можна зробити такі висновки, що у 2021 р. рівень тіньової економіки виріс з 30% до 31% (рис. 3.4):

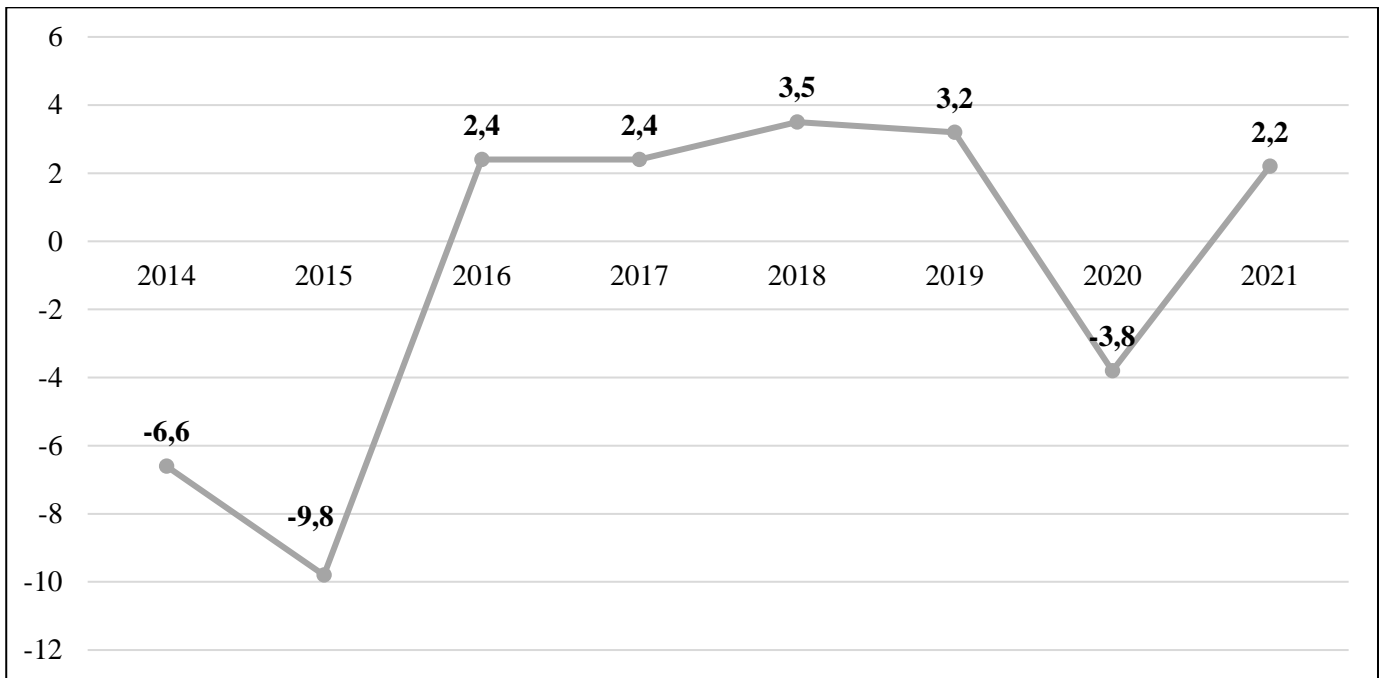


Рис. 3.4. Динаміка обсягів реального ВВП України за період 2014-2021 рр., (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Міністерства економіки України.

До основних галузей, в яких найбільше можна побачити використання тіньової економіки це: транспортна галузь у 2021 році – 44%; переробна промисловість у 2021 році – 26%; добувна промисловість у 2021 році – 31; сфера торгівлі у 2021 році – 19%; відсоток у сфері будівництва не змінився – 28%; фінансова сфера – 30%.

Міжнародна туристична сфера в Україні є важливою галуззю для активізації економіки після всіх криз 2010 років. Сфера туризму притаманні інвестиції в великих обсягах. У 2017 р. уряд України ухвалив стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 р., який прописали та виділили найголовніші цілі розвитку українського міжнародного туризму, до них віднесли:

- створення туристичного продукту, який зможе конкурувати на ринку послуг. Маркетингова діяльність зараз виступає однією з головних сфер, яка

допоможе Україні відновити туристичні потоки після пандемії коронавірусної хвороби та повномасштабного вторгнення. Маркетингова стратегія в сьогоденнішніх реаліях має відповідати всім вимогам іноземних туристів, а особливу роль потрібно приділяти безпеці знаходження іноземних туристів в Україні;

- ефективне використання всього наявного туристичного потенціалу. Сюди ж можна віднести вже існуючу інфраструктуру, яку потрібно вдосконалити для більш стабільного бренду України;

- удосконалення якості обслуговування та інфраструктури туристичної сфери. Тобто в містах України потрібно ще більше створювати туристичні інформаційні центри, які будуть знаходитись або біля залізничних вокзалів, або біля всіх туристичних об'єктів. Сюди можна віднести ще популяризацію продукції регіону, в який приїзять іноземні туристи через ярмарку;

- становлення «ціна-якість». Потрібно оновити всі стандарти надання послуг в ресторан них та готельних закладах. Україна має розробити свої стандарти якості, які будуть при ближчими до міжнародних та забути про стандарти якості СРСР;

- проводити постійно систему навчання фахівців туристичної сфери. Фахівці мають постійно підвищувати свою кваліфікацію та слідкувати за всіма інноваціями, які з'являються на туристичному ринку.

Сучасний туризм часто називають феноменом 20-го століття, через його швидкий розвиток та швидкий розвиток суміжних сфер. Висвітлення конкурентних переваг міжнародного туризму в Україні є важливим аспектом формуванні сильної туристичної країни.

Так Ю.О. Коваленко відзначає, що для оптимального функціонування туристичної сфери треба зробити обґрунтований вибір перспективних напрямів розвитку туристичного бізнесу, в основу якого має бути покладена їх рентабельність, соціальна та культурна значимість і виділяє такі пріоритетні напрями розвитку ринку міжнародних туристичних послуг нашої країни: діловий, рекреаційний, активний, сільський зелений та екологічний. В.О. Цибульський, у свою чергу, розглядає проблеми формування конкурентоспроможного ринку туристичних послуг і

визначення параметрів конкурентоспроможності туристичної індустрії в умовах ринкової економіки в Україні. І.О. Сидоренко приділяє увагу організаційно-економічному механізму управління якістю туристичних послуг за умов сучасного світового розвитку та інтеграції України в міжнародне співтовариство, який повинен бути спрямований на забезпечення його використання згідно з потребами конкурентоспроможності на вітчизняному та світовому ринках туристичних послуг.

М.П. Войнаренко ж розглядає розроблення стратегій підвищення конкурентоспроможності саме України на основі кластерів у галузі туризму [91].

Українська сфера туризму є галуззю, що розвивається, тому брати приклад з розвитку зарубіжних країн є досить правильним рішенням. До сильних сторін в розвитку міжнародного туризму в Україні можна віднести ці наступні:

- 1) іноземні туристи в Україні можуть витратити меншу кількість грошей на товар, який до вподоби ніж у своїй країні;
- 2) доволі низька вартість готельних номерів в Україні;
- 3) Україна має велику кількість стадіонів, в яких може міститись більше 20 тисяч чоловік;
- 4) велика кількість об'єктів культурної та природної спадщини, унікальна архітектура українських міст;
- 5) багато банкоматів, якими можуть користуватись іноземці;
- 6) в Україні досить легко відкрити свій бізнес, ринок туристичних послуг досить молодий, тому іноземні інвестиції завжди потрібні і досить добре окупуються;
- 7) розвинена інфраструктура.

Розвиток міжнародного туризму є повністю результатом ефективного розвитку державної програми. Конкурентоспроможність міжнародного туризму розраховується на підставі певних критеріїв. Загалом, для визначення конкурентоспроможності міжнародного туризму використовують 14 показників, які поділені між собою по групам. Вони характеризують сприятливі галузі для розвитку міжнародного туризму та стосуються сфер, які суміжні з туризмом (див. Табл. 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 ринко праці	Цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії	Туристична інфраструктура	-
Інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій	Екологічна стійкість	-	-

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

На рисунку 3.5 можна побачити витрати іноземних туристів, які прибувають до України. Середня сума, яку витрачали іноземні туристи в Україні, становить 929 доларів США. Велика кількість туристів також зазначають, що майже не витратили кошти, які брали з собою, а інша частина повідомляє, що витратили не більше 400 доларів, тому можна зробити висновок, що туризм в Україні набагато дешевший, ніж в інших європейських країнах (див. Рис. 3.5).

До найбільш цікавих видів туризму після війни можна віднести воєнний туризм та відвідування місць, які найбільше постраждали від повномасштабного вторгнення, хоча велика кількість українців виступають проти розвитку подібного виду туризму. Якщо воєнний туризму існує ще з 2014 р. в Україні, то відвідування локації, які були під окупацією російської федерації – це доволі нове явище.

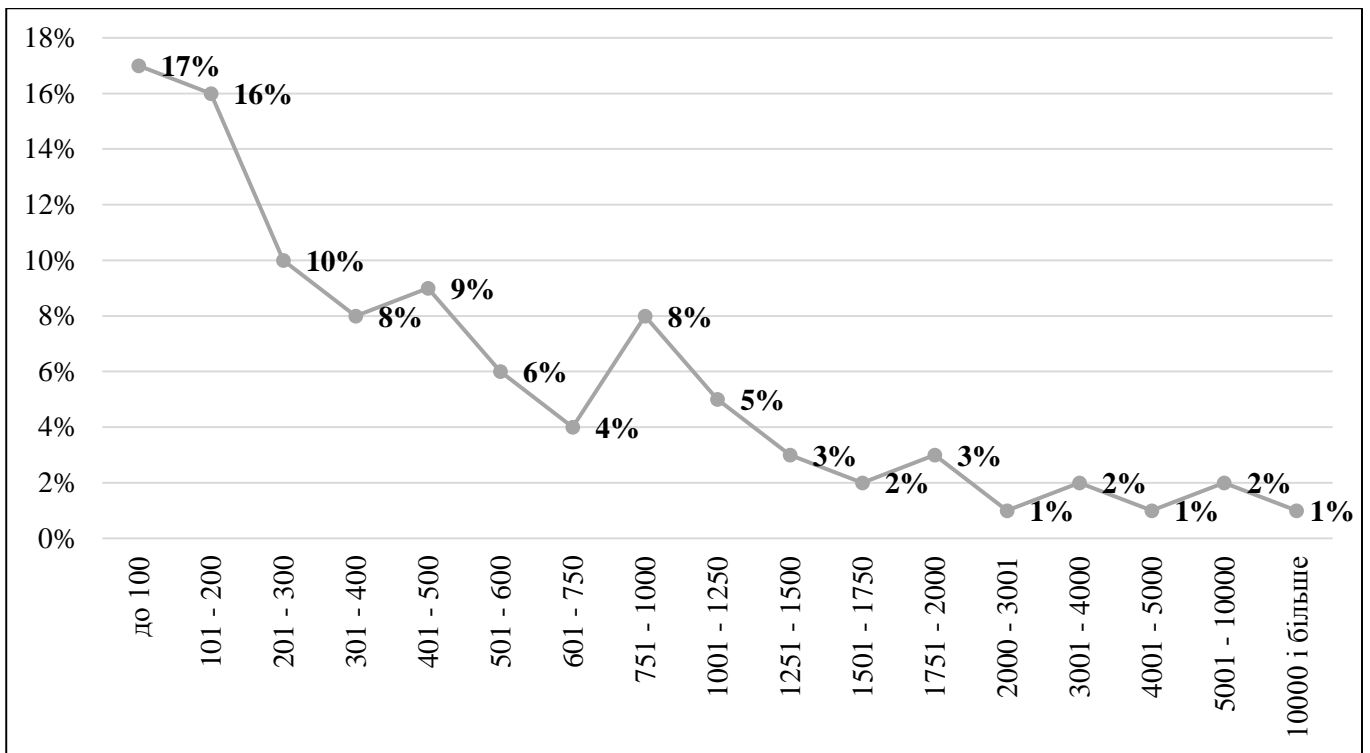


Рис. 3.5. Розподіл іноземних туристів за масштабами витрат на подорожі до України у 2021 р., (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Державне агентство розвитку туризму в Україні пропонує громадськості взяти участь в розробці стратегії, які пов'язані з місцями збройної агресії. Якщо роздивлятися з декількох боків, то це жест, який дозволить заявити про те, що Україна незалежна країна, яка не є частиною Росії. Завдяки цьому буде відбуватись популяризація історії не тільки сьогоdnішніх дій, а й минулого. З іншого боку, є етичний аспект, який складається із горя людей, що пережили обстріли, страх та смерть. Безперечно Україна зараз знаходиться в умовах, в яких не знаходились ні одна країна. Ця війна змінила не тільки український туристичний простір, а й туристичний ринок всього світу. Є велика потреба формування нових напрямків туризму за допомогою використання світового досвіду.

Для України туризм має важливе соціальне та економічне значення, оскільки він:

- забезпечує конституційне право громадян на відпочинок свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я;

- розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг;
- збільшує валютні надходження від туризму;
- сприяє створенню робочих місць у кластерах народних художніх промислів, що зменшує безробіття за рахунок збільшення зайнятості населення в цій сфері тощо [96].

Найголовнішим правилом про яке потрібно пам'ятати - це те, що туризм не може розвиватися окремо від деяких галузей. Все має відбуватися паралельно, в зв'язках з соціально-економічною сферою та господарському комплексі. Розпорядження кабінету міністрів України від 03.02.2021 №8 «Про затвердження плану заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму». В цьому розпорядженні зазначається, що держава розглядає галузь туризму як сферу, що є важливою складовою в економіці України.

Як вже зазначалось раніше, Україна та українська сфери туризму мають брати приклад з моделей організації міжнародного туризму в світі, що допоможе в регулювання національної економіки. Українська модель регулювання міжнародним туристичним бізнесом повинна базуватися на потребах міжнародних туристів та маркетингової стратегії.

Окремі елементи моделей державної участі в регулюванні туристичної діяльності у посткризовий період доцільно використовувати для розвитку туристичної галузі в Україні, ефективність яких перевірена часом та підтверджена конкретними досягненнями у розвитку туризму та активності територіальних громад, відновлених у післявоєнний період. Доцільно запроваджувати дієву міжвідомчу координацію діяльності та державно-приватне партнерство, розбудовувати та розвивати інфраструктуру, транспортну галузь, інтеграцію транспортної системи України до європейської та світової транспортних мереж, створювати та реалізовувати туристичні продукти та послуги, які мають попит на світовому ринку, застосовувати нові технології туроперейтингу.

Аналіз та використання досвіду туристично розвинених країн, розробка інструментів та механізму дій, допомога світової громадськості у відновленні

туризму в поствоєнний період сприятимуть уникненню важких локдаунів та проявів криз у майбутньому в Україні [96].

Інвестиції до туристичної сфери в Україні, а особливо сферу гостинності та реставрацію реставраційну галузі, завжди мають займати одне з найголовніших місць в розвитку міжнародного туризму. Туризм дуже залежить від економіки приймаючої країни, але все одно міжнародний туризм дуже стимулює економічний розвиток. Для створення якісного туристичного продукту допускають в кваліфікаційних та приймають до уваги думку не кваліфікаційних експертів.

Таким чином, на основі теорії абсолютних переваг А. Сміта (відповідно до якої країни експортують ті товари, які вони виробляють з меншими витратами (у виробництві яких вони мають абсолютну перевагу), та імпортують ті товари, які продукуються іншими країнами з меншими витратами (у виробництві яких абсолютна перевага належить їх торговим партнерам) [91], і теорії порівняльних переваг Д. Рікардо (суть якої полягає у тому, що, якщо країни спеціалізуються на виробництві тих товарів, які вони можуть виробляти з відносно більш низькими витратами порівняно з іншими країнами (або, інакше кажучи, з меншими альтернативними витратами), то торгівля буде взаємовигідною для обох країн, незалежно від того чи є виробництво в одній з них абсолютно більш ефективним, ніж в іншій) [91].

Національний туристичний ринок складається з великої кількості туристичних послуг, що забезпечують туристичний капітал та ресурси, що забезпечують обсяги в туристичному світі та визначають їх характер. Чим дорожче вартість послуг, тим більше туристів будуть вибирати дешевші види туризму. Тобто, туристичні потоки повністю залежать від вартості послуг, в які мають входити другорядні послуги (супутні та додаткові). До цінової політики в сфері туризму входять ще обмінний курс валют та конкурентні переваги туристичного ринку в країні.

Один із факторів, який впливає на переваги в розвитку міжнародного туризму – це капітал України. Коли можливість залучення капіталу до країни, це дає можливість працювати працівникам сфери туризму створювати більш якісний та конкурентоспроможний продукт на світовому туристичному ринку.

Разом з тим більш детальноше конкуренція, а точніше конкурентні переваги, описуються в теорії Майкла Портера, згідно якої відповідь на запитання: «Чому країна досягає міжнародного успіху у тій чи іншій галузі?» – полягає у чотирьох детермінантах країни, що носять загальний характер та формують середовище, у якому конкурують місцеві фірми, і яке може сприяти утворенню конкурентної переваги, а може і перешкоджати цьому. Такими детермінантами є: факторні умови; умови попиту; споріднені та обслуговуючі галузі; стратегія і структура фірми та суперництво. Саме від них залежить конкурентоспроможність країни на світових ринках [91].

Якщо розглядати теорію Майкла Портера щодо України, то туристична привабливість країни обумовлена тим, що країна має різноманітні ресурси, як Чорне та Азовське море, Карпатські та Кримські гори, національні пам'ятки, природні пам'ятки, швидкий розвиток інфраструктури та всіх галузей, без яких туристична сфера не могла б існувати.

Туристична галузь України є досить перспективною галуззю, що визнано усім цивілізованим світом. Водночас, Україні потрібно удосконалювати інформаційну систему та інноваційні технології, оскільки український уряд прагне перетворити нашу країну на одну із найбільш інформаційно розвинених країн, в якій більшість сфер економіки та державного управління будуть цифровізованими та відповідатимуть сучасним викликами світового технологічного розвитку.

Отже, Україна має так значну кількість конкурентних переваг, які не використовуються в повному обсязі. Країна, яка володіє двома морями, гірськолижними курортами, має багату, красиву та різноманітну природу, де кожен турист може обрати собі локацію до вподоби, де міста багаті на різні архітектурні пам'ятки, наявна велика кількість готелів та ресторанів, які рухаються в ногу з сучасними туристами, впроваджують усі сучасні інноваційні досягнення має всі перспективи для підвищення власної конкурентоспроможності. Державна політика має бути спрямованою на розвиток міжнародного туризму як однієї із ключових галузей.

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

В Україні немає однієї думки щодо розвитку та функціонування туристичної сфери. До найголовніших проблем розвитку міжнародного туризму можна віднести відсутність хорошої маркетингової кампанії, яка буде висвітлювати Україну не як країну, в якій відбуваються аварії на атомній станції, революції та війни, а як країну, яка є безпечною для іноземних туристів, в якій велика кількість туристичних дестинацій та унікальні місця для відвідування, багата історія. Для того, щоб сформувати сильну сферу міжнародного туризму, потрібно приділяти увагу багатьом ланкам: економіці, соціальному та правовому аспекту. В розвинених країнах туризм має досить великий вплив на соціальне життя населення і його подальший розвиток.

Якщо розглядати міжнародні туристичні прибуття по всьому світу, то в більшості країн він буде позитивний. В українському туризмі прослідковується тенденція до зменшення туристичного потоку. З кожним роком Україна опиняється на ланку нижче, ніж попереднього. 2014 р. Україна відчула та продовжує відчувати економічну кризу, яка в сьогоднішніх реаліях стає ще більш активною. Все це негативно впливає на розвиток міжнародного туризму. Обсяги в'їзного та виїзного туризму скоротилися вдвоє, тому що Україна та українська економіка перебувають в кризі та не дуже стабільні економічній ситуації.

До слабких сторін міжнародного туризму в Україні можна віднести:

1) вплив держави на інвестиційний ринок України та виникнення проблем на державному рівні. Україна досить приваблива країна для інвестицій. Велика кількість іноземних інвесторів зацікавлені в інвестуванні в український ринок послуг, але інвестиційні умови та законодавство постійно змінюються. В банківській сфері якщо клієнт неправильно оформить документи, то йому можуть заблокувати акаунт без права повернення. Все ще існує корупція в державних органах влади та нестабільність ситуації з внутрішніми справами;

2) сфера туризму все ще не являється на перших місцях в економічній галузі, тому розвиток відбувається досить повільно;

3) неефективна застаріла маркетингова кампанія та реклама, яка не висвітлює Україну як привабливу країну з багатими туристичними ресурсами;

4) військова агресія росії проти України, тому можна зробити висновок, що на даному етапі для міжнародних туристів Україна являється небезпечною країною для подорожей;

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

б) немає на державному рівні законів про екологію, які будуть регулювати охорону та мінімальне використання природних ресурсів для збереження наступним поколінням.

Повномасштабне вторгнення росії на Україну має негативний вплив на світовий міжнародний туризм. Зросла вартість на авіаперевезення, тому що над Україною з 23 лютого закритий повітряний простір для цивільної авіації, тому всі авіаперевізники перенаправили літаки через інші коридори, які зараз є досить завантаженими.

Також напочатку лютого та березня спостерігались перебої подорожей до Східної Європи. Серйозні проблеми виникли ще з робочою силою в різних туристичних сферах, а особливо в аеропортах. Неможливо сказати, що це кінцевий результат впливу на економіку від війни в Україні.

Прогнозують, що результати можуть бути ще гіршими. Підвищуються процентні ставки, зростають ціни на продукти харчування та нафту, газ. Світовий банк прогнозує, що ця криза являється головною загрозою відновлення після пандемії COVID-19 і буде мати подальший вплив на сферу міжнародного туризму у 2023 році.

Щодо ситуації з COVID-19, то ця хвороба теж змінила ситуацію в Україні з кількістю в'їзних туристів та вплинула на економічну галузь країни. Через стрімкий розвиток хвороби велика кількість людей втратила свою роботу, тому що перші декілька місяців сфера гостинності повністю зупинилась та не працювала. Українська сфера туризму знов одна з перших відчула на собі кризову ситуацію. Через те, що велика кількість підприємств просто не були підготовлені до кризи таких масштабів – багато підприємств закрились не витримавши матеріальні втрати.

Під час пандемії COVID-19 політика уряду була непродуманою та не відбувалось підтримки, яка була потрібна галузі в цей час. Програма уряду, яка стосувалась стимулювання економіки та подолання наслідків після пандемії, не містила в собі план відновлення галузі туризму, а Державне агентство з розвитку туризму позбавили фінансування. Необдуманно знімали обмеження після першого великого локдауну, де дозволяли працювати громадському транспорту, торгово-розважальним центрам та готелям, хоча дотримання всіх санітарних вимог в цих закладах добитись досить складно, ніж, наприклад, в ресторанному закладі, який, по-перше, почав працювати майже через місяць після зняття карантину, а, по-друге, через досить високу обережність власників бізнесу та дотримання і без пандемії коронавірусної хвороби всіх санітарних норм.

До непродуманих заходів дій під час COVID-19 можна ще віднести міжобласні сполучення. Велика кількість спеціалістів, які займаються розвитком туризму, казали, що всі новини, які випускало МОЗ щодо обмежень саме в туристичній сфері, виходили в «останню мить». Один з таких прикладів це ситуація з готелями. Вони мали відкритись 22 травня 2020 року, але МОЗ виставило свої вимоги тільки 21 травня, що відклало відкриття готельної індустрії в Україні ще на певний період, також довгий час МОЗ не опубліковувало вимоги для відкриття ресторанного господарства, а саме обслуговування клієнтів в закладах. Приблизно 7 тисяч туристичних агенцій було закрито по всій Україні, а прогнози були такі, що майже кожний п'ятий туристичний оператор може збанкрутувати.

Дуже складно відбувались зміни і в туристичній галузі, тому що, як вже зазначалось раніше, уряд не звертав увагу на сферу туризму, тому звичайно не були знижений та скасований туристичний збір. Сфера туризму самостійно надавала різні ідеї для збереження туристичної галузі на території України, але через те, що хоч мінімальні кроки до збереження сфери були прийняти запізно, то ситуація, що склалась в сфері, є досить поганою і зараз зустрічається з великою кількістю проблем, закритих туристичних фірм, готелів та ресторанного господарства.

Найбільшим ударом, який отримав міжнародний туризм – зниження купівельної спроможності населення. Це відбувається через те, що долар стає

дорожчим. Як наслідок, цієї ситуації туристичні оператори скорочують кількість виборі турів, а велика кількість авіакомпанії зменшує регулярні рейси до найпопулярніших міст для відпочинку. В умовах повномасштабної війни велика кількість туристів не приїздить до України через небезпеку постійних ракетних обстрілів та підвищену небезпеку повторного наступу на області, розташовані на півночі України.

Туристичну сферу в Україні потрібно розвивати. І про це зазначали починаючи з 2015 р., тому що туристична галузь може принести в бюджет значні надходження, які Україна використовує на озброєння Збройних сил та оборону територій.

Можна виділити наступні перешкоди, які стають на заваді розвитку туризму на Україні:

- недостатня сприятливість середовища (бізнес сфера, рівень безпеки, інфраструктура інформаційно-комунікаційних технологій);
- не досконалість державної політики та сприятливих умов у сфері подорожей та туризму (пріоритезація сфери подорожей та туризму, міжнародна відкритість, екологічна стійкість);
- не розвинена інфраструктура (інфраструктура повітряного транспорту, інфраструктура наземного та водного транспорту, туристична інфраструктура);
- занедбання природних ресурсів;
- не зацікавленість споживачів культурними ресурсами [36].

Можна зробити висновок, що Україна не використовує весь свій туристичний потенціал на ринку. Якщо уряд буде більше приділяти увагу туристичній сфері та розвивати його, то у фахівців буде більше можливостей для створення нового туристичного продукту, який буде максимально конкурентоспроможним на ринку туристичних послуг у світі. Україна повинна створити свій бренд, який буде відомий у всьому світі, за допомогою влади, центрального управління туризмом та місцевих громад.

Стійкий туризм (sustainable tourism) – сучасна концепція розвитку туризму, що ґрунтується на принципах концепції сталого (стійкого) розвитку. Це туризм, що

задовольняє всі наявні потреби, але при цьому розвивається таким чином, щоб забезпечити аналогічними можливостями майбутні покоління.

Через збільшення кількості туристичних поїздок та взаємодії людини та природи виникає потреба в не такому активному використанні природних благ [56]. Тобто, стійкий туризм передбачає використання всіх екологічно безпечних технологій в туризмі, що будуть сприяти збільшенню туристів до України, але, нажаль, український туризм зовсім не готовий до того, щоб впроваджувати інновації сталого туризму.

До проблем, які супроводжують розвиток сталого туризму можна віднести:

- недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази у сфері екологічного туризму (держава не приділяє необхідної уваги інституційній підтримці розвитку туризму та рекреації);

- нераціональність використання історичної та культурної спадщини України і довкілля (часто на місцях ігнорують принципи сталого розвитку туризму, порушують екологізацію туристичної та рекреаційної діяльності);

- недостатній асортимент і низька якість туристичного продукту (туристичних послуг) на туристичному ринку;

- низька якість сервісу та невідповідність стандартам засобів розміщення;

- відсутність взаємодії місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо забезпечення розвитку туризму і рекреації в регіоні;

- не відпрацьованість єдиного підходу до раціонального використання наявних курортних ресурсів;

- відсутність поінформованості потенційних туристів про можливості рекреаційно-туристичного потенціалу;

- незабезпеченість професійними кадрами у сфері туризму і рекреації;

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

- неефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу в сільській місцевості;

– відсутність сучасної методології статистичного спостереження у галузі туризму та готельного господарства:

– відсутність цільових маркетингових заходів та їх державної підтримки, що погіршує туристичний імідж України [90].

Україна немає системи, яка б підтримувала інформаційно-маркетинговий розвиток туристичної сфери, немає відпрацьованої схеми роботи різних туристичних центрів, велика кількість підприємців, які працюють у сфері туризму, виключені із сфери надання туристичних послуг, тому вони не являються підприємцями в галузі туризму. Деякі підприємці офіційно не зареєстровані і надають своє житло як тимчасові місця відпочинку. Через те, що існує тіньова сторона туристичної сфери, яку неможливо відслідкувати, то і виникають проблеми з нормальним функціонуванням, розвитком туризму та подальшим стягненням податків.

У обороті туроператорів і турагентів також спостерігаються значні річні коливання, що є ще одним показником недосконалості системи збору туристичних даних в Україні. В першу чергу, це не наслідок ринкових коливань у сфері туризму, а переважно наслідок державного регулювання, законодавчих змін у галузі та зовнішніх економічних і політичних факторів.

Таким чином, можна розглядати вплив туристичної політики в Україні на формування туристичних потоків як короткостроковий. Загальна нестабільність, а також «слабке» правове, економічне та статистичне підґрунтя здійснюють регресивний вплив на розвиток туризму в Україні. Водночас, слід зазначити, що на даний момент найбільш гострою проблемою для вітчизняної туристичної сфери є військова агресія російської федерації проти України, яка спричиняє масштабні збитки економіці та руйнує культурні пам'ятки, завдає значної шкоди рослинам та тваринам України. У зв'язку із цим, уряд повинен звернути увагу на проблеми міжнародного туризму в Україні та сприяти їх вирішенню сфері на державному рівні, удосконалити законодавчу базу та сприяти створенню ефективних регуляторних механізмів міжнародного туризму в нашій державі з урахуванням сучасних реалій і викликів часу.

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

В останні декілька років сфера міжнародного туризму в Україні стикнулася зі значною кількістю криз. Все почалося з пандемії COVID-19, а закінчилось повномасштабним вторгненням росії на територію України. Багато науковців стверджували, що 2022 рік стане для сфери туризму кругом спасіння, але 24 лютого 2022 рік змінив хід в відновленні туризму продовживши кризу, яка почалась з 2019. Ситуація з міжнародним туризмом на сьогоднішній момент виглядає дуже песимістично, але існують багато прикладів, коли, наприклад, під час війни туризм не зупинявся і продовжував розвиватись. І український уряд повинен брати за приклад таких країни для того, щоб туристична сфера не зупинялась. Україна має всі можливості для того, щоб розвивати міжнародний туризм, але всі чинники уряд та спеціалісти сфери туризму мають направити в правильне русло розвитку. До найбільш перспективних аспектів можна віднести наступні:

- разом зі спеціалістами потрібно розробляти нові концепції міжнародного туризму;
- швидке оформлення віз для іноземних туристів, або розгляд впровадження безвізового режиму між країнами. Вже встановлено безвізовий режим в'їзду в Україну та транзитного проїзду через територію України для громадян Австралії, Нової Зеландії, Королівства Бахрейн, Держави Кувейт, Султанату Оман, Королівства Саудівська Аравія [100];
- підтримка в належному стані та реконструкція всіх архітектурних пам'яток України;
- оновлення стандартів обслуговування, нормативно-правової бази, дотримання і розвиток якості обслуговування;
- працювати на збільшення потоку іноземних туристів до українських міст.

Приблизно 10 млн. чоловік виїжджали із України з туристичними цілями до Європи, Туреччини тощо, але, нажаль, іноземні туристи не відвідували у настільки великих обсягах Україну. Якщо подивитись на рейтинги конкурентоспроможності, то

Україна займає лише 78 місце. Це означає, що всі ті стандарти якості, яким вже більше тридцяти років, мають змінювати та створювати новий туристичний продукт, який зможе конкурувати на всесвітньому ринку туристичних послуг. Велику роль на сьогоднішній момент відіграє внутрішній туризм. Уряд повинен звернути увагу на розвиток цього напрямку туризму. Але внутрішній туризм не зможе самостійно реанімувати сферу міжнародного українського туризму, тому покращення та оновлення всіх стандартів туризму мають бути в пріоритеті (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
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.

У 2018 році до України завітало приблизно 14 млн. іноземних туристів – це за даними Мінекономрозвитку, а надходження від туристичної діяльності склали приблизно 4,3 млрд гривень. Але розвиток туристичної сфери в Україні досить складно назвати «задовільним», тому що потенціал, який наявний в країні, до сих пір не є повністю реалізованим. У світовій економіці частка, що приходить на сферу туризму, становить приблизно 10% від ВВП країн, то в Україні ця частка складає лише 2%, тому можна зробити висновок, що сфера туризму робить доволі мало для зростання української економіки. Все одно не можливо сказати, що туристична сфера неважлива, тому що за допомогою галузі розвиваються такі сфери: готельний бізнес, громадські заклади харчування, сфера дозвілля, культурна сфера, пасажирські перевезення, різні сфери пов'язані з торгівлею.

До моментів, які позитивно впливають на міжнародний туризм – це закон про легалізацію грального бізнесу в Україні. Законопроект з'явився у 2019 році і був прийнято Закон України від 14.07.2020 «Про державне регулювання діяльності щодо організації та проведення азартних ігор». Територією спеціальної гральної зони для гральних закладів казино вважається:

- територія готелів (будівлі, комплексу будівель) категорії «П'ять зірок» з номерним фондом не менше 150 (ста п'ятдесяти) номерів для міста Києва;
- територія готелів (будівлі, комплексу будівель) категорії «П'ять зірок» та/або «Чотири зірки» з номерним фондом не менше 100 (ста) номерів для інших населених пунктів;
- територія заміського комплексу відпочинку – об'єкта нерухомого майна, що розташований за межами міста та складається з двох або більше будівель та споруд, загальною площею не менше 10 тисяч кв.м, з обов'язковим оснащенням готелем категорії «П'ять зірок»;
- територія спеціальної територіальної гральної зони, створеної за рішенням Кабінету Міністрів України.

У разі реалізації окремих інвестиційних проектів з організації та проведення азартних ігор казино за рішенням Кабінету Міністрів України, організація та проведення азартних ігор на підставі цієї частини здійснюються на підставі

інвестиційної ліцензії. Інвестиційна ліцензія на діяльність з організації та проведення азартних ігор казино також видається Уповноваженим органом, за умови будівництва заявником готельного комплексу категорії «п'ять зірок» з номерним фондом не менше 200 (двохсот) номерів (у місті Києві) або 150 (ста п'ятдесяти) номерів (в інших містах), та дає право здійснювати організацію та проведення азартних ігор у гральних закладах казино, розміщених у такому готельному комплексі. Плата за видачу інвестиційної ліцензії не стягується. Строк дії інвестиційної ліцензії становить десять років [76].

Через стрімкий розвиток коронавірусної хвороби можна було спостерігати перехід бізнесів в онлайн середовище, що, нажаль, не могла зробити сфера туризму. На рівні закону України туристичні оператори не можуть займатись іншими видами комерційної діяльності. Міністерство культури та інформаційної політики все ж розробили законопроект, за яким туристичну галузь звільнили від сплати податків, туристичного збору, земельного податку та податку на житлову нерухомість. Львівська міська рада розробила та запропонувала 5-етапний план по відновленню туристичної галузі після пандемії COVID-19.

Для того, щоб повернути до життя туристичну сферу, потрібно в будь-якій кризі приділяти увагу туризму, тому що ця галузь може допомогти відродити економіку країни. Спеціалісти сфери туризму мають допомогти розробляти комплексний план, в який буде входити: фінансова складова (податкові пільги, фінансова підтримка) та нефінансова складова (своєчасна подача всієї інформації). Під час пандемії розробляли оперативні плани разом зі спеціалістами сфери туризму. Також потрібно виділити проблеми, які призводять до найбільших збитків в сфері туризму і без кризових ситуацій.

В таблиця 3.3 можна побачити тенденцію до зростання надходжень до економіки України (в доларах США та в гривні). До негативних моментів віднесемо динаміку виїзду зарубіжних та вітчизняних туристів через незадовільний та застарілий стан стандартів. В таблиці знаходяться дані про реальні надходження туристичного сектору до реального ВВП, який генерується туризмом та суміжними до нього галузями: готелі, туристичні агентства, авіакомпанії, компанії перевезення

туристів (залізничний та автобуси), інвестиції в сферу туризму. Україна має всі шанси для того, щоб туристична сфера стала однією із сфер, що буде приносити дохід країні

В 2019 році американська телекомпанія зробила топ-11 міст в Україні, які являються туристично привабливими для іноземних туристів. До них відносяться: Чернігів, Київ, Харків, Львів, Чернівці, Умань, Переяслав-Хмельницький, Одеса, Ужгород та Кам'янець-Подільський. Посилення позицій України на світовому туристичному ринку можливе при створенні національного конкурентоздатного туристичного продукту, формуванні іміджу країни та довгострокової стратегії стійкого розвитку туристичного сектору, що передбачає реалізацію таких заходів:

- гарантування безпеки знаходження іноземних громадян;
- застосування сучасних інформаційних технологій з метою розповсюдження туристичних послуг як на національному, так і зарубіжному ринках;
- поліпшення стану національної транспортної інфраструктури;
- впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності у туристичному бізнесі;
- використання екологічно чистої продукції та розвиток зеленого туризму добросовісного ставлення до природних ресурсів;
- моніторингу та отримання інформації щодо відгуків споживачів відносно туристичного продукту та проведення постійного опитування представників бізнесу, клієнтів [23].

Український уряд має брати за приклад країни, в яких відбувались або постійно відбуваються військові деескалації. Хорватія являється одним із прикладів, де на початку 90х відбувались воєнні дії, а зараз Хорватія являється одним із привабливіших місць для відпочинку у світі. Хорватський уряд зробив акцент на маркетинговій кампанії, за допомогою якої вони популяризували раніше нікому відомі острови, в Хорватії їх понад тисяча, а заселених приблизно 66. Через те, що кампанія була зроблена правильно, туди поїхали іноземні туристи, а за хорватським урядом залишилось підтримувати сферу туризму на рівні, слідкувати за чистотою та екологічністю своїх островів. Важливість іноземних туристів та реклами від них в тому, що велика кількість іноземних туристів та відомих блогерів, які їздять країнами

світу, почали писати про відпочинок та рекреацію у Хорватії. Це спричинило приріст ВВП на 15%, Хорватія кожного року приймає близько 10 млн іноземних туристів, що приносять суттєві доходи. Кіпр теж вибрав маркетингову кампанію, в якій показав свій потенціал до туризму.

Туризм в Ізраїлі розвивається під час війни з Палестиною. Вони знаходяться в стані війни більше 70 років і туристична сфера вже повністю адаптувалась до військового конфлікту. Але все одно будь який військовий конфлікт позбавляє Ізраїль 0,5% річного приросту економіки. В 2009 році Ізраїль втратив більше 1,5 млрд. дол. США виручки через загострення конфлікту в Газі. В Ізраїлі сфера туризму являється ключовою галуззю економіки, на яку припадає 5% експорту та 6% зайнятості, тому що структура формування ВВП Ізраїлю складається таким чином, що якщо якась сфера економіки не приносить кошти, то інша компенсує втрати.

Досвід Грузії називають найбільш схожим до війни, що зараз відбувається в Україні. Сфера туризму в Грузії не зупинялась навіть під час проведення активних бойових дій. Військові дії в Грузії сприяли тому, що ця країна стала відомою іноземним туристам. Туризм в післявоєнній Німеччині був доступний тільки для середнього класу, тому уряд Німеччини розробив план для створення соціального туризму, який був націлений на пенсіонерів, учнів та молоді. Збереження прийнятних цін для туристичної сфери відбувалось за рахунок дотацій з різних ланок економіки, а також розробленого плану знижок. Завдяки таким крокам внутрішній туризм в Німеччині став набагато якіснішим, а туристичні компанії досягли найбільшого успіху якщо вони були орієнтовані на масовий сегмент та туристичні тури.

Україна може використовувати методи відновлення туризму після військових дій за прикладом країн, які вже пережили схожий досвід, але не потрібно забувати про те, що велика кількість науковців зазначають, що складність ситуації полягає в тому, що це найбільша військова агресія з часів Другої світової. Вітчизняні спеціалісти туристичної сфери мають поставити за мету пошук антикризових методів, за допомогою яких вони зможуть реанімувати галузь міжнародного туризму в Україні.

Державне агентство розвитку туризму запропонувало на розгляд декілька завдань, які допоможуть відродити туризм:

- 1) сформулювати нові змісти для внутрішнього туризму, на кшталт «Для чого ми подорожуємо Україною?»;
- 2) після війни, коли на сході України стане безпечно, відомство має намір розвивати туризм в Донецькій і Луганській областях;
- 3) планується розробка туристичних програм по місцям військової слави ЗСУ [43].

Відгуки іноземних туристів дуже важливі, тому що велика кількість потенційних туристів спілкуються на різних платформах та радять один одному поїхати в ту чи іншу країну. Інформація, яку може надати Україна про свої послуги, має бути повною, тому що із цього складається туристичний бренд країни, інформація має бути на різних мовах (на мові туристів, які найбільше приїжджають до України) і туди повинно входити: інформація щодо авіасполучення, інфраструктури, безпечного перебування в країні, які є туристичні дестинації.

Велика кількість туристів дивляться ютуб-блогерів, які відвідують різні країни та розповідають про особливості країн, в яких знаходяться. Українські блогери являються найбільш відомими по всьому світу завдяки тому, що перекладають свої відео на англійську мову, а в сучасних реаліях розповідають про ситуацію в Україні, а деякі вже почали навіть подорожувати містами (див. Рис. 3.6).

Зрозуміло, що після закінчення війни ринок України буде повністю трансформований. Через велику кількість зруйнованих пам'яток, появу нових меморіальних місць для українців – сфера туризму повністю перейде на новий рівень. Зараз вже з'являються ідеї щодо відвідування місць, які були під окупацією або частково знищені.

Українському уряду потрібно створювати бренд України як країні, по-перше, безпечної для відвідування, тому що по статистиці можна побачити, що після 2014 року ситуація почала набирати негативних позицій, а, по-друге, країна, яка є досить багатою на туристичні об'єкти. Наприклад, можна просувати українські гірськолижні курорти та морські пляжі. В Україні досить велика кількість замків в Західній Україні.

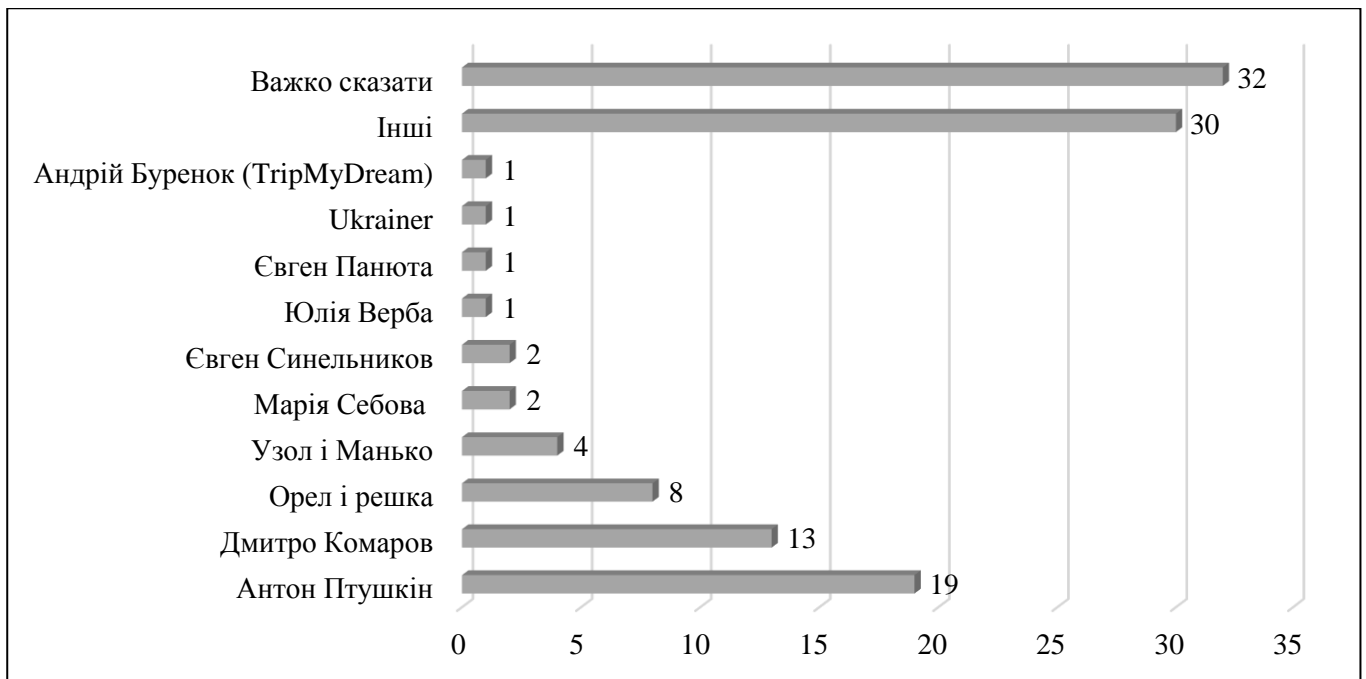


Рис. 3.6. Рейтинг тревел-блогів /блогерів як джерела інформації про туристичні об'єкти України (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму.

Щодо нетрадиційних видів туризму, то Україна теж багата на різні види: для фанатів урбан-культури Київ може стати цікавим, тому що в столиці є велика кількість муралів, Чорнобильська зона та постмодерністські будівлі в великих містах; екотуризм є досить розвиненим видом туризму в Карпатах та Центральній Україні; а для людей, яким подобається спокійний відпочинок, то є велика кількість природничих парків, навіть в годині їзди від столиці; розвиток мілітарі туризму також буде перспективним видом. Однією із ідей для просування українського туризму – це відкриття туристичних офісів в розвинених країнах. Туристичний імідж України має постійно підтримуватись маркетинговою кампанією та сильною рекламою. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму:

- 1) удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;
- 2) забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення робочих місць;

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

4) розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому ринку;

5) створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;

б) забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб [100].

Інновації в туризмі – це розробка, створення нових туристичних маршрутів, продуктів, видів туризму, технологій обслуговування із застосуванням нових туристичних ресурсів, сучасних досягнень науки і техніки, інформаційних технологій, впровадження яких сприяє економічному розвитку туристичних підприємств, а також дозволяє покращити туристичний імідж країни та її регіонів [79].

До інноваційних і перспективних видів туризму можна віднести:

1. Космічний туризм. Цей вид туризму є відносно новим та одним з дорогих. Організація в даному виді туризму відіграє досить велику та важливу роль, тому що просто відправити автобус із однієї точки в іншу неможливо. Перед тим, як туристи зайдуть в космічний корабель, цей апарат повинен пройти велику кількість випробувань;

2. Кінотуризм. На меті у туристів є відвідування місць та декорацій, які були використані у фільмах або серіалах. Такий вид туризму вибирають фанати різноманітних кінокультур. Наприклад, велика кількість фанатів відвідують готель із фільму “Один вдома”, а в Діснейленді для фанатів створені локації повністю стилізовані під улюблені фільми: “Месники”, “Пірати карибського моря” і т.д.

3. Фестивальний туризм. Це відносно новий вид туризму, за допомогою якого туристи можуть слухати своїх улюблених виконавців, а вільний час відвідувати туристичні об'єкти.

4. Гастрономічний туризм. Це в буквальному сенсі подорож з метою спробувати національну кухню країни. В останні декілька років цей вид туризму стає все більш популярним серед молодшої аудиторії.

5. Віртуальний туризм. Цей вид туризму більше спрямований на людей, які мають фізичні вади або хвороби через які вони не можуть відвідати інші країни. Або, наприклад, за допомогою такого виду туристи можуть відвідати небезпечні місця, які найбільше їх цікавлять.

Отже, ситуація, яка склалась навколо України на сьогоднішній момент несе у собі, водночас, і можливості для туристичної сфери. Україна являється зараз найбільшою темою для обговорень через повномасштабну війну та створення кампанії «Be brave like Ukrainian», яка є найбільш популярною за період незалежності. Велика кількість іноземних туристів вже відвідала чи планує відвідати Україну після закінчення війни з різними цілями. Український уряд повинен підтримувати рівень впізнаваності України на ринку туристичних послуг, але враховувати також необхідність створення іміджу безпечної країни.

Висновки до розділу 3

Таким чином, Україна має так значну кількість конкурентних переваг, які не використовуються в повному обсязі. Країна, яка володіє двома морями, гірськолижними курортами, має багату, красиву та різноманітну природу, де кожен турист може обрати собі локацію до вподоби, де міста багаті на різні архітектурні пам'ятки, наявна велика кількість готелів та ресторанів, які рухаються в ногу з сучасними туристами, впроваджують усі сучасні інноваційні досягнення має всі перспективи для підвищення власної конкурентоспроможності. Державна політика має бути спрямованою на розвиток міжнародного туризму як однієї із ключових галузей.

Ситуація, яка склалась навколо України на сьогоднішній момент несе у собі, водночас, і можливості для туристичної сфери. Україна являється зараз найбільшою темою для обговорень через повномасштабну війну та створення кампанії «Be brave

like Ukrainian», яка є найбільш популярною за період незалежності. Велика кількість іноземних туристів вже відвідала чи планує відвідати Україну після закінчення війни з різними цілями. Український уряд повинен підтримувати рівень впізнаваності України на ринку туристичних послуг, але враховувати також необхідність створення іміджу безпечної країни.

Можна розглядати вплив туристичної політики в Україні на формування туристичних потоків як короткостроковий. Загальна нестабільність, а також «слабке» правове, економічне та статистичне підґрунтя здійснюють регресивний вплив на розвиток туризму в Україні. Водночас, слід зазначити, що на даний момент найбільш гострою проблемою для вітчизняної туристичної сфери є військова агресія російської федерації проти України, яка спричиняє масштабні збитки економіці та руйнує культурні пам'ятки, завдає значної шкоди рослинам та тваринам України. У зв'язку із цим, уряд повинен звернути увагу на проблеми міжнародного туризму в Україні та сприяти їх вирішенню сфері на державному рівні, удосконалити законодавчу базу та сприяти створенню ефективних регуляторних механізмів міжнародного туризму в нашій державі з урахуванням сучасних реалій і викликів часу.

Вітчизняна сфера туризму має значний потенціал для подальшого розвитку, але також є ряд проблем, які стримують її активний розвиток, до них відносяться: недосконала нормативно-правова база, тіньова економіка, політична та економічна нестабільність, недостатньо розвинена інфраструктура, низький соціальний рівень життя населення, недостатня кількість кваліфікованих спеціалістів сфери туризму. До стримуючих факторів міжнародного туризму на сьогодні також відноситься і повномасштабне вторгнення. Чим довше буде відбуватись військова агресія проти України, тим більше міжнародний туризм буде втрачати. Але вже сьогодні необхідно розробляти маркетингові стратегії, які будуть покращувати імідж Україні на міжнародній арені. Уряд України повинен переглянути механізми регулювання та приділяти увагу інноваційному розвитку туризму з урахуванням того, що підходи до якісного розвитку туристичної галузі мають відбуватись комплексно і поетапно.

ВИСНОВКИ

Таким чином, туризм як вид економічної діяльності є сферою, яка не може стояти на місці, тому що галузі туризму потрібно постійно відповідати запитам туристів та сучасному світу. Міжнародний туризм залишається найбільш прибутковою сферою в багатьох країнах світу. Існує необхідність розвитку та інвестування у вітчизняну сферу туризму, тому що країна володіє культурними, архітектурними, природничими чинниками для того, щоб стати однією з найбільш привабливих в галузі туризму.

Можна стверджувати, що міжнародний туризм реалізується у багатьох формах має важливе значення для функціонування економіки країни. Сфери, які тісно пов'язані зі сферою туризму, здійснюють суттєвий вплив на нього, тому можна зробити висновок, що автономне існування туризму у економічній системі є неможливим. Розвиток туризму в сучасних умовах відбувається під впливом багатьох чинників, що обумовлюють виникнення його нових форм, актуальних для споживачів туристичних продуктів та послуг.

На розвиток сучасного міжнародного туризму у світі здійснюють вплив ряд факторів, серед яких слід виділити природно-географічні, культурно-історичні, економічні, соціальні, демографічні, політико-правові, технологічні, екологічні та внутрішні фактори. Слід також зазначити, що фактори розвитку міжнародного туризму суттєво відрізняються залежно від регіону. Так, Південноамериканський регіон може бути привабливим для туристів своєю сучасною архітектурою, а Середземноморський регіон, навпаки, більше буде цікавий хто, які обирає паломницький туризм.

Це сфера, яка має постійно розвиватись, щоб відповідати всім потребам сучасного туриста. Українська сфера туризму постійно змінюється: починаючи від державних та закінчуючи управлінськими рішеннями. Немає ефективного використання потенціалу України. Для того, щоб туристичний ринок України розвивався постійно, потрібно розробляти різноманітні стратегії та концепції, які

потрібно правильно розвивати на всесвітньому туристичному ринку. Український туристичний ринок має брати приклад з країн Європи та Сполучених Штатів Америки, в яких туризм займає важливе місце джерела прибутків та є самостійним видом економічної діяльності.

Міжнародний туризм в Україні має всі підстави для активного розвитку. Потрібно визначити найслабкіші сторони та працювати над усуненням їх, створювати нові види та просувати їх. Існує три моделі, за допомогою яких можна регулювати туристичну сферу, а маркетингова діяльність має бути побудована таким чином, щоб вона здійснювала вплив на туристичні представництва.

Отже, останні декілька років для сфери міжнародного туризму є досить складними. Спочатку пандемія COVID-19, а потім повномасштабне вторгнення росії в Україну. Звісно, що ринок туристичних послуг повинен пристосовуватись до нових реалій сучасного світу, тому спеціалісти розробляли різні офлайн тури по містам, по туристичним пам'яткам та музеям, які відомі на весь світ. Інновації в сфері міжнародного туризму займали та займають провідні місця, тому ще потенціал до позитивних зрушень.

Вітчизняна сфера туризму зазнала значних втрат під час пандемії коронавірусної хвороби. Аеропорти не працювали, більшість готелів та велика кількість ресторанних підприємств були закриті. Україна знаходилась в тотальному локдауні приблизно з березня по липень 2020 р. Влітку ситуація почала змінюватись, оскільки державні регулятори дійшли висновку, що країна втрачає кошти і податки, тому більшість ресторанів почали працювати тільки на виніс, а ближче до осені 2020 року ряд готелів та ресторанів почали відкриватись, але з певними обмеженнями. З появою вакцини та антиген-тесту всі повернулись до свого нормального життя, але рекомендації щодо безпечного знаходження в людних місцях все ще мають актуальність.

Кризові ситуації, які відбуваються в світі, демонструють, що розвиток туризму потребує постійного розвитку та інноваційних перетворень. Україні потрібно розробити ефективну модель державного регулювання, яка виходячи з рівня своєї

ефективності буде здатна вивести міжнародний туризм до конкурентоспроможного рівня.

Українська сфера туризму не стоїть на місці та теж впроваджує нові тенденції, що з'являються на ринку. Для більш ефективного функціонування інноваційної політики потрібно правильно оцінити і виділити такі аспекти, як:

- вплив на інновації на різних підприємствах надання туристичних послуг: готельне підприємство, ресторанне підприємство та рекреація;
- уніфікація підходів органів управління та туристичних підприємств;
- розробка та пошук інновацій та постійне впровадження їх в туристичний ринок України.

На сьогодні досить складно формулювати певні висновки щодо розвитку туризму через нестабільну ситуацію в Україні, викликану війною. З цієї ж причини складно робити якісь прогнози щодо впливу воєнних дій на міжнародний туризм в Україні. Але можна впевнено сказати, що сфера туризму буде однією з сфер, яка допоможе пережити кризу після війни, якщо український уряд буде використовувати правильну маркетингову стратегію у цій галузі.

Україна має так значну кількість конкурентних переваг, які не використовуються в повному обсязі. Країна, яка володіє двома морями, гірськолижними курортами, має багату, красиву та різноманітну природу, де кожен турист може обрати собі локацію до вподоби, де міста багаті на різні архітектурні пам'ятки, наявна велика кількість готелів та ресторанів, які рухаються в ногу з сучасними туристами, впроваджують усі сучасні інноваційні досягнення має всі перспективи для підвищення власної конкурентоспроможності. Державна політика має бути спрямованою на розвиток міжнародного туризму як однієї із ключових галузей.

Ситуація, яка склалась навколо України на сьогоднішній момент несе у собі, водночас, і можливості для туристичної сфери. Україна являється зараз найбільшою темою для обговорень через повномасштабну війну та створення кампанії «Be brave like Ukrainian», яка є найбільш популярною за період незалежності. Велика кількість іноземних туристів вже відвідала чи планує відвідати Україну після закінчення війни

з різними цілями. Український уряд повинен підтримувати рівень впізнаваності України на ринку туристичних послуг, але враховувати також необхідність створення іміджу безпечної країни.

Можна розглядати вплив туристичної політики в Україні на формування туристичних потоків як короткостроковий. Загальна нестабільність, а також «слабке» правове, економічне та статистичне підґрунтя здійснюють регресивний вплив на розвиток туризму в Україні.

Водночас, слід зазначити, що на даний момент найбільш гострою проблемою для вітчизняної туристичної сфери є військова агресія російської федерації проти України, яка спричиняє масштабні збитки економіці та руйнує культурні пам'ятки, завдає значної шкоди рослинам та тваринам України. У зв'язку із цим, уряд повинен звернути увагу на проблеми міжнародного туризму в Україні та сприяти їх вирішенню сфері на державному рівні, удосконалити законодавчу базу та сприяти створенню ефективних регуляторних механізмів міжнародного туризму в нашій державі з урахуванням сучасних реалій і викликів часу.

Вітчизняна сфера туризму має значний потенціал для подальшого розвитку, але також є ряд проблем, які стримують її активний розвиток, до них відносяться: недосконала нормативно-правова база, тіньова економіка, політична та економічна нестабільність, недостатньо розвинена інфраструктура, низький соціальний рівень життя населення, недостатня кількість кваліфікованих спеціалістів сфери туризму.

До стримуючих факторів міжнародного туризму на сьогодні також відноситься і повномасштабне вторгнення. Чим довше буде відбуватись військова агресія проти України, тим більше міжнародний туризм буде втрачати. Але вже сьогодні необхідно розробляти маркетингові стратегії, які будуть покращувати імідж Україні на міжнародній арені. Уряд України повинен переглянути механізми регулювання та приділяти увагу інноваційному розвитку туризму з урахуванням того, що підходи до якісного розвитку туристичної галузі мають відбуватись комплексно і поетапно.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 №324/95-ВР (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – ст. 24.
2. Закон України «Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» від 16.04.2004 №z0413-04 (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-ІХ (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. Закон України «Про затвердження Загального положення про санаторно-курортний заклад» від 11.10.2002 №805-2001-п (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – №805.
6. 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.
7. Указ Президента України «Про Координаційну раду з реалізації програми «Велике будівництво» від 23.06.2020 №246/2020 // Відомості Верховної Ради України. – 2020.
8. 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.

9. 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.
10. Цивільний кодекс України від 19.06.2003 № 980-IV (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40-44. – ст. 356.
11. Атаманчук З.А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. / Атаманчук З. А. // Бізнес Інформ. – 2020. – № 4. – С. 21-27.
12. Атаманчук З.А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. / Атаманчук З. А. // Бізнес Інформ. – 2021. – № 3. – С. 56-62.
13. Азар В.І. Економіка туристичного ринку. К.: Наука, 1998. – 98с.
14. Алексеев Ю. В. Регіональні аспекти регулювання туристичної галузі України / Алексеев Ю. В. // Матеріали наук.- практ. конф. – 2002. – № 2. – С. 233-234.
15. Алексеев Ю. В. Державне регулювання туризму в Україні. Трансформаційні процеси розвитку туризму та готельного господарства. / Алексеев Ю. В. // Економічний простір. – 2019. – № 2. – С. 19-23.
16. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни / Барвінок Н. В. // The actual problems of regional economy development. – 2022. – № 3. – С. 5-7.
17. Біркович В.І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України / Біркович В. І. // Статистика України. – 2006. – № 3. – С. 83-86.
18. Білоцерківець Н. Україна туристична / Білоцерківець Н. // Українська культура. – 2006. – № 3-4. – С. 8-10.
19. Біркович В.І. Модернізація туристичного та рекреаційного потенціалу регіонів України / Біркович В.І. // Статистика України. – 2006. – № 3. – С. 83-86.
20. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні / Бурнашов І. // Диференційне забезпечення керівництва. – 2005. № 12/7. – С. 1–35
21. Бернекер П. Туризм: Юридичні основи розвитку. / П. Бернекер // Думка. – 2001. – 108 с.

22. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. / Буршанов І. // Диференційне забезпечення керівництва. – 2005. – №12/7. – С. 1–35.
23. Воронкова Т.Є. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. / Воронкова Т. Є // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2020. – №11. – С. 82-87.
24. Герасименко В. Г. Теорія туризму як складова туризмології. / Герасименко В. Г. // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2011. №2 (42). – С.173 - 180.
25. Герасименко В. Г., Михайлюк О. Л. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / Герасименко В. Г., Михайлюк О. Л. // Монографія. – 2019. – 344 с.
26. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні. / Дехтяр Н. А. // Монографія. – 2021.
27. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. // Навчальний посібник. – 2003. – 219 с.
28. Мальська М., Паньків Н., Ховалко А. Історія розвитку туризму. / Мальська М., Паньків Н., Ховалко А. // Навчальний посібник. – 2016. – 233 с.
29. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. / Пуцентейло П.Р. // Навчальний посібник. – 2007. – 344 с.
30. Красовський С. О. Дослідження міжнародного туризму в дисертаційних роботах українських науковців. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. / Красовський С. О. // Культурологія. – 2017. – Вип. 25. – С. 208-213.
31. Побоченко Л.М. Світовий ринок авіаційних перевезень та вплив на нього COVID-19. / Побоченко Л.М. // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2020.– №1. – С. 77-83.
32. Редько К. Ю., Фурс О. С. Основні тенденції розвитку туризму в Україні. / Редько К. Ю., Фурс О. С. // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2020.– №3. – С. 7-13.
33. Терехух А.А., Макар О.П., Ільницька Г.Я. проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні. / Терехух А.А., Макар О.П., Ільницька Г.Я. // Молодий вчений. – 2015. – №11. – С.126-129.

34. Тонкошкур М. В. Міжнародний туризм / Тонкошкур М. В. // Навчальний посібник. – 2013. – 348 с.
35. Чаркіна Т. Ю., Зайцева В. М., Пікуліна О. В., Реукова А. О. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. / Чаркіна Т. Ю., Зайцева В. М., Пікуліна О. В., Реукова А. О. // Агросвіт. – 2022. – № 3. – С. 12-17.
36. Шамара І. М., Гапоненко Г. І., Кривулькіна Д. І. Проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку України в контексті загальносвітових тенденцій / Шамара І. М., Гапоненко Г. І., Кривулькіна Д. І. // Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. – 2020. – № 11. – С. 32-36.
37. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. / Школа І.М. // Навчальний посібник. – 2017. – 662 с.
38. <http://www.ukrstat.gov.ua/> – офіційний сайт Державного комітету статистики України.
39. <https://www.tourism.gov.ua/> – офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму.
40. <https://covid19.who.int/> – офіційний сайт Інформаційної панелі ВООЗ щодо COVID-19.
41. <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> – офіційний сайт Міністерства економіки України.
42. <https://www.wyndhamhotels.com/en-uk/ramada> – офіційний сайт готелю «Ramada».
43. <https://www.statista.com/> – офіційний сайт Statista.
44. <https://visitukraine.today> – офіційний сайт Visit Ukraine today.
45. <https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/> – офіційний сайт UNWTO Tourism online academy.
46. Аналітична записка. Загальні тенденції тіньової економіки в Україні у січні-вересні 2021 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=fc48bdd5-178c-47af-b64c-c7ee533cb4b0&title=ZagalniTendentsiiTinivoiEkonomikiVUkrainiUIKvartali2021-Roku>

47. 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. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/26_2020/3.pdf.
48. Бондаренко Л. А. Міжнародний туризм в Україні: проблеми та перспективи подальшого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5289>.
49. Богатир О. Проблеми української авіації в час пандемії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/01/24/7321510>.
50. Внучко С., Тимошенко Т. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика єс та український реалії [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19-TA-SOTSIALNIY-DIALOG-V-TURISTICHNIY-GALUZI-PRAKTIKA-YES-TA-UKRAYINSKI-REALIYI.pdf>
51. Термінологічний словник / Визначення «Камбуз» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/kambuz>.
52. Термінологічний словник / Визначення «Діліжванс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/dylizhans>.
53. Термінологічний словник / Визначення «Туризм» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/turyzm>.
54. Термінологічний словник / Визначення «Теорія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/teorija>.
55. Термінологічний словник / Визначення «Рекреація» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/rekreacija>.
56. Термінологічний словник / Визначення «Регіональний туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://geohub.org.ua/node/2251>.
57. Визначення «Національний туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://ips.ligazakon.net/document/TM019910>.

58. Термінологічний словник / Визначення «Відпустка в Україні». [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/vidpustka>.
59. Термінологічний словник / Визначення «Стійкий туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://geohub.org.ua/node/2637>.
60. Термінологічний словник / Визначення понять «туризм» та «турист». [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://studfile.net/preview/7666802>.
61. Термінологічний словник / Визначення «Зарубіжний виїзний туризм». [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://ips.ligazakon.net/document/TM019904>
62. Воротнюк Ю. С. Інноваційні технології маркетингу у сфері туристичних послуг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/32079/1/78-82.pdf>
63. Вольська А.О., Годнюк І.В. Наслідки пандемії COVID-19 для туристичної галузі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/365.pdf>.
64. Віртуальна реальність у музеї. Коли оживають динозаври [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.goethe.de/ins/ua/uk/kul/dos/vr/20949031.html>
65. Джинджоян В. В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf
66. Губанова О.Р., Шуптар-Пориваєва Н.Й., Андрущенко О.С. стимулювання туристичної діяльності в умовах коронавірусної кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/126/123>.
67. Горбань Г.П. Економіка і управління. Управління регіональним розвитком туристичної галузі: світовий досвід [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.tourspain.es>.

68. Гугул О. Я., Оливко О. А. Роль в'їзного туризму в Україні та методи його стимулювання. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/22_1_2018ua/17.pdf.

69. Дон О.Д., Хелашвілі К.Г. тенденції розвитку міжнародної туристичної діяльності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/25_2020/8.pdf.

70. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>.

71. Економіка і підприємництво, менеджмент навчальний посібник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/80375/ekonomika/ekonomika_i_pidpriyemnitstvo_menedzhment

72. Зайцева В.М., Корнієнко О.М. міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/FViS-2012-2/055-65.pdf>.

73. Звіт за результатами опитування «Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://drive.google.com/file/d/1rltoXVxPX-ZXAUbFh6MX682sYRP48ZQ2/view>.

74. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>.

75. Карпова В. Виїзний та в'їзний туризм: облік у туроператора. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://i.factor.ua/ukr/journals/bn/2010/august/issue-32/article-82926.html>.

76. Квіцінська М. Туристичний бізнес під час коронавірусу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/turystychnyy-biznes-pid-chas-koronavirusu>.

77. Курбацька Л. М., Кадирус І. Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4588&i=30>.
78. Кузик С. П. Географія туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://pidru4niki.com/1584072043738/turizm/geografiya_turizmu.
79. Кириченко В. В'їзний туризм часів пандемії [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/07/21/676113>.
80. Морозов О. Скільки іноземців побувало в Україні за 2021 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/321701-skilki-inozemtsiv-pobuvalo-v-ukrayini-za-2021-rik#:~:text=>
81. Мікляєва Н. О., Капліна Т. В. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9809/1/%D0%9C%D1%96%D0%BA%D0%BB%D1%8F%D1%94%D0%B2%D0%B0.pdf>.
82. Миронов Ю.Б. особливості інноваційної діяльності у сфері туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov10.htm.
83. Ржеутська Л. Легалізація грального бізнесу в Україні: що зміниться [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/uk/легалізація-грального-бізнесу-в-україні-що-зміниться/a-54160276>.
84. Пічкурова З.В., Кіт Д.О. Проблеми інтеграції України у глобальний інформаційний ринок / З.В. Пічкурова, Д.О. Кіт // Научный взгляд в будущее. – 2019. – Выпуск 12. – Том 1. – С. 81-89. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua/index.php/secciiua12-13/31028-ua12-005>.
85. Пічкурова З.В. Интеллектуализация міжнародної торгівлі в умовах пандемії COVID-19. Економіка та суспільство. 2021. №34. / Пічкурова З. В. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/981>.

86. Подлепіна П.О. Вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: file:///Users/moonlight/Downloads/1_%D0%97%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0_9_%D0%BC_2021_%D0%A2%D0%95.pdf.
87. Рівень тіньової економіки в Україні перевищив 30% / Мінекономіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://minfin.com.ua/ua/2022/02/10/80801573>.
88. Родак К. «Українцям бронюють лише ті готелі, де немає росіян» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://zaxid.net/statti_tag50974.
89. Статистичні дані щодо перетину українського кордону громадянами інших держав [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/statistichni-dani-shchodo-peretinu-ukrayinskogo-kordonu-inozemcyami>.
90. Стецько Н. П. Туризм у системі міжнародних економічних відносин [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPUg_2013_2_21.
91. Скрипка І.В. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/1008/1/Skrypka%20I.%20V.%20MEMTzmi-54.pdf>.
92. Сироїд Н.П. Проблеми розвитку туризму в Україні у контексті сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/388.pdf>.
93. Скавронська І. В. Конкурентні переваги національної економіки на світовому ринку туристичних послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream>.
94. Опанащук Ю. Я. Туристичний бізнес в Україні: складнощі та перспективи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://dpa.cv.ua/ekonomika/turisticheskiy-biznes-v-ukraine-trudnosti-i-perspektivy.html>

95. Ткаченко Т.І., Клімова А.М. розвиток туризму україни в умовах кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://perspectives.pp.ua/public/site/conferency/conf-22.pdf#page=518>
96. Фурса М. В., Кононенко Т.П. Інновації в готельній індустрії – готель, який має «Нуль зірок» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://eprints.kname.edu.ua/51070/1/ilovepdf_com-234-237.pdf
97. Цьохла С.Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti_ukr/cjohla.htm#:~:text
98. Чому туризм? [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://www.ntoukraine.org/investmentwhytourism_ua.html
99. Сирватка Л. Міжнародний туризм – важливий напрямок у міжнародному співробітництві [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti_ukr/syrvatka.htm.
100. Чорний О. Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samy-e-rkie-vremena-vpered-i-proishodit-turizmom-1657645856.html>
101. A New Future of Tourism Vision [Electronic resource]. – Access: <https://www.itmustbenow.com/feature/the-now-team-blog/new-future-tourism-vision/>
102. Evolution and Historical Development of Tourism [Electronic resource]. – Access: <https://sites.google.com/site/worldtourisminformation/home/introduction-to-tourism-and-travel/evolution-and-historical-development-of-tourism>.
103. Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation: Economic Impact Analysis [Electronic resource]. – Access: https://www.icao.int/sustainability/Documents/Covid19/ICAO_coronavirus_Econ_Impact.pdf.
104. On the expediency of travel during the war and the future of Ukrainian tourism - the head of SATD [Electronic resource]. – Access: <https://visitukraine.today/blog/579/on->

[the-expediency-of-travel-during-the-war-and-the-future-of-ukrainian-tourism-the-head-of-satd.](#)

105. World Travel & Tourism Council [Electronic resource]. – Access: <https://www.wttc.org>.

106. How Russia's war on Ukraine impacts travel and tourism [Electronic resource]. – Access: <https://emerging-europe.com/news/how-russias-war-on-ukraine-impacts-travel-and-tourism/>.

107. Haisheng Hu, Yang Yang, Jin Zhang Avoiding panic during pandemics: COVID-19 and tourism-related businesses. Tourism Management [Electronic resource]. – Access: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517721000352>.

108. Xin (Cathy) Jin, Mingya Qu, Jigang Bao (2019). Impact of crisis events on Chinese outbound tourist flow: A framework for post-events growth. Tourism Management [Electronic resource]. – Access: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517719300731#!>

109. International tourism expenditure continues to reflect very weak demand for outbound travel. UNWTO World Tourism Barometer [Electronic resource]. – Access: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourismbarometer-data>.

110. Impact of the russian offensive in ukraine on international tourism [Electronic resource]. – Access: <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism>.

111. International Tourism Highlights. [Electronic resource]. – Access: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456>.

112. Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism [Electronic resource]. – Access: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/16-05-22-impact-russia-ukraine.pdf?q7kCpUZsLi4Su_Zlo1d2b08bH0_L0Pln=

113. COVID-19: Measures to Support Travel and Tourism.UNWTO [Electronic resource]. – Access: <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-supporttravel-tourism>

114. Tourism [Electronic resource]. – Access: <https://www.britannica.com/topic/tourism>.

115. The Travel Camp; Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the way for a more sustainable and inclusive future / World Economic Forum. – World Economic Forum, Geneva, 2017. – 387 p. [Electronic resource]. – Access: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism->

116. Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future [Electronic resource]. – Access: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf.

117. The Ukraine war's \$7 billion hit to global tourism has Middle East hotspots «trying to survive» [Electronic resource]. – Access: <https://edition.cnn.com/travel/article/mideast-summary-04-01-2022-intl/index.html>

118. Ukraine Launches War Tourism For Those That Are Brave Enough To Visit [Electronic resource]. – Access: <https://www.traveloffpath.com/ukraine-launches-war-tourism-for-those-that-are-brave-enough-to-visit/>

119. Ukraine war: international tourism hit as Russian travellers disappear [Electronic resource]. – Access: <https://theconversation.com/ukraine-war-international-tourism-hit-as-russian-travellers-disappear-187121>

120. UNWTO and COVID-19. UNWTO [Electronic resource]. – Access: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>.