

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

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Леся ПОБОЧЕНКО
«_____» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

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

Тема: «Проблеми та перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу»

Виконавець: Коваленко Ілля Іванович,
група МБ-403

(підпис виконавця)

Керівник: к.е.н., професор, професор
кафедри міжнародних економічних відносин,
бізнесу та туризму ФМВ НАУ
Татаренко Наталія Олексіївна

(підпис керівника)

Нормоконтролер: Набок Інна Іванівна

(підпис нормоконтролера)

Київ - 2024

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин, бізнесу та туризму

спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Леся ПОБОЧЕНКО

«_____» _____ 2024р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Коваленко Іллі Івановича

1. Тема роботи «Проблеми та перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу» від «26» березня 2024 р. №441/ст.
2. Термін виконання роботи: з 13 травня 2024 року по 16 червня 2024 року.
3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти щодо регулювання ринку туристичних послуг України, статистичні матеріали Державної служби статистики України, Міністерства фінансів України, Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ), Міністерства Закордонних Справ України (МЗС), матеріали й аналітичні звіти міжнародних компаній: Forbes Україна, Ernst&Young, KPMG, World Investment Report, World Tourism Barometer, щорічні звіти міжнародних організацій: Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) тощо.
4. Зміст пояснювальної записки: теоретичні основи дослідження міжнародного туризму в сучасній світовій економіці, аналіз сучасних тенденцій розвитку міжнародного туристичного бізнесу в умовах кризових явищ, проблеми та перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу в Україні у воєнний та повоєнний період.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 7 таблиць та 25 рисунків.
6. Презентація основних результатів кваліфікаційної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 25 слайдів.

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	11.03.2024	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання кваліфікаційної роботи	25.03.2024	Виконано
3.	Розкрити теоретичні основи дослідження міжнародного туризму в сучасній світовій економіці.	06.05.2024 – 12.05.2024	Виконано
4.	Проаналізувати сучасні тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу в умовах кризових явищ.	13.05.2024 – 19.05.2024	Виконано
5.	Визначити та обґрунтувати проблеми та перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу в Україні у воєнний та повоєнний період.	20.05.2024 – 26.05.2024	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	27.05.2024 – 30.05.2024	Виконано
7.	Оформити кваліфікаційну роботу та пройти перевірку на плагіат	31.05.2024	Виконано
8.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	01.06.2024	Виконано
9.	Передати кваліфікаційну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	03.06.2024	Виконано
10.	Передати кваліфікаційну роботу науковому керівникові для написання відгуку (за 7 днів до захисту)	03.06.2024	Виконано

8. Дата видачі завдання: «12» березня 2024 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис керівника)

Татаренко Н.О.
(П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис випускника)

Коваленко І.І.
(П.І.Б)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Проблеми та перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу»: 96 сторінок, 7 таблиць, 25 рисунків, 81 літературне джерело.

Перелік ключових слів (словосполучень): МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС, МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ, КРИЗА, СВІТОВИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ, ВІЙНА В УКРАЇНІ, ПАНДЕМІЯ COVID-19.

Об'єкт дослідження: міжнародний туристичний бізнес як складова світової економіки.

Предмет дослідження: проблеми та перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу в сучасних умовах.

Мета кваліфікаційної роботи: дослідити проблеми та перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу.

Методи дослідження: загальні методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, класифікація), теоретичні методи (системний аналіз), економіко-статистичні, графічні та інші.

Отримані результати та їх новизна: в процесі дослідження було визначено проблеми та перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу в кризових умовах; наслідки впливу пандемії COVID-19 та війни в Україні на розвиток світового ринку туристичних послуг; міжнародний досвід відновлення та перспективи розвитку туристичної галузі України в повоєнний період.

Значущість виконаної роботи та висновки: подальше створення належних і достатніх умов для відновлення туристичного бізнесу у світі та Україні, а саме створення правових, організаційно-адміністративних, економічних, політичних умов забезпечення туристичної привабливості країн.

Рекомендації щодо використання результатів: матеріали кваліфікаційної роботи рекомендується використовувати для застосування при написанні звітів щодо проблем та перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу під час пандемії COVID-19 та в умовах війни в Україні.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНІЙ СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	10
1.1. Передумови розвитку та сутність міжнародного туризму.....	10
1.2. Класифікація міжнародного туризму в системі світового господарства.....	18
1.3. Вплив кризи на розвиток міжнародного туристичного бізнесу в світі.....	26
РОЗДІЛ 2	
АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ.....	38
2.1. Обсяги, структура та динаміка світового ринку туристичних послуг	38
2.2. Сучасні тренди та новітні напрямки розвитку туристичного бізнесу в світі	53
2.3. Оцінка сучасного стану та тенденцій розвитку туристичного бізнесу в Україні в умовах війни	65
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У ВОЄННИЙ ТА ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	75
3.1. Міжнародний досвід відновлення та перспективи розвитку туристичної галузі України в повоєнний період	75
3.2. Проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні в умовах війни.....	80
ВИСНОВКИ.....	87
СПИСОК БІБЛОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Міжнародний туристичний бізнес є однією з ключових галузей світової економіки, що відіграє важливу роль у сприянні економічному зростанню, створенні робочих місць та розвитку культурного обміну. Однак, ця галузь є надзвичайно вразливою до глобальних криз і конфліктів. Пандемія COVID-19 продемонструвала, наскільки швидко можуть змінитися умови для ведення туристичного бізнесу, призводячи до значних економічних втрат та необхідності адаптації до нових реалій.

Ситуація ще більше ускладнюється в умовах військових конфліктів. Війна в Україні, що розпочалася в 2014 році та загострилася в 2022 році, створила нові виклики для туристичної галузі не лише в Україні, але й на міжнародному рівні. Військові дії призвели до руйнування інфраструктури, втрати людських ресурсів, економічної нестабільності та негативного іміджу країни на світовій арені. Це все значно вплинуло на потоки туристів, як в Україні, так і в регіоні загалом.

Незважаючи на ці виклики, міжнародний туристичний бізнес має потенціал для відновлення та розвитку завдяки здатності адаптуватися до нових умов, впровадженню інноваційних технологій та стратегій, спрямованих на забезпечення безпеки та комфорту туристів. В Україні також є перспективи для відновлення туристичної галузі за умови завершення конфлікту та проведення реформ, спрямованих на відновлення інфраструктури та покращення умов для іноземних та внутрішніх туристів.

Це дослідження спрямоване на аналіз проблем та перспектив розвитку міжнародного туристичного бізнесу в умовах глобальних криз та війни в Україні. Розуміння цих аспектів є ключовим для розробки ефективних стратегій, які сприятимуть стійкому розвитку туристичної галузі та її позитивному впливу на економіку і суспільство, як у глобальному контексті, так і в Україні.

В Україні туристичний сектор має значний потенціал для розвитку, завдяки багатій культурній спадщині, природним ресурсам та гостинності населення. Однак, українська туристична індустрія стикається з унікальними викликами, включаючи політичну та економічну нестабільність, недостатньо розвинену інфраструктуру та необхідність підвищення стандартів якості обслуговування.

Туристична галузь в Україні є однією із фундаментальних в економічному значенні. До початку повномасштабної війни в Україні частка прибутку з туристичних подорожей складала вагомую частину в бюджеті держави. Туризм як вид послуг дає можливість розвитку торгових підприємств і бізнесу. Також розвиток туризму сприяє створенню робочих місць і способів заробітку.

З початком російського вторгнення в Україну сфера туризму значно скоротила свою роботу. Сьогодні туризм в Україні є тією галуззю, яка постраждала чи не найбільше внаслідок бойових дій. У зв'язку із проблемами, які пов'язані з війною: соціальні, економічні, матеріальні й транспортні унеможлиблюється звичне функціонування, розвиток і вдосконалення зовнішнього й внутрішнього туризму. Ведення бойових дій на територіях України завдає чималої шкоди для туристичних об'єктів, а значить і для цілої індустрії.

Особливого значення й актуальності набувають питання напрямів і факторів, які зможуть забезпечити розвиток туризму в умовах війни для створення економічного потенціалу держави у військових умовах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Тема проблем та перспектив розвитку міжнародного туристичного бізнесу є широко досліджуваною у сфері економіки, менеджменту та туризму. Відомими авторами, які зробили значний внесок у цю галузь є: Джон Травелл і Джон Р. Brent Річі, які відомі своєю роботою над впливом глобальних тенденцій на туристичну індустрію; Річард Батлер розробив концепцію життєвого циклу туристичного місця; Едуард Інсіпер і Кріс Купер відомі своїми дослідженнями щодо управління дестинаціями, маркетингу та впливу глобалізації на туризм; Ларрі Двайер досліджував економічний вплив туризму, конкурентоспроможність туристичних дестинацій; Джефрі Кентор і Майкл Холл відомі своєю роботою в галузі туризму та глобалізації та інші.

Міжнародний туризму є достатньо популярною ланкою дослідження. Проблемні аспекти функціонування туризму в Україні досліджували: М. Башак, Н. Булеца, З. Герасимів, Я. Данило, Н. Коваль, Л. Мельник, Ю. Миронов та інші.

Розвиток туристичного бізнесу в Україні під час війни привертає увагу таких дослідників як: Барвінок Н., Грищенко С., Цупка І., Кривенкова Р., Філюк С., Малярчук Н., Чирва О., Олексюк Г., Подольський О., Растворова О., Фастовець О., Захарова Т., Паньків Н., Скрипник М., Роїк О., Недзвецька О. тощо.

Однак питання розвитку міжнародного туристичного бізнесу під час війни та його післявоєнного відновлення з урахуванням світового досвіду потребують подальших досліджень.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження проблем та перспектив розвитку міжнародного туристичного бізнесу.

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

- розглянути передумови розвитку та сутність міжнародного туризму;
- розкрити класифікація міжнародного туризму в системі світового господарства;
- визначити вплив кризи на розвиток міжнародного туристичного бізнесу в світі;
- проаналізувати світовий ринок туристичних послуг, його обсяги, структуру та динаміку;
- розглянути світові тренди розвитку ринку туристичних послуг;
- оцінити сучасний стан та тенденції розвитку туристичного бізнесу в Україні в умовах війни;
- проаналізувати проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні в умовах війни;
- дослідити міжнародний досвід відновлення та запропонувати перспективи розвитку туристичної галузі України в повоєнний період.

Об'єкт дослідження є міжнародний туристичний бізнес як складова світової економіки.

Предмет дослідження є проблеми та перспективи розвитку міжнародного туристичного бізнесу в сучасних умовах.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети в роботі використано наступні методи дослідження: теоретичного узагальнення та порівняння; класифікації та систематизації; аналізу та синтезу; графічний; статистичного аналізу; порівняльних та експертних оцінок, а також методи логічного статистичного, порівняльного, факторного та структурного підходів.

Джерельно-інформаційну базу складають праці та розробки вітчизняних та іноземних науковців та експертів, законодавчі та підзаконні нормативно-правові акти щодо регулювання ринку туристичних послуг України, статистичні матеріали Державної служби статистики України, Міністерства фінансів України, Державного агентства розвитку туризму України, матеріали й аналітичні звіти міжнародних компаній: Ernst&Young, BCG, World Tourism Barometer, World Travel and Tourism Council Data, щорічні звіти міжнародних організацій: Всесвітня туристична організація (UNWTO), Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), Світового банку (СБ), періодичні видання тощо.

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

Коваленко І.І. Маркетингові заходи щодо відновлення роботи туристичних підприємств у післявоєнний період / XV Міжнародна науково-практична конференція «Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі», 25 квітня 2024 р., НАУ, м. Київ. С.156-159.

Коваленко І.І. Всесвітня спадщина ЮНЕСКО як туристичний бренд // IV міжнародна науково-практична конференція «Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії та практики - 2024», 20 квітня 2024р., НАУ, м. Київ. С. 77-80.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку бібліографічних посилань використаних джерел. В роботі розміщено 7 таблиць та 25 рисунків. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 81 найменування на восьми сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНІЙ СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

1.1. Передумови розвитку та сутність міжнародного туризму

Міжнародний туризм займає важливе місце в глобальній економіці, відіграючи роль потужного двигуна економічного зростання та розвитку. Щорічно мільйони людей перетинають міжнародні кордони з метою відпочинку, бізнесу або культурного обміну, що сприяє зміцненню економічних зв'язків між країнами та регіонами. Туристична галузь стимулює розвиток інфраструктури, створює робочі місця, збільшує доходи державних бюджетів через податкові надходження та сприяє покращенню платіжного балансу [19, с.64].

Крім економічних вигод, міжнародний туризм сприяє культурному обміну, підвищує взаєморозуміння між народами та сприяє збереженню культурної спадщини. Завдяки туризму країни мають можливість представити свої культурні та природні багатства світові, що сприяє їх популяризації та розвитку.

Туризм також відіграє важливу роль у стимулюванні інновацій та технологічного прогресу, адже індустрія туризму активно впроваджує нові технології для покращення якості послуг, підвищення ефективності та задоволення потреб туристів. У сучасних умовах, коли світова економіка стикається з численними викликами, такими як пандемія COVID-19, політичні конфлікти та економічна нестабільність, міжнародний туризм демонструє здатність до адаптації та відновлення, продовжуючи бути важливим чинником глобального економічного процвітання.

Міжнародний туризм є багатокомпонентним явищем, що впливає на різні аспекти життя суспільства. Його розвиток обумовлений економічними, соціальними, культурними, політичними та технологічними факторами, які взаємодіють між собою та сприяють зростанню глобальної туристичної індустрії.

Виділимо передумови розвитку міжнародного туризму, які формують основу для його розвитку, забезпечуючи стійке зростання галузі та її позитивний вплив на економіку, культуру та суспільство в цілому [15, с.131], (табл. 1.1):

Таблиця 1.1

Передумови розвитку міжнародного туризму

№	Передумова	Її значення
1.	Економічне зростання та зростання доходів населення	Підвищення рівня доходів у багатьох країнах світу. Збільшення купівельної спроможності населення. Зростання середнього класу, що сприяє збільшенню витрат на подорожі та відпочинок.
2.	Процеси глобалізації	Відкриття кордонів між країнами та регіонами. Лібералізація візового режиму та спрощення процедур перетину кордонів. Підписання міжнародних угод про співпрацю в галузі туризму.
3.	Технологічний прогрес	Розвиток авіаційного транспорту, зниження вартості авіаквитків. Поліпшення транспортних мереж: залізничного, автомобільного та морського транспорту. Використання інтернету для планування подорожей, бронювання квитків і готелів.
4.	Розвиток туристичної інфраструктури	Будівництво нових готелів, курортів, ресторанів та розважальних закладів. Розвиток транспортної інфраструктури: аеропортів, вокзалів, доріг. Поліпшення якості обслуговування та розширення спектру туристичних послуг.
5.	Соціальні зміни та зміна способу життя	Підвищення рівня освіти та інтересу до інших культур і країн. Зміна ставлення до відпочинку та подорожей як до важливої складової якості життя. Зростання популярності активного та екотуризму.
6.	Культурні обміни та міжнародні події	Проведення міжнародних спортивних змагань, культурних фестивалів, виставок та конференцій. Популяризація культурного туризму та пізнавальних подорожей. Розширення міжнародного студентського обміну та навчальних програм.
7.	Політична стабільність та міжнародна співпраця	Політична стабільність у регіонах, які є популярними туристичними напрямками. Сприяння урядів країн розвитку туризму через державні програми та підтримку. Посилення міжнародної співпраці в галузі туризму та спільних ініціатив для розвитку туристичної галузі.
8.	Екологічні та природні фактори	Усвідомлення важливості збереження природних ресурсів та екосистем для розвитку туризму. Популяризація екологічно відповідального туризму. Інвестиції в розвиток природоохоронних територій та національних парків.

Примітка. Складено автором за даними Божидарник Т. Міжнародний туризм: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. С.131.

Одне з перших визначень поняття «**туризм**» сформував австрійський економіст Герман фон Шуллерд у 1910 р. Він трактував його як «загальну суму дій, переважно економічної сутності, що мають безпосереднє відношення до в'їзду, проживання та пересування іноземців всередині і за межами певної держави, міста або регіону» [15, с.146].

У 1954 році ООН визначила поняття «**туризм**» як активний відпочинок, який може вплинути на фізичний розвиток людини, зміцнення здоров'я, за межами постійного місця проживання [53].

В основу сучасного визначення туризму, схваленого на Конференції з туризму і міжнародних подорожей ООН (Рим, 1963 р.), а також визнаного Гаазькою декларацією з туризму (1989) та конференцією ЮНВТО зі статистики подорожей і туризму (Оттава, 1991р.), **туризм** визначається як вид діяльності, що має найважливіше значення для життя людей сучасних суспільств, перетворившись на важливу форму використання вільного часу і основний засіб міжособистісних зв'язків, а також політичних, економічних і культурних контактів.

У 1993 р. Статистична комісія ООН дала визначення **туризму** як діяльності осіб, що подорожують і здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища в період до одного року з метою відпочинку, діловими й іншими цілями [53].

Враховуючи думки науковців, пропонуємо таке визначення поняття «**туризму**» – це складна соціально-економічна система невиробничої галузі, яка, на відміну від інших, включає в себе діяльність територіально окремих фінансово-кредитних, медичних, рекреаційних, лікувально-оздоровчих, митних, освітніх, транспортних, торгівельних, культурно-розважальних, інформаційних, рекламних, об'єктів розміщування і харчування туристичних одиниць, які сприяють тимчасовому індивідуальному, груповому, самодіяльному і плановому в'їзду, виїзду, проживанню та пересуванню всередині і за межами певної держави, міста, регіону людей (споживачів послуг) з метою відновлення працездатності, отримання відпочинку, пізнавальних, спортивних, культурно-розважальних, освітніх, професійно-ділових та спеціалізованих послуг, що здійснюються на підставі

внутрішніх та міжнародних угод з урахуванням діючих національних та міжнародних звичаїв [27, с.9].

В Україні сприятливі кліматичні умови, значний рекреаційний та культурно-пізнавальний потенціал, вигідне географічне розташування, багато цікавих історичних об'єктів. Після набуття Україною (1991 рік) незалежності країна стала на шлях розвитку та вдосконалення туристичної галузі, і особливо її приватного сектору, визначивши туризм пріоритетною галуззю розвитку економіки.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про туризм» під **туристичним продуктом** розуміється попередньо розроблений комплекс туристичних послуг (поєднує не менше двох туристичних послуг), які реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною. Сам туризм є тимчасовим виїздом особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [2].

Надання послуг є найбільш динамічною статтею зовнішньої торгівлі, а туризм – однією з найбільших ланок сфери послуг, яка з кожним роком набуває все більшого розмаху та розвитку, надаючи послуги рекреаційно-оздоровчого характеру.

Туризм, будучи соціально-економічним й духовно-культурним явищем, який має довготривалу історію, й донині не одержав єдиного, універсального, повсюдно визнаного й всеосяжного визначення. Окрім того, й сама наука не має такої назви, яка б була загальноприйнятою в наукових й академічних колах України та за кордоном [19, с. 64].

З погляду економіки, туризм – це специфічний вид споживання матеріальних і духовних благ, послуг і товарів, що давно перетворився в окрему галузь господарства. Потреба у подорожах і відпочинку стимулюється урбанізацією, науково-технічним прогресом, посиленням інформатизації і темпів життя, зростанням життєвого рівня населення [27, с. 11].

Поняття «туризм» (англ. – «**tourism**») тлумачиться різноманітними науковими школами, туристичними організаціями й окремими експертами по-різному. До того ж, туристська термінологія зазнає істотних трансформацій у

зв'язку зі стрімким темпом розвитку туризму, секторів, видів і форм, технологій та інновацій останніх, виникнення та розповсюдження нових туристичних реалій.

В таблиці 1.2 представлені варіанти трактування терміну «туризм»:

Таблиця 1.2

Авторські визначення поняття «туризм»

Автор	Визначення
А. Ю. Александрова	сукупність явищ й відносин, що з'являються у процесі переміщення й «перебування людей у місцях», які є відмінними від їх місця проживання, де вони проживають на постійній основі та роботи
Ю. К. Байназаров	сукупність відносин, які виступають результатом переміщення людей й перебування останніх поза межами місця їх проживання допоки перебування не трансформується в проживання на постійній основі і не пов'язане з одержанням прибутку
О.О. Бейдик	«форма масової подорожі та відпочинку» задля «ознайомлення з навколишнім середовищем», що характеризується освітньою, екологічною, а також іншими функціями»
М. Б. Біржаков	1) «особливий масовий рід подорожей», які мають чітко визначені цілями туризму, які провадяться власне туристами, іншими словами, «діяльність самого туриста», і 2) діяльність, яка пов'язана з організацією й «здійсненням (супроводу) таких подорожей, туристська діяльність»
Закон України «Про туризм»	виїзд (чи подорож) на тимчасовий період осіб з постійного місця проживання з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою, релігійною спортивною, а також іншою метою на термін від двадцяти чотирьох годин до 1 року без провадження будь-якої оплачуваної діяльності й із зобов'язанням полишити країну чи місце перебування в термін, який був визначений
М. І. Кабушкін	галузь економіки, в якій міститься діяльність туристичних організаторів, посередників й агентів
В. А. Квартальнов	переміщення людей з місця власного постійного проживання на тимчасовій основі в іншу країну чи місцевість у межах власної країни у вільний час задля одержання задоволення та відпочинку, гостьових, оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях, проте без заняття оплачуваною роботою у місці, яке відвідується
Н.Ф. Реймерс	будь-яка подорож, що метою має відпочинок й знайомство з «новими регіонами та об'єктами»
М. В. Тонкошкур	виїзд особи з місця постійного проживання на тимчасовій основі в пізнавальних, оздоровчих, професійно-ділових або інших цілях «без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування»

Примітка. Складено автором за даними Мандюк Н. Л. Менеджмент у туризмі: навч. посібник / Н. Л. Мандюк, А. М. Манько. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. С.12.

На основі аналізу вище представлених трактувань, наведемо, найбільш повне системне та комплексне визначення туризму, яке було запропоновано М. І.

Кабушкіним, який розглядає туризм не просто у вигляді поїздки або відпочинку, рекреації, а у вигляді сукупності відносин, а також єдності між явищами та зв'язками, які супроводжують людину під час подорожей [26, с. 10].

Від часів появи перших наукових досліджень щодо туризму, які датуються 1920-30рр., виникла необхідність у закріпленні визначень туризму. Окрім того, формалізація термінів «туризм» і «турист» була необхідною для урядових установам й організацій індустрії туризму. Тракткування туризму формулювались у відношенні до окремих галузей теорії й практики, наприклад: соціології, економіки, географії, культурології й культурної антропології.

Економістами туризм розглядався з точки зору внеску останнього в економічний розвиток дестинації, балансу платежів, попиту та пропозиції, фінансово-економічних показників, зайнятості тощо. Культурологами й соціологами туризм вивчався у відповідності до позиції моделей поведінки туристів (тобто, індивідів та груп), укладу, стилів життя, звичаїв й традицій. Щодо географів, то вони торкалися просторових аспектів туризму, направленості туристських потоків, а також їх розповсюдження на територіях, навантаження на ресурси й землекористування, змін фізичного середовища тощо.

На сьогоднішній день в різноманітних довідкових, наукових, а також навчально-методичних джерелах можна як і раніше, встановити різноманітні трактування туризму, що дає можливість для багатьох дослідників наполягати на тому, що поняття «туризм» є найбільш розпливчастим, а також найбільш невизначеним з усіх термінів, які застосовуються у сфері подорожей й туризму.

При характеристиці дефініції «подорожі», науковцями відзначається розмаїття трактувань, які перекривають одне одного, у той же час зустрічаються тлумачення поняття, що розглядається у вузькому та широкому сенсі. Деякі фахівці вважають поняття «туризм» та «подорожі» тотожними, тоді як зрівнюють «перевезення» й «подорож», а до «туризму» включають усі види туристичної діяльності, які не мають зв'язку з транспортуванням. Ще інші експерти зазначають, що під дефініцією «туризм» розуміються подорожі задля відпочинку й розваг, так як образ туриста стійко асоціюється у останніх із бажанням одержати задоволення, а не з освітою,

бізнесом або науковими дослідженнями як мотивами для здійснення подорожі. Зазначимо, що навіть неспеціалізовані тлумачні словники визначають поняття «туризм» наступним чином: «подорожі для задоволення; бізнес із забезпечення турів та послуг для туристів» (Webster's New University Dictionary).

Деякі з експертів (особливо зарубіжні), задля того аби уникнути розбіжностей й наукових суперечок навколо дефініції «туризм», висловлюють пропозицію щодо застосування сукупного терміну «подорожі та туризм» (travel and tourism) без впровадження розмежувань між двома складовими компонентами останнього [91].

У той же час щодо індустрії, яка здійснює організацію й забезпечення послуги для туристів, було закріплено різноманітні назви як у різних країнах, так і на міжнародному рівні: «індустрія подорожей та туризму» (travel and tourism industry), «індустрія подорожей» (travel industry), «індустрія туризму» (tourism industry), «індустрія гостинності» (hospitality industry) (так, деякі з країни розглядають індустрію гостинності більш широко, у порівнянні з індустрією ресторанів та готелів) і, навіть, «індустрія відвідувань» (visitor industry), [26, с. 8].

Варто зазначити, що терміни «подорожі» і «туризм», у відповідності до точок зору професіоналів туризму, не являються синонімічними. В загальному не викликає розбіжностей також й те, що людина, що провадить туристичну подорож, туристську поїздку, йменується «туристом» (tourist) чи «відвідувачем» (visitor) в загальному вигляді.

Базуючись на визначеннях туризму, які були рекомендованими міжнародними організаціями, в багатьох країнах, які приймають участь у туристських обмінах, розроблювались та застосовувались власні національні підходи й трактування. Зокрема, у 1976 р. Інститутом туризму (що згодом став Британським туристським товариством) у Великій Британії було висловлена пропозиція застосовувати наступне визначення: «Туризм – це пересування людей на тимчасовій короткостроковій основі у дестинації, які знаходяться поза межами місць їх проживання та роботи на постійній основі, а також діяльність у період перебування у таких дестинаціях; до нього входить пересування з усіма цілями, а також овідвідування та екскурсії, терміном на один день [45].

Вищенаведене трактування туризму було видозмінено Міжнародною конференцією з відпочинку, рекреації, туризму, яка проводилася Міжнародною асоціацією наукових експертів з туризму (AIEST), а також Британським туристським товариством та було ухвалено в наступній редакції: «Туризм може бути визначений як конкретні види діяльності, самостійно обрані та реалізовані за межами свого середовища проживання. Туризм може включати або не включати ночівлі поза домом» [47].

Таким чином, сутність туризму полягає у переміщенні людей за межі їхніх країн проживання з метою відпочинку, бізнесу, культурного обміну або інших цілей. Це складний та багатогранний феномен, що включає такі аспекти:

1. Економічний аспект: Міжнародний туризм є важливим джерелом доходів для багатьох країн, сприяючи створенню робочих місць та розвитку пов'язаних галузей економіки, таких як транспорт, готельний та ресторанний бізнес, розваги.

2. Соціокультурний аспект: Туризм сприяє культурному обміну, взаєморозумінню між народами та збереженню культурної спадщини. Туристи мають можливість ознайомитися з культурою, традиціями та способом життя інших народів.

3. Екологічний аспект: Міжнародний туризм може мати як позитивний, так і негативний вплив на довкілля. З одного боку, туризм може сприяти збереженню природних та культурних ресурсів, з іншого - призводити до їх деградації через надмірне використання та забруднення.

4. Політичний аспект: Туризм сприяє зміцненню міжнародних відносин та співпраці між країнами, сприяючи політичній стабільності та безпеці.

5. Технологічний аспект: Використання сучасних технологій у туризмі полегшує процес планування подорожей, бронювання послуг та забезпечення безпеки туристів.

Міжнародний туризм є багатокомпонентним явищем, що впливає на різні аспекти життя суспільства. Його розвиток обумовлений економічними, соціальними, культурними, політичними та технологічними факторами, які взаємодіють між собою та сприяють зростанню глобальної туристичної індустрії.

1.2. Класифікація міжнародного туризму в системі світового господарства

На сьогоднішній день існує дуже багато поглядів на туризм як на галузь господарства, так і на міжгалузевий комплекс чи ринок, де туристичне підприємство з продукції різноманітних галузей утворює туристичний продукт. Нині науковцями не сформовано єдиного однозначного тлумачення термінів «туризм» та «міжнародний туризм», які були б загальноприйнятними. Здійснивши аналіз наукової літератури, узагальнимо, що під поняттям «туризм» доцільно розуміти сукупність відносин, а також єдність явищ й зв'язків, які супроводжують людину під час подорожей.

Види туризму мають велике значення для практичної діяльності працівників туристської сфери. Вони допомагають виявляти попит на туристичні послуги і формувати ринок туризму, виробляти і реалізовувати туристичні продукти, вирішувати проблеми територіального розміщення об'єктів туристичної інфраструктури, планувати розвиток матеріальної бази туризму. Види туризму характеризуються значною різноманітністю.

Існують різні класифікації туризму і туристських маршрутів. Ці класифікації залежать від цілей і завдань, що стоять перед організаторами туристської діяльності і туристськими підприємствами.

На сьогоднішній день існують різноманітні класифікації туризму у відповідності до різних класифікаційних ознак, наприклад, у відповідності до типів, видів, форм тощо. Зазначимо, що види туризму визначаються з різних основоположних критеріїв. Зокрема, «Тезаурус з туристської та дозвільної діяльності» ЮНВТО містить орієнтовно двісті термінів, які відзеркалюють сутність видів міжнародного туризму [73].

До того ж, класифікації видів туризму можуть бути поділені на наступні:

- **офіційні** (закріплені у міжнародних нормативних правових актах, а також актах національного законодавства);
- **неофіційні** (їх ще йменують наукові, які розробляються для наукових й

освітніх цілей).

Наукові класифікації видів туризму можуть бути проведені, базуючись на чинних законодавчих нормах щодо цілей туризму, поняття туристських ресурсів, принципів організації й фінансування тощо [34, с. 230].

Міжнародний туризм є складною та багатогранною галуззю, яка має значний вплив на світову економіку. Для кращого розуміння та аналізу цієї галузі її класифікують за різними критеріями [15, с.276]:

1. За метою подорожі:

1.1. Рекреаційний туризм: Подорожі з метою відпочинку, оздоровлення та розваг. Приклади: пляжний відпочинок, гірськолижний туризм, круїзи.

1.2. Культурний туризм: Подорожі з метою ознайомлення з культурною спадщиною, мистецтвом, історією та традиціями. Приклади: відвідування музеїв, історичних місць, фестивалів.

1.3. Бізнес-туризм: Подорожі з діловими цілями, включаючи участь у конференціях, виставках, семінарах та ділових зустрічах. Приклади: бізнес-форуми, торгові виставки.

1.4. Екотуризм: Подорожі, спрямовані на збереження природи та підтримку місцевих громад. Приклади: сафари, подорожі в національні парки, екологічні тури.

1.5. Пригодницький туризм: Активні подорожі з елементами пригод та екстриму. Приклади: альпінізм, рафтинг, піші походи.

1.6. Медичний туризм: Подорожі з метою отримання медичних послуг та лікування. Приклади: відвідування клінік, санаторіїв, оздоровчих центрів.

1.7. Релігійний туризм: Подорожі з релігійними та духовними цілями. Приклади: паломництво, відвідування святих місць.

2. За напрямом руху туристів:

2.1. В'їзний туризм: Туризм, що включає відвідування країни іноземними туристами. Це джерело іноземної валюти та стимул для розвитку місцевої економіки.

2.2. Виїзний туризм: Подорожі громадян країни за кордон. Це спосіб розширення культурних та економічних зв'язків з іншими країнами.

2.3. Внутрішній туризм: Подорожі в межах однієї країни. Хоча він не є міжнародним, внутрішній туризм тісно пов'язаний з міжнародним туризмом через розвиток інфраструктури та економічний вплив.

3. За тривалістю подорожі:

3.1. Короткостроковий туризм: Подорожі, що тривають менше ніж тиждень. Приклади: вихідні в іншій країні, короткі відрядження.

3.2. Довгостроковий туризм: Подорожі, що тривають більше тижня. Приклади: відпустки, довгострокові бізнес-поїздки.

4. За типом організації:

4.1. Організований туризм: Подорожі, організовані туристичними агенціями або туроператорами. Це включає пакетні тури, що охоплюють транспорт, проживання, харчування та екскурсії.

4.2. Самостійний туризм: Подорожі, організовані самими туристами без допомоги туроператорів. Туристи самостійно планують маршрути, бронюють квитки та готелі.

5. За формою подорожі:

5.1. Груповий туризм: Подорожі групами туристів, які мають спільні інтереси або цілі подорожі. Приклади: туристичні групи, шкільні поїздки.

5.2. Індивідуальний туризм: Подорожі, здійснювані окремими туристами або невеликими групами, які самостійно організовують свої подорожі.

6. За віковими категоріями туристів:

6.1. Дитячий та молодіжний туризм: Подорожі, організовані для дітей та молоді. Приклади: шкільні табори, молодіжні фестивалі.

6.2. Туризм для дорослих: Подорожі, призначені для дорослих туристів. Приклади: круїзи, бізнес-поїздки.

6.3. Туризм для літніх людей: Подорожі, спрямовані на потреби та інтереси людей похилого віку. Приклади: оздоровчі тури, культурні подорожі.

Класифікація міжнародного туризму дозволяє краще зрозуміти структуру та динаміку цієї галузі, визначити ключові тенденції та виклики, а також розробити ефективні стратегії розвитку та управління туристичними потоками.

Міжнародний туризм може бути класифікований у відповідності до різноманітних точок зору, на основі ряду принципів й критеріїв. Класифікацію видів туризму провадять не тільки експерти та наукові співробітники, але й міжнародні організації, наприклад, ЮНВТО. За нинішніх умов туристичною індустрією може бути запропоновано орієнтовно двісті різноманітних видів спеціалізованого відпочинку, що направлені на задоволення потреб туристів, а також на захист пам'яток культурної спадщини, довкілля.

Сьогодні традиційні види туризму переживають стадію занепаду, однак водночас спостерігається поява нових видів і форм відпочинку, яка враховує обмеження на тимчасові переміщення й особливості ділових і міжособистісних комунікацій у дистанційному режимі.

Спеціалізовані види туризму відображають різноманітність інтересів і потреб туристів, а також пропонують унікальні подорожні враження. Ось деякі з них [45]:

1. Екотуризм: Подорожі з акцентом на збереження природи та підтримку місцевих громад. Приклади: національні парки, природні заповідники, екологічні тури.

2. Пригодницький туризм: Активні подорожі, що включають фізичні виклики та пригоди. Приклади: альпінізм, рафтинг, скелелазіння, піші походи.

3. Культурний туризм: Подорожі з метою ознайомлення з культурною спадщиною, мистецтвом і традиціями. Приклади: відвідування музеїв, історичних місць, культурних фестивалів.

4. Гастрономічний туризм: Подорожі з акцентом на вивчення місцевої кухні та гастрономічних традицій. Приклади: винні тури, кулінарні майстер-класи, гастрономічні фестивалі.

5. Медичний туризм: Подорожі з метою отримання медичних послуг та лікування. Приклади: лікування в клініках, санаторіях, оздоровчих центрах.

6. Релігійний туризм: Подорожі з релігійними або духовними цілями. Приклади: паломництво, відвідування святих місць, релігійні фестивалі.

7. Спортивний туризм: Подорожі, пов'язані з участю у спортивних заходах або переглядом спортивних подій. Приклади: марафони, футбольні матчі, Олімпійські ігри.

8. Екстремальний туризм: Подорожі, що включають ризикові та екстремальні види діяльності. Приклади: банджі-джампінг, дайвінг з акулами, парапланеризм.

9. Науковий туризм: Подорожі, пов'язані з науковими дослідженнями або навчанням. Приклади: археологічні розкопки, наукові експедиції, навчальні тури.

10. Круїзний туризм: Подорожі на круїзних суднах з відвідуванням кількох DESTИНАЦІЙ під час однієї поїздки. Приклади: морські круїзи, річкові круїзи.

11. Розважальний туризм: Подорожі з метою відпочинку та розваг. Приклади: відвідування тематичних парків, аквапарків, казино.

12. Сільський туризм: Подорожі до сільських районів з метою ознайомлення з сільським життям та традиціями. Приклади: проживання в агротуристичних господарствах, участь у сільськогосподарських роботах.

13. Конгресно-виставковий туризм: Подорожі з метою участі у конференціях, виставках, бізнес-зустрічах. Приклади: міжнародні виставки, ділові форуми, конгреси.

14. Військовий туризм: Подорожі до місць бойових дій, військових меморіалів та музеїв. Приклади: екскурсії по полях битв, відвідування військових музеїв.

15. Освітній туризм: Подорожі з метою навчання та підвищення кваліфікації. Приклади: мовні курси за кордоном, стажування, навчальні тури.

Ці спеціалізовані види туризму дозволяють туристам отримати унікальний досвід, задовольнити свої інтереси та розширити свої горизонти, а також сприяють розвитку різних аспектів туристичної індустрії.

Формування пропозицій на ринку туристичних послуг в Україні відбувається за такими видами туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, екологічний (зелений), культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, підводний, гірський, пригодницький, мисливський, автомобільний, самодіяльний

туризм, а також після війни – військовий туризм. Варто зазначити, що саме ці туристичні послуги є основним драйвером формування та перспектив розвитку туристичного ринку в Україні [19, с.65].

Розглянемо спеціалізовані види туризму на рис. 1.1.:

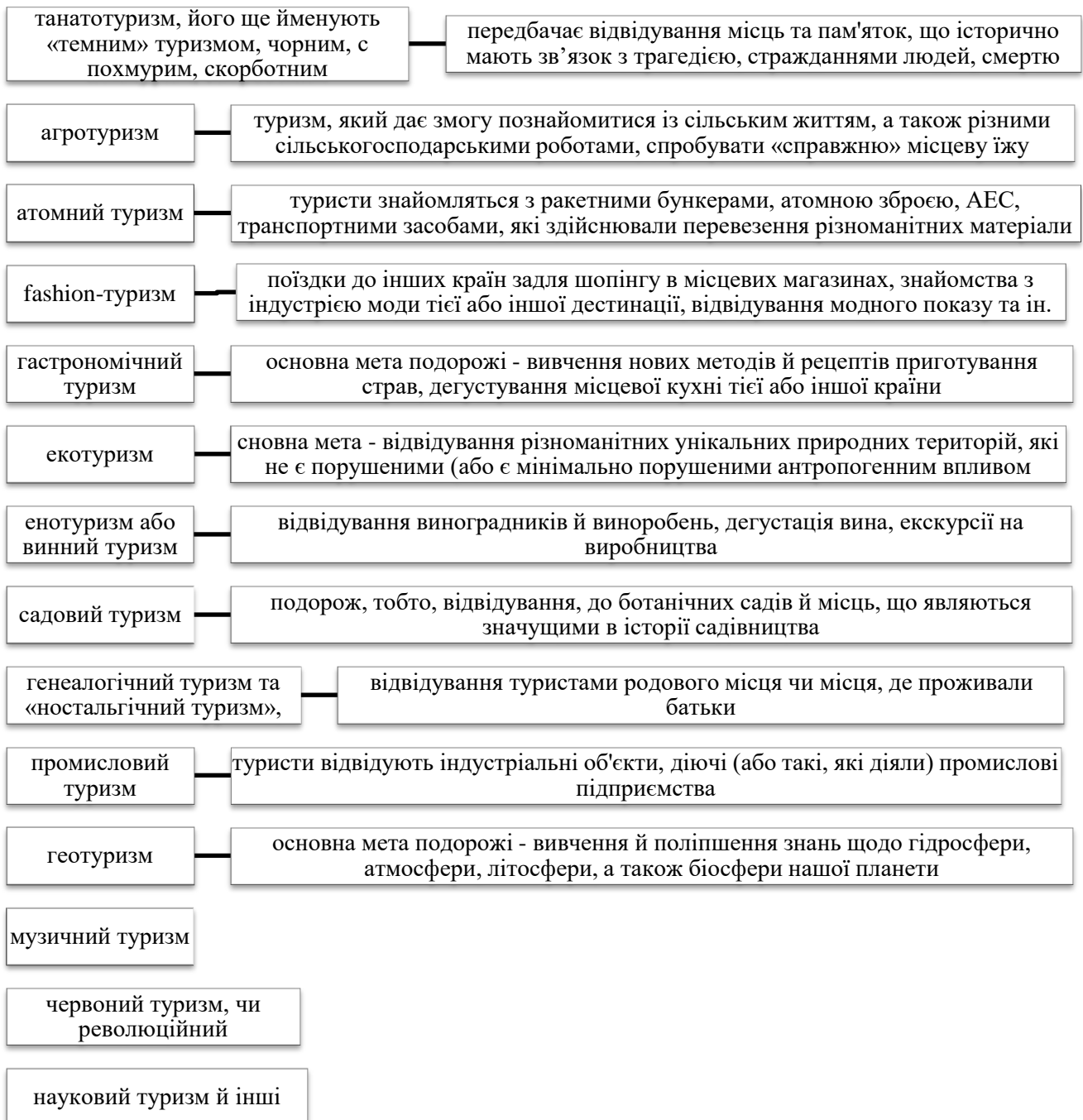


Рис. 1.1. Спеціалізовані види туризму.

Примітка. Примітка. Побудовано автором за даними Юхновська Ю.О. Формування та розвиток потенціалу туристичної галузі: регіональний аспект: монографія. Запоріжжя. Просвіта, 2020. С. 46.

Також, виділяють **незвичайні види туризму**. Незвичайні види туризму набирають популярності серед тих, хто шукає унікальні та незабутні враження. Ось декілька прикладів таких видів туризму:

1. Туризм привидів (Ghost Tourism): Подорожі до місць, відомих своїми привидами або паранормальними явищами. Приклади: відвідування замків з привидами, старих кладовищ, занедбаних будівель.

2. Темний туризм (Dark Tourism): Подорожі до місць, пов'язаних з трагедіями, смертю або катастрофами. Приклади: концентраційні табори, місця природних катастроф, музеї геноциду.

3. Туризм на атомних об'єктах (Atomic Tourism): Відвідування місць, пов'язаних з атомною енергетикою або ядерною зброєю. Приклади: Чорнобильська зона відчуження в Україні, музей атомної бомби в Хіросімі.

4. Туризм у занедбаних місцях (Urban Exploration): Дослідження занедбаних будівель та інфраструктур. Приклади: покинуті лікарні, фабрики, військові бази.

5. Вулканічний туризм (Volcano Tourism): Подорожі до активних вулканів та вулканічних ландшафтів. Приклади: вулкан Везувій в Італії, вулкан Кілауеа на Гавайях.

6. Туризм у пустелях (Desert Tourism): Дослідження пустельних регіонів. Приклади: пустеля Сахара, пустеля Атакама в Чилі.

7. Туризм на Північний та Південний полюси (Polar Tourism): Подорожі до Арктики та Антарктики. Приклади: круїзи на Північний полюс, експедиції до Антарктиди.

8. Туризм у місця з екстремальними умовами (Extreme Environment Tourism): Подорожі до місць з екстремальними кліматичними або природними умовами. Приклади: Мертве море, Великий бар'єрний риф, Гімалаї.

9. Туризм у космос (Space Tourism): Комерційні польоти в космос. Приклади: суборбітальні польоти, майбутні польоти до Місяця та Марсу.

10. Туризм у мікронаціях (Micronation Tourism): Відвідування самопроголошених мікронацій. Приклади: Сіландія, Ладонія, Республіка Узупіс.

11. Туризм у "стилі життя" (Lifestyle Tourism): Подорожі, спрямовані на занурення в інші стилі життя. Приклади: участь у житті віддалених племен, екскурсії у місця, де живуть хіпі.

12. Туризм у підводних готелях (Underwater Tourism): Проживання в готелях під водою. Приклади: Jules' Undersea Lodge у Флориді, The Manta Resort в Танзанії.

13. Агро-туризм у глибокому селі (Rural Farm Tourism): Проживання та участь у повсякденному житті фермерів у віддалених селах. Приклади: робота на фермі в Альпах, участь у зборі врожаю в Італії.

14. Туризм у "науково-фантастичних" локаціях (Sci-Fi Tourism): Відвідування місць, пов'язаних з науково-фантастичними фільмами або книгами. Приклади: зйомочні локації "Зоряних воєн" у Тунісі, "Стар Трек" в США.

15. Туризм на борту ретро-поїздів (Heritage Railway Tourism): Подорожі на старовинних поїздах з історичною цінністю. Приклади: Венеційський Simplon-Orient-Express, The Rocky Mountaineer в Канаді [15, с.186].

Ці незвичайні види туризму дозволяють мандрівникам відчувати щось нове та унікальне, отримати незабутні враження та досвід, який відрізняється від традиційних туристичних маршрутів.

Таким чином, туризм – це багатогранне явище, і саме тому подати чітку класифікацію видів туризму складно. Сутність класифікації туризму полягає у виділенні окремих видів і форм туризму за найрізноманітнішими напрямками. Тому ще й досі відсутня чітка загальноприйнята класифікація туризму, що має місце з огляду на те, що майже неможливо виокремити чисті форми і види сучасного туризму. Саме тому дане питання потребує додаткового вивчення, оскільки класифікація туризму за видами і формами дозволяє розв'язати ряд проблем розвитку та територіальної організації туристичного господарства, виявити попит на окремі види туризму і на даній основі будувати стратегію розвитку туристичної сфери країни.

1.3. Вплив кризи на розвиток міжнародного туристичного бізнесу в світі

Індустрія туризму характеризується широким спектром галузей і сильною рушійною силою, завдяки чому вона відіграє важливу роль у сприянні економічному зростанню та інших аспектах. До початку пандемії коронавірусу туристична індустрія була однією з найприбутковіших галузей у світі. Але пандемія, що пролетіла країнами, зупинила діяльність цього бізнесу та внесла свої корективи.

Світова туристична індустрія опинилася у кризовому стані, для виходу з якого потрібно було розробити стратегії антикризового менеджменту туристичного бізнесу, прийняти не один десяток дієвих управлінських рішень, та запровадити додаткові антикризові заходи, які допомогли вийти туристичному бізнесу з кризи.

Туристична індустрія, яка була самостійною галуззю з динамічним розвитком світового господарства, за останні три роки зазнала великих змін через вплив світової пандемічної кризи. Туристичний бізнес світу опинився в скрутному становищі, і необхідно було розробити антикризові заходи, щоб змінити цю ситуацію та ринок туризму ефективно запрацював, а туристичний потік збільшився і туристичні компанії та держава отримали прибуток.

До недавнього часу, туризм був одним з перспективних напрямів соціально-економічного розвитку, джерелом валютних надходжень. Індустрія туризму допомагає розвитку інших галузей, створює багато нових робочих місць, виступає фактором сталого розвитку сільських територій, створює позитивний імідж окремих регіонів та країни в цілому. Але в умовах кризи все змінилося.

В часи пандемії та довгих карантинних заходів, весь транспорт зупинив свою роботу, закрилось велика кількість підприємств, у тому числі й туристичних, збанкрутіли 25% туристичних компаній, багато людей втратили свою роботу. Настав час переосмислити надання туристичних послуг, тому що стало не можливо працювати в таких умовах, нічого не змінюючи.

Згідно зі звітом ООН «Світова економічна ситуація та перспективи» (WESP) прогнозується, що міжнародна торгівля відновиться з 0,6% у 2023 році до 2,4% у 2024 році, хоча це буде нижче тенденції до пандемії в 3,2%. На відміну від слабшої

торгівлі товарами у 2023 році, торгівля послугами продовжувала відновлюватися, зокрема туризмом і транспортом. У 2023 році міжнародний туризм досяг 88% рівня до пандемії, і, за прогнозами, у 2024 році він перевищить ці рівні на 2% [53].

Також, згідно з першим Всесвітнім туристичним барометром року ЮНВТО, міжнародний туризм у 2023 році склав 88% від рівня до пандемії, за оцінками, 1,3 мільярда міжнародних прибуттів. Очікується, що вивільнення залишкового відкладеного попиту, збільшення повітряного сполучення та активніше відновлення азіатських ринків і напрямків стануть основою повного відновлення до кінця 2024 року [45], (рис. 1.2.):

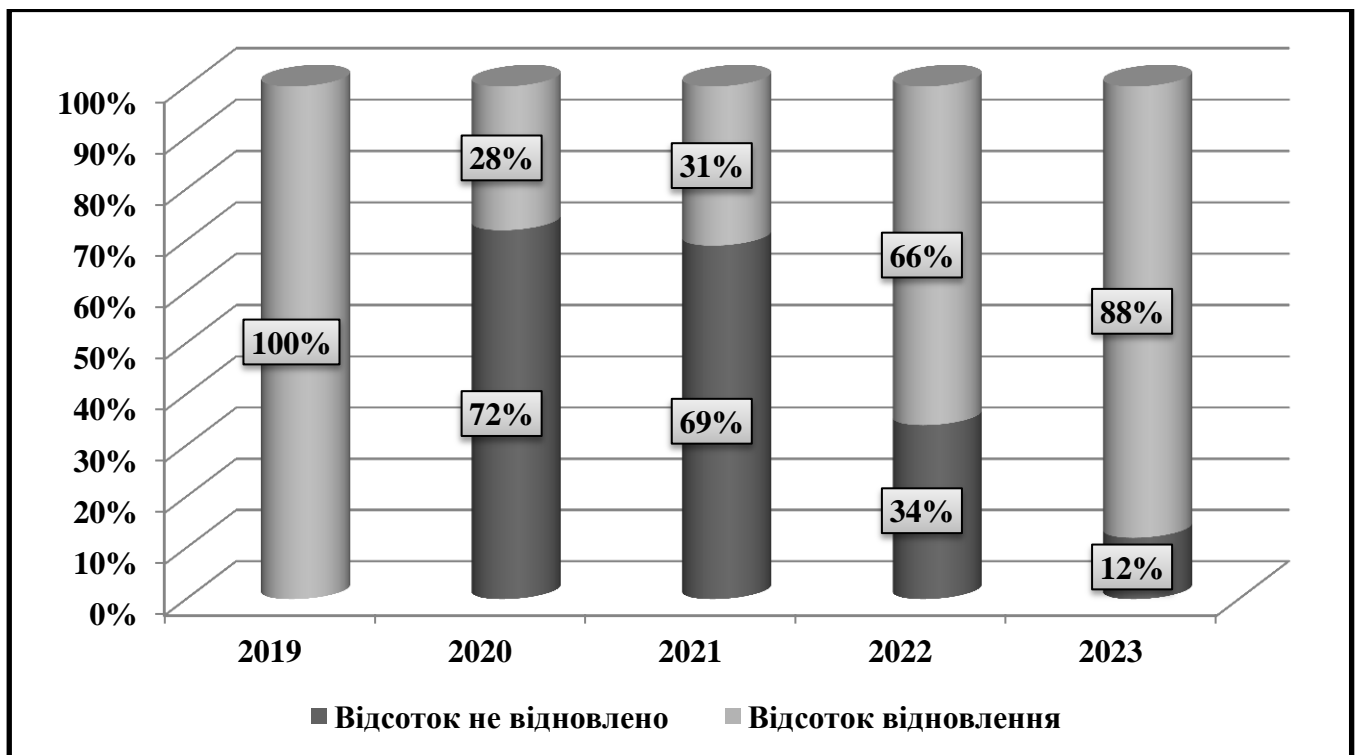


Рис. 1.2. Відновлення міжнародних туристичних прибуттів в 2019-2023рр., (відсоток від рівня 2019 року).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2024.

Світовий туризм пережив найглибшу кризу в історії під час пандемії COVID-19, з 2020 по 2022 рік. Міжнародні туристичні прибуття впали з 1464 мільйонів осіб у 2019 році до 407 мільйонів у 2020 році, що на 75% менше через глобальні карантинні заходи, широкомасштабні обмеження на подорожі та падіння попиту

відвідувачів. У 2021 році у світі було зафіксовано 457 мільйонів міжнародних прибуттів, що на 9% або на 50 мільйонів туристів більше, ніж у 2020 році.

За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) в 2022 році спостерігалось часткове відновлення міжнародних подорожей, що було спричинене сильним відкладеним попитом і пом'якшенням обмежень, при цьому кількість прибуттів зростає до 960 мільйонів осіб, що на 133% більше попереднього року, але ще залишалася на 34% нижче рівня 2019 року [45], (рис. 1.3.):



Рис. 1.3. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів та темпи їх приросту/падіння в період 2000-2023рр. та прогноз на 2024 рік, (млн. осіб; %).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

За даними ЮНВТО, кількість міжнародних туристичних прибуттів у 2019 році сягнула 1,464 млрд. осіб, відображаючи 4% зростання порівняно з показником 2018 роком (приріст 57 млн. чоловік), що в підсумку для світового туризму є десятим поспіль роком із позитивною динамікою [45], (табл. 1.3):

Тенденції розвитку міжнародного туризму в світі
в 2000-2023рр. та прогноз на 2024 рік

Рік	Міжнародні туристичні прибуття, млн. осіб	Темпи приросту (падіння) по відношенню до попереднього року, %	Динаміка росту в абсолютному значенні по відношенню до попереднього року, млн. осіб
2000	673	6,5%	46
2001	678	1%	5
2002	698	2,9%	20
2003	689	-1,4%	-9
2004	760	10,6%	71
2005	809	6%	49
2006	861	4,6%	52
2007	911	6,5%	50
2008	929	2%	18
2009	894	-4,2%	-35
2010	957	8,2%	63
2011	1003	5%	46
2012	1050	4%	47
2013	1100	5%	50
2014	1146	4%	45
2015	1206	6%	57
2016	1243	4%	40
2017	1332	7%	89
2018	1407	5%	75
2019	1464	4%	57
2020	407	-75%	-1057
2021	457	9%	50
2022	960	133%	503
2023	1286	35,20%	326
2024 прогноз	1530	17,20%	244

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО).

Водночас у 2019 році показники розвитку міжнародного туризму дещо сповільнилися на тлі невизначеності навколо Brexit у ЄС, зафіксованого глобального економічного спаду та тотальної геополітичної й соціальної напруженості у світі, а також пандемією COVID-19.

В 2020 році кількість прибуттів залишилася на 75% нижче рівня допандемічного 2019 року. Це найгірший рік для туризму через безпрецедентний вплив пандемії COVID-19 [45], (рис. 1.4.):

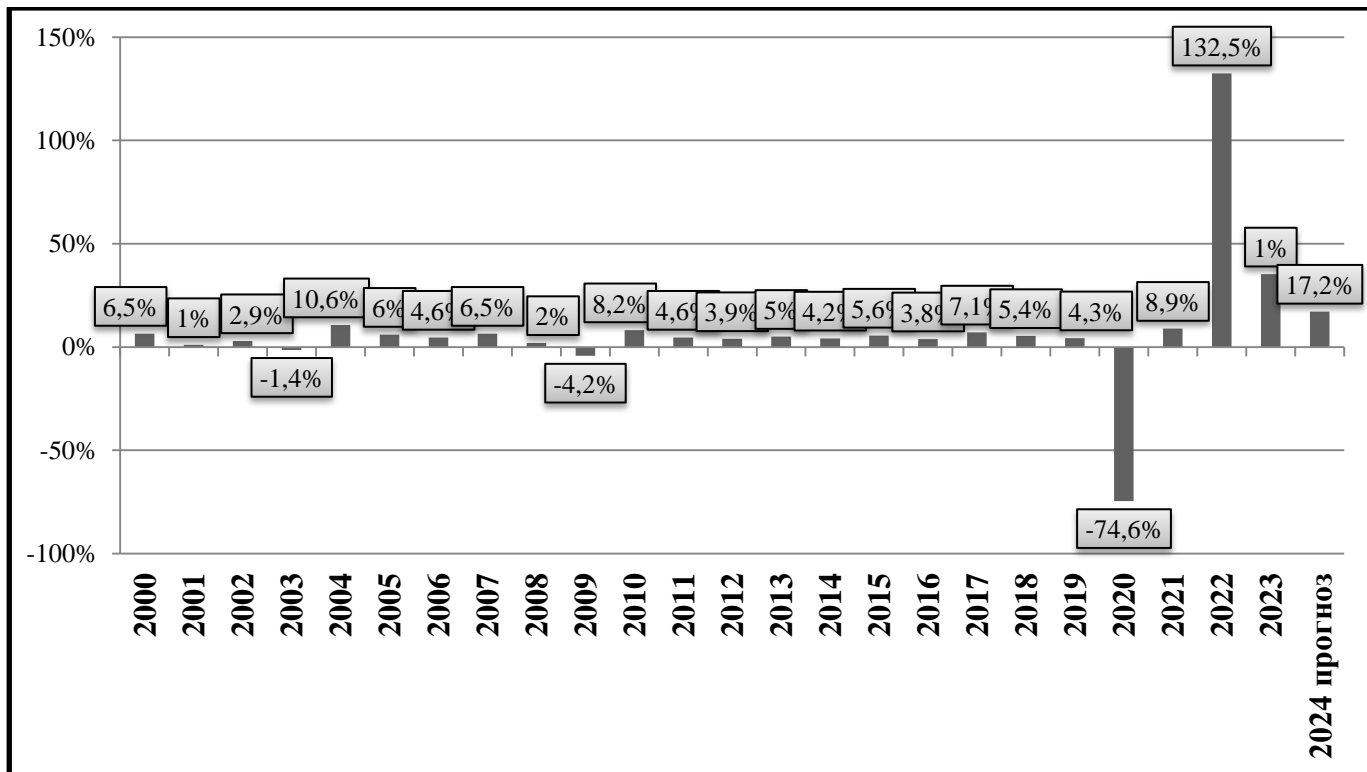


Рис. 1.4. Темпи приросту (падіння) міжнародних туристичних прибуттів у світі в 2000-2023рр. та прогноз на 2024 рік, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2024.

Скорочення міжнародного туризму на 75% в 2020 році пов'язане з обмеженнями на поїздки, побоюваннями споживачів і глобальною боротьбою за стримування коронавірусу. Все це призвело до того, що цей рік став найгіршим в історії туризму. Несприятливі глобальні тенденції негативно позначилися на туристичних потоках у цілому й роботі міжнародних туристичних компаній.

У 2021 році кількість прибуттів дещо зросла, але залишилася на 69% нижче рівня 2019 року, оскільки світ продовжував боротися з пандемією, а більшість обмежень залишалися в силі. Тим часом внутрішній туризм на багатьох ринках помірно відновився [45].

Якщо проаналізувати динаміку міжнародних туристичних прибуттів в 23-річний період 2000-2023рр. в контексті криз, то за досліджуваний період маємо три кризи:

1. В 2003 році - Епідемія SARS.
2. В 2009 році - Світова економічна криза.
3. В 2020 році - Пандемія COVID-19 [45; 82-86], (рис.1.5.):

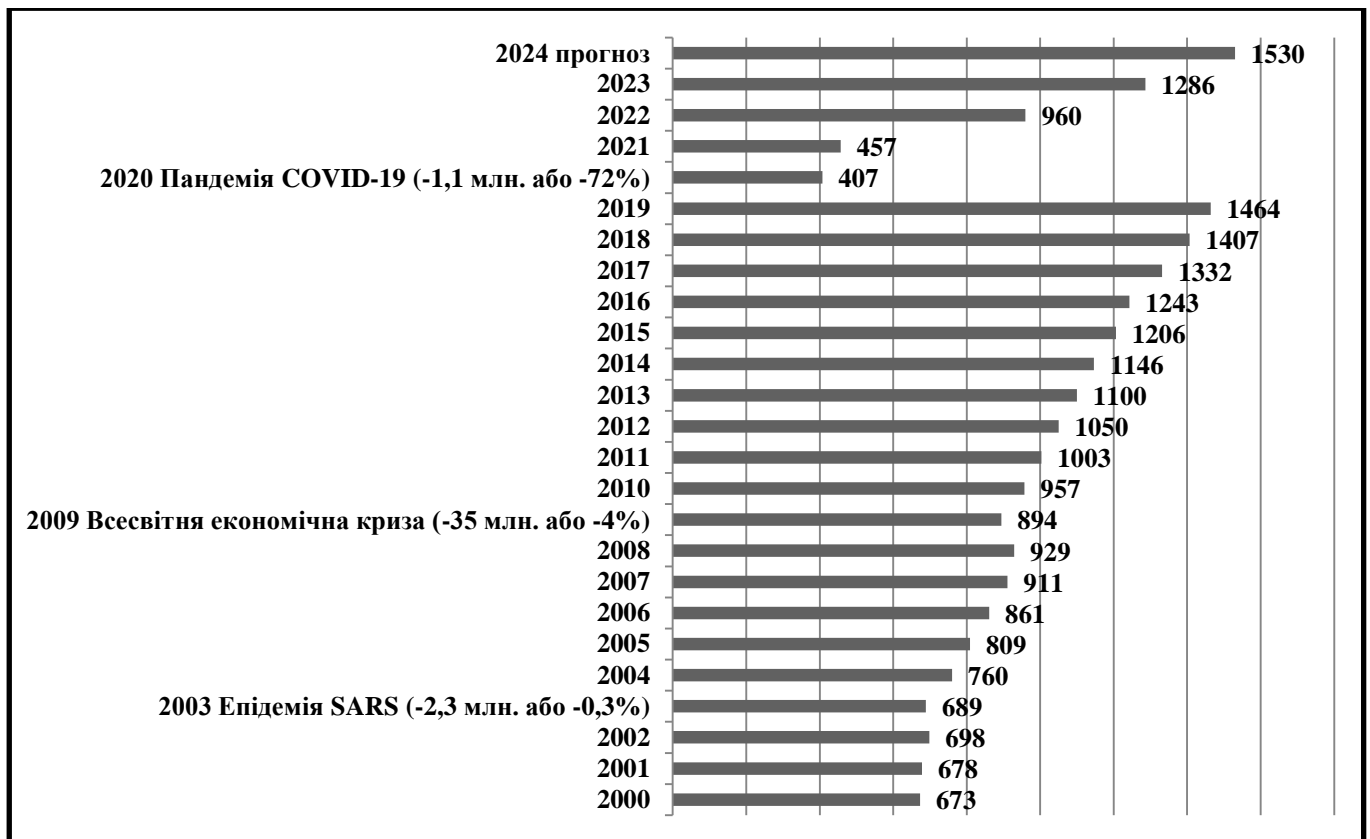


Рис. 1.5. Міжнародні туристичні прибуття в 2000-2023рр.

та прогноз на 2024 рік в контексті криз, (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

За оцінками, у 2023 році в усьому світі було зареєстровано 1286 мільйонів міжнародних туристів (відвідувачів, які ночували), що на 34% більше, ніж у 2022 році. Міжнародний туризм відновив 88% від допандемічного рівня завдяки сильному відкладеному попиту [45; 82-86], (див. Рис.1.6.).

Після успішного 2023 року міжнародний туризм має правильний шлях до повернення до рівня до пандемії у 2024 році. Очікується, що вивільнення

залишкового відкладеного попиту, збільшення авіасполучення та активніше відновлення азійських ринків і напрямків стануть основою повного відновлення до кінця 2024 року.

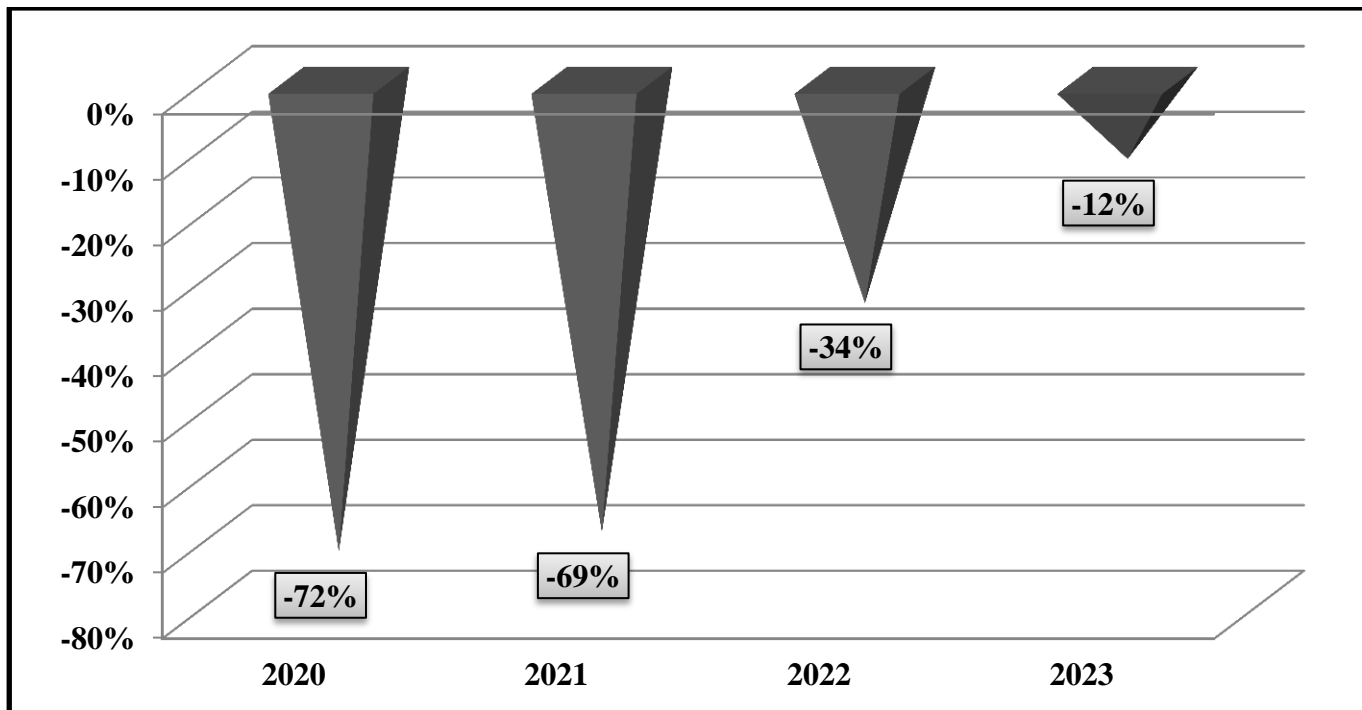


Рис. 1.6. Зміна динаміки міжнародних туристичних прибуттів у 2020-2023рр., (у % зміни порівняно з 2019 роком).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

2024 рік вважається одним із важливих для сектору подорожей і туризму. Оскільки вплив COVID-19 почав долати, туристичний бізнес у всьому світі з часом почав набирати обертів. Є ґрунтовні прогнози щодо туризму на 2024 рік. Численні аналізи, як правило, показують потенційні можливості для сектору туризму. З 2019 по 2023 роки індустрія туризму була розсіяна COVID-19, а після втручання пандемії цикл туризму 2024 року потрапив у американські гірки [45; 92], (рис. 1.7.):

Останні дані ЮНВТО також підкреслюють економічний вплив відновлення. У 2023 році міжнародний туризм досяг 1,4 трильйона доларів США. У 2024 році міжнародний туризм досягне допандемічного рівня [45].

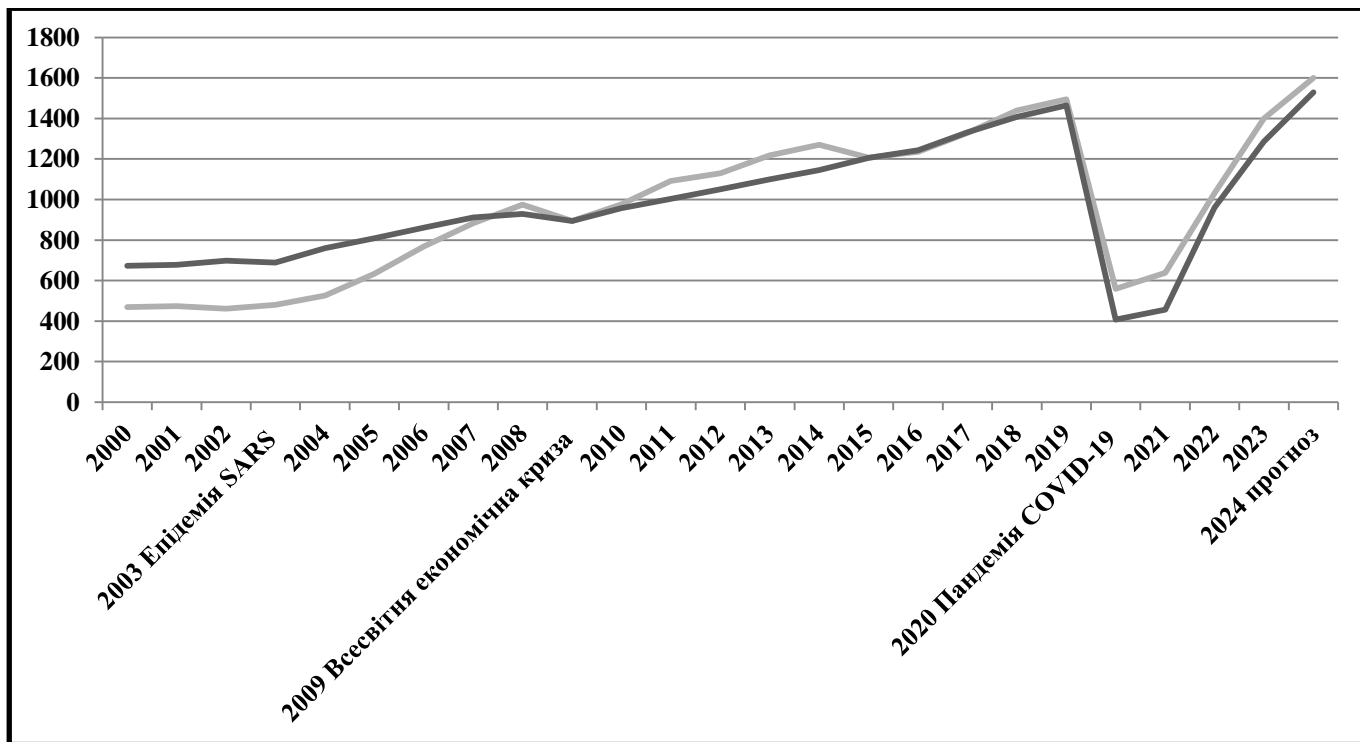


Рис. 1.7. Міжнародні туристичні прибуття та надходження від туризму в 2000–2023рр. та прогноз на 2024 рік, (млн. осіб; млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

Якщо проаналізувати приріст чи падіння міжнародних туристичних прибуттів та надходжень в період 2018-2023рр., то варто зазначити, що прослідковується загальна тенденція щодо зміни динаміки як туристичних прибуттів так і туристичних надходжень [45; 92], (див. Рис. 1.8.).

Проте прогнозується, що глобальні витрати на туризм досягнуть 2 трильйонів доларів у 2024 році. Після тривалого періоду прогнозується, що у 2024 році кількість міжнародних подорожей перевищить рівень до пандемії, що на 3% зросте порівняно з 2019 роком. Загальний туристичний ринок вийде на новий рівень. За прогнозами, у 2024 році ринок подорожей і туризму досягне 927,30 млрд. дол. США. Це одна з найбільших цифр у порівнянні зі світовою статистикою туризму минулого року [45].

За попередніми оцінками, у 2023 році надходження від міжнародного туризму досягли 1,4 трильйона доларів США, що становить близько 93% від 1,5 трильйона доларів США, отриманих напрямками у 2019 році.

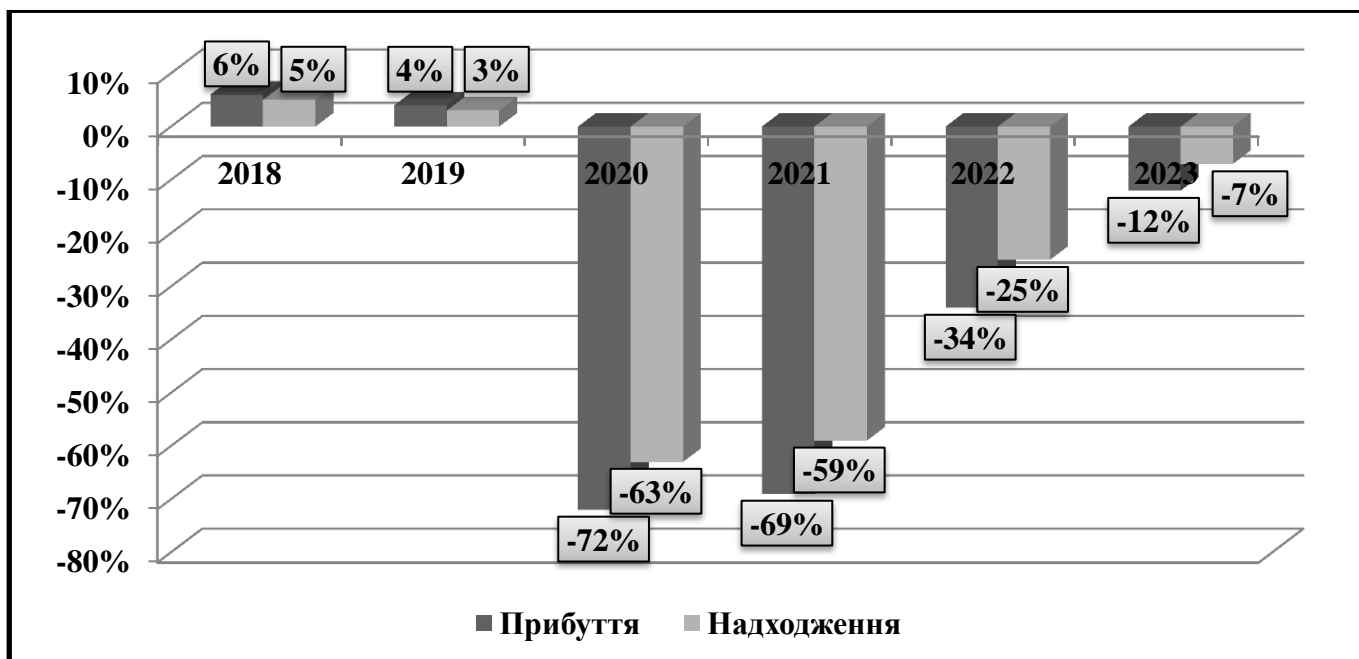


Рис. 1.8. Приріст/падіння міжнародних туристичних прибуттів та надходжень в 2018-2023рр., (річна % зміна).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

Міжнародний туризм має вплив на три ключові показники: прямий ВВП туризму, експортні доходи від туризму та рибуття міжнародних туристів (табл.1.4):

Таблиця 1.4

Вплив пандемії коронавірусу на розвиток туризму в світі в 2019-2023рр. та прогноз на 2024 рік

рік	Прибуття міжнародних туристів, (млн. осіб)	Внесок у ВВП, (%)	Щорічне зростання кількості туристів (%порівняно з минулим роком)	Щорічне зростання кількості туристів (млрд. дол. США)
2019	1464	10,4	4	9,3
2020	407	1,7	-74,6	2,3
2021	457	2,15	8,92	2,5
2022	960	7,6	132,53	5,9
2023	1286	9,1	35,23	8,8
2024	1530	10,6	17,24	9,4

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

За попередніми оцінками, у 2023 році прямий валовий внутрішній продукт туризму (TDGDP) зріс до 3,3 трільйона доларів США, що становить близько 3% світового ВВП, подібно до значень 2019 року, завдяки інтенсивним внутрішнім і міжнародним подорожам [45; 84; 92], (рис. 1.9.).

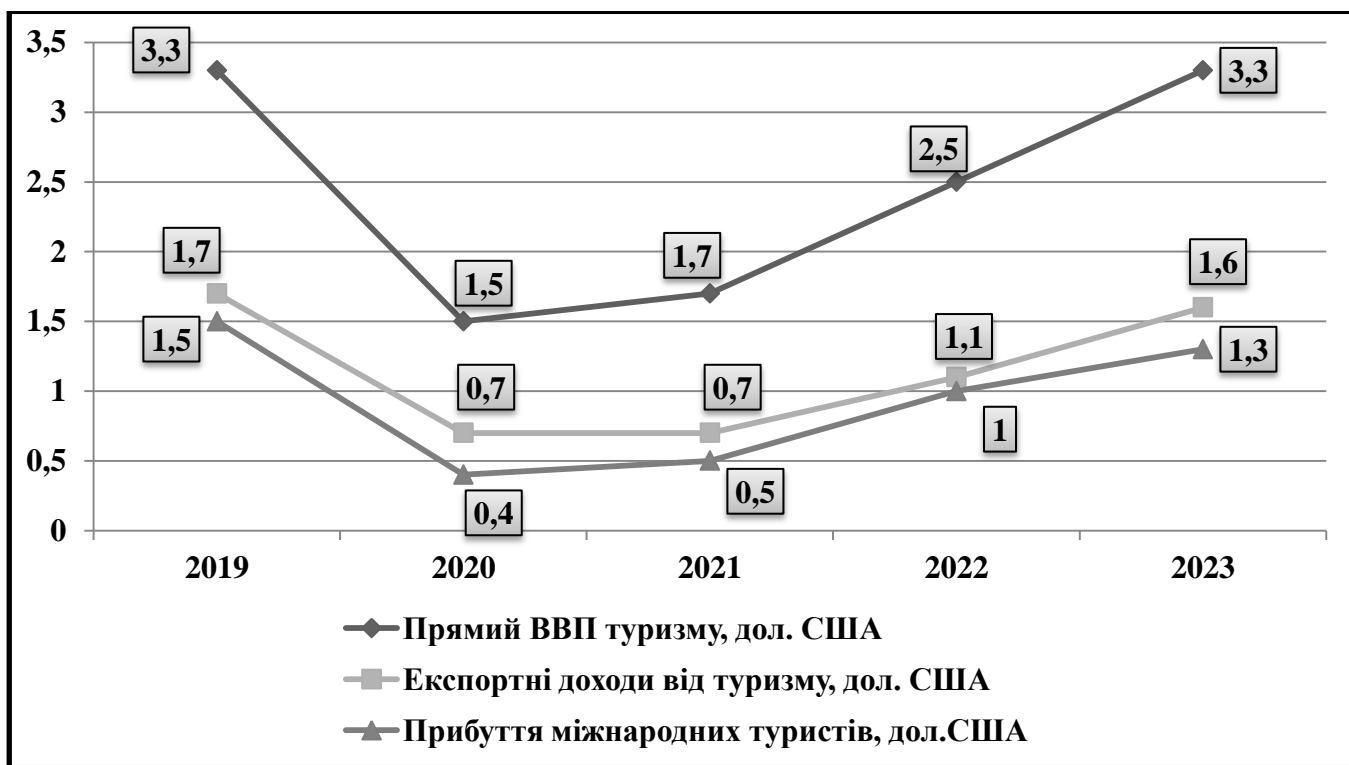


Рис. 1.9. Вплив пандемії коронавірусу на розвиток туризму в світі в 2019-2023рр., (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

Кілька напрямків повідомили про значне зростання надходжень від міжнародного туризму протягом перших десяти-дванадцяти місяців 2023 року, у деяких випадках перевищуючи зростання кількості прибуттів. Кілька великих вихідних ринків цього періоду також повідомили про високий попит на виїзні подорожі, багато з яких перевищили рівень 2019 року.

Стійке відновлення також відображається на показниках галузі. За даними UNWTO Tourism Recovery Tracker, міжнародні повітряні ємності та пасажирський попит відновилися приблизно на 90% від допандемічного рівня до жовтня 2023 року

(IATA). Глобальні показники заповнюваності закладів розміщення досягли 65% у листопаді, трохи вище 62% у листопаді 2022 року (за даними STR).

Очікується, що після чотирьох років низької туристичної активності через пандемію коронавірусу міжнародний туризм повністю відновиться у 2024 році, піднявшись на 2% порівняно з допандемічним рівнем до 1,5 мільярда прибуттів. Минулорічна динаміка зростання може продовжитися в 2024 році через відкладений попит, особливо з деяких великих азіатських ринків, що підтримується збільшенням потужності та з'єднання. Політичні зусилля, такі як спрощення візового режиму та просування в багатьох напрямках, також сприятимуть зростанню.

Останнє опитування групи експертів ЮНВТО відображає цей помірно позитивний прогноз: 67% професіоналів у сфері туризму очікують «кращого» або «набагато кращого» результату в 2024 році. 70% вважають, що міжнародний туризм або досяг рівня передпандемії, або зробить це у 2024 році.

Отже, незважаючи на позитивні перспективи, глобальні економічні та геополітичні виклики становлять значні ризики для відновлення міжнародного туризму в 2024 році. Ціни на транспорт і житло можуть залишатися високими через інфляцію, тоді як високі процентні ставки можуть знизити купівельну спроможність і споживчий попит. Багато туристів продовжуватимуть шукати співвідношення ціна-якість і здійснювати подорожі ближче до дому у відповідь на економічні обставини, хоча очікується, що у 2024 році подорожі класу люкс зростуть.

російський наступ в Україні продовжить впливати на подорожі в цих напрямках і між Європою та Азією через закриття російського повітряного простору. Конфлікт між ХАМАСом та Ізраїлем також є фактором, який слід враховувати щодо збоїв у подорожах на Близькому Сході та в самому Ізраїлі, де кількість прибуттів впала на 80% у грудні 2023 року. Геополітична напруженість у Північно-Східній Азії також може вплинути на довіру мандрівників у регіоні та в усьому світі. Невизначеність, спричинена російською агресією проти України та іншими зростаючими геополітичними конфліктами, продовжує обтяжувати впевненість мандрівників. У 2024 році екологічні практики та здатність до адаптації відіграватимуть усе більшу роль у напрямках і виборі споживачів.

Висновки до розділу 1

Таким чином, «туризм» доцільно розуміти як сукупність відносин, а також єдність явищ й зв'язків, які супроводжують людину під час подорожей. Класифікація туризму полягає у групуванні останнього у відповідності до окремих однорідних ознак, що знаходяться в залежності від певних практичних цілей. До одного з видів туризму відноситься міжнародний туризм, під яким розуміються поїздки осіб, що подорожують із туристичними цілями поза межі країни, де вони проживають на постійні основі. У міжнародному туризмі виокремлюють 2 його форми, а саме – в'їзний й виїзний.

Міжнародний туризм є багатокомпонентним явищем, що впливає на різні аспекти життя суспільства. Його розвиток обумовлений економічними, соціальними, культурними, політичними та технологічними факторами, які взаємодіють між собою та сприяють зростанню глобальної туристичної індустрії.

Туристична індустрія була, до початку пандемії коронавірусу однією з найприбутковіших галузей у світі. Але пандемія, що пролетіла країнами, зупинила діяльність цього бізнесу та внесла свої корективи. Світова туристична індустрія опинилася у кризовому стані, для виходу з якого потрібно розробити стратегії антикризового менеджменту туристичного бізнесу, прийняти не один десяток дієвих управлінських рішень, та запровадити додаткові антикризові заходи, які допоможуть вийти туристичному бізнесу з цього стану. Також для підтримки туристичного бізнесу в Україні, державі потрібно урахувати світовий досвід країн та розробити заходи для підтримки галузі. Ці заходи допоможуть вийти туристичному бізнесу зі стану затяжної депресії, а розроблені спеціальні програми допоможуть підтримати бізнес та зберегти робочі місця.

Незважаючи на позитивні перспективи, глобальні економічні та геополітичні виклики становлять значні ризики для відновлення міжнародного туризму в 2024 році. Невизначеність, спричинена російською агресією проти України та іншими зростаючими геополітичними конфліктами, продовжує обтяжувати впевненість мандрівників.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

2.1. Обсяги, структура та динаміка світового ринку туристичних послуг

Останні дані ЮНВТО підкреслюють стійкість і швидке відновлення туризму, причому очікується, що до кінця 2024 року показники до пандемії відновляться. Відновлення вже має значний вплив на економіку, робочі місця, зростання та можливості для громад. Ці цифри також нагадують про важливе завдання прогресу сталого розвитку та залучення до розвитку туризму. Після успішного 2023 року міжнародний туризм має правильний шлях до повернення до рівня до пандемії у 2024 році [45].

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) - це спеціалізована установа ООН, є провідною міжнародною організацією в галузі туризму. ЮНВТО відповідає за сприяння відповідальному, стійкому та загальнодоступному туризму, спрямованому на досягнення універсального Порядку денного сталого розвитку до 2030 року та Цілей сталого розвитку (ЦСР).

ЮНВТО пропонує лідерство та підтримку туристичному сектору в просуванні знань і туристичної політики в усьому світі, виступаючи за відповідальний туризм і просуваючи туризм як рушійну силу економічного зростання, інклюзивного розвитку та екологічної стійкості.

До складу ЮНВТО входять 160 країн, 6 асоційованих членів, два постійних спостерігача та понад 500 афілійованих членів, які представляють приватний сектор, навчальні заклади, туристичні асоціації та місцеві органи управління туризмом.

Держави-члени ООН з питань туризму, асоційовані члени та афілійовані члени отримують Всесвітній туристичний барометр ООН з туризму як частину послуг членів.

Всесвітній туристичний барометр ЮНВТО – це публікація Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), яка регулярно відстежує короткострокові тенденції туризму, щоб надати зацікавленим сторонам глобального туризму актуальний аналіз міжнародного туризму. Інформація оновлюється кілька разів на рік і включає аналіз останніх даних про туристичні напрямки (в'їзний туризм) і вихідні ринки (виїзний туризм). Барометр також включає три рази на рік Індекс впевненості, заснований на опитуванні Групи експертів з туризму ЮНВТО, який надає оцінку останніх показників і короткострокових перспектив міжнародного туризму [45; 92].

Всесвітня туристична організація (UNWTO) опублікувала перший у 2024 році Туристичний барометр (UNWTO World Tourism Barometer January 2024) – звіт про розвиток світового туризму, який складається на основі даних галузевої статистики різних країн світу та опитування провідних галузевих експертів [92].

Згідно з першим Всесвітнім туристичним барометром 2024 року Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), міжнародний туризм у 2023 році склав 88% від рівня до пандемії, за оцінками, 1,3 мільярда міжнародних прибуттів. Очікується, що вивільнення залишкового відкладеного попиту, збільшення авіасполучення та активніше відновлення азійських ринків і напрямків стануть основою повного відновлення до кінця 2024 року [45].

За оцінками, у 2023 році по всьому світу було зареєстровано **1286 мільйонів міжнародних туристів (відвідувачів, які зупинилися на ночівлі), що на 34% більше, ніж у 2022 році**, або на 325 мільйонів осіб, надходження від міжнародного туризму досягли 1,4 трлн доларів США, а ВВП прямого туризму – 3,3 трлн доларів США.

Після багатьох злетів і падінь індустрія подорожей і туризму нарешті набирає обертів. Очікується, що кількість туристів у 2024 році зросте на 17,23% порівняно з минулим роком, тобто 2023 роком. Якщо галузь зможе виправдати очікування, відбудуться значні зміни в загальному туристичному бізнесі. Очікувана кількість міжнародних туристів становить близько 1,53 мільярда, що значно більше порівняно з попереднім роком [92].

У 2023 році міжнародний туризм відновив рівень до пандемії на 88% (-12% порівняно з допандемічним 2019 роком) із приблизно 1286 мільярдами прибуттів (1,3 мільярда), що на 34% більше, ніж у 2022 році [45; 82-86], (рис.2.1.):

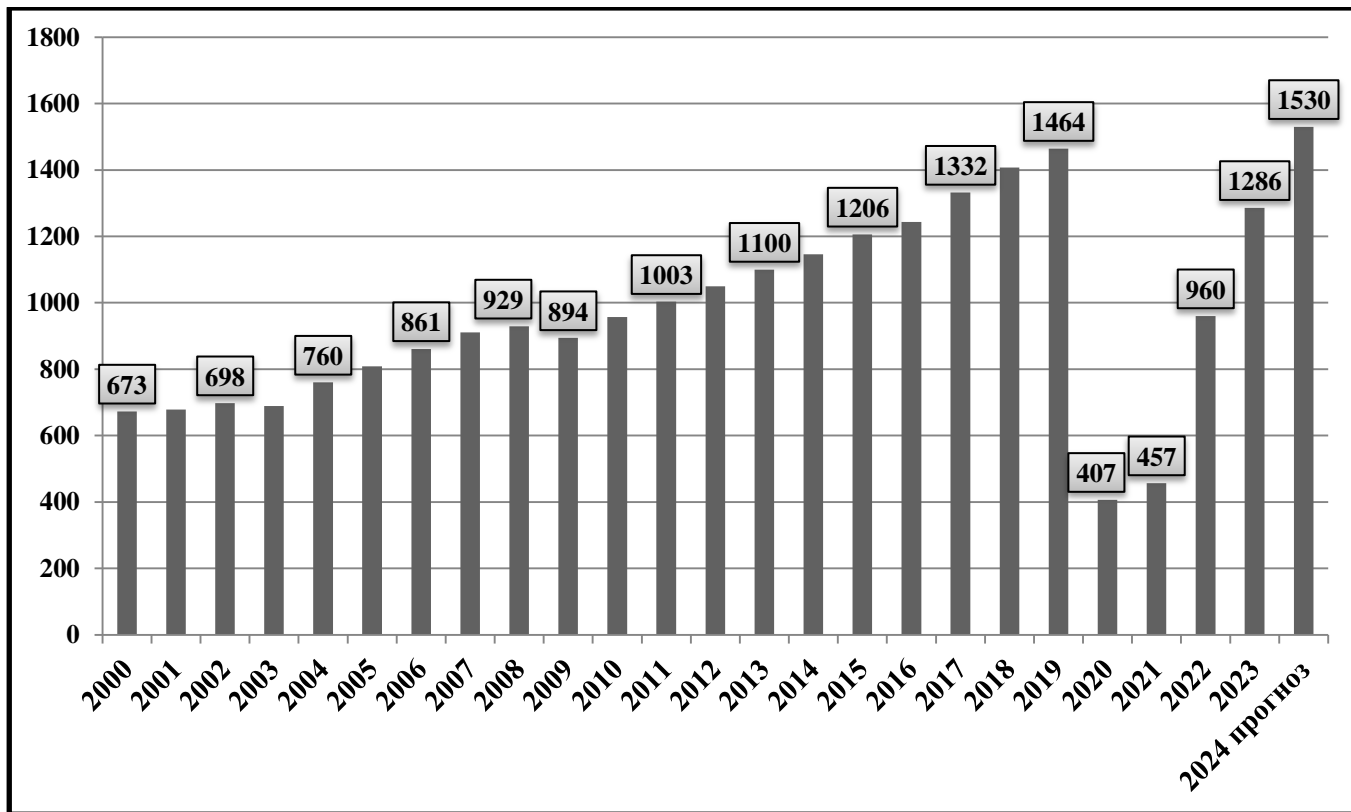


Рис. 2.1. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів в 2000-2023рр. та прогноз на 2024 рік, (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2024.

У першому кварталі 2023 року спостерігається сплеск зростання туристичних прибуттів. Прибуття міжнародних туристів досягло 80% від допандемічного рівня. Це свідчить про те, що 2023 рік є своєрідним роком відновлення туристичної галузі. Через роки промисловість змогла досягти цієї точки [45].

Індустрія подорожей і туризму якимось чином змогла досягти прогресу, подібного до 2019 року. Наприкінці березня 2023 року кількість бронювань подорожей зросла приблизно на 31% порівняно з аналогічним періодом 2019 року.

Внесок туризму у ВВП у 2024 році становитиме 10,6%. Зростання в річному обчисленні у 2024 році значно збільшиться, оскільки очікується понад 17,24 %. Кінцевий дохід становитиме приблизно 9,4 мільярда доларів США [92], (рис.2.2.):

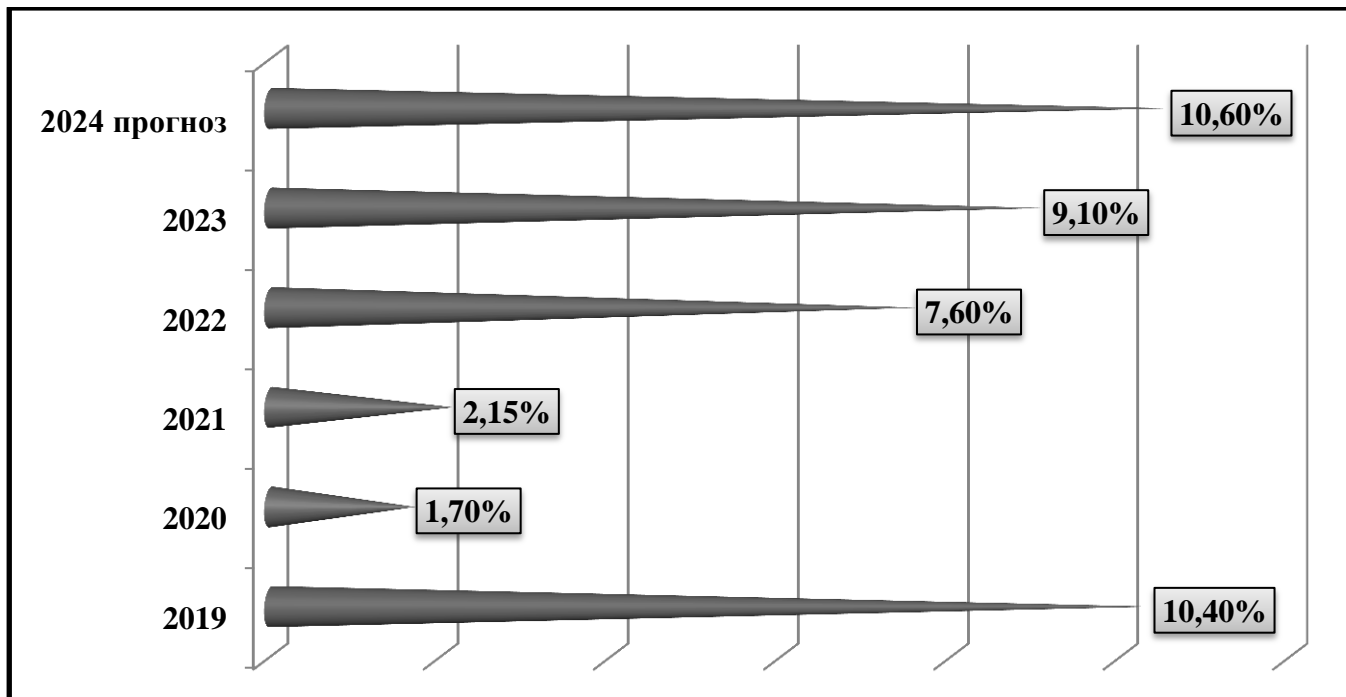


Рис. 2.2. Внесок глобального туризму у ВВП в 2019-2023рр. та прогноз на 2024 рік, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2024.

Ці цифри та прогнози вказують на швидке відновлення та період розширення міжнародних та внутрішніх подорожей протягом наступного року. Очікується, що більше людей вирушать у відпустку та ділові поїздки, що може принести велику користь туроператорам, готелям, авіакомпаніям та іншим туристичним організаціям після того, як нещодавно вони зіткнулися з труднощами.

Якщо вищезазначені очікування та прогнози виправдаються, 2024 рік стане сприятливим для подорожей і туризму з огляду на прибуття туристів, внески у ВВП, відсотки зростання та загальний дохід. Тобто, у секторі відновився оптимізм [45].

Загалом галузь подорожей і туризму має позитивний підхід до зростання у 2024 році згідно з прогнозами: У 2020 і 2021 роках через пандемію COVID-19 глобальний туризм значно впав. Однак у 2022 році імпульс відновився.

У 2023 році прогнозований темп зростання глобального туризму становитиме від 30% до 35% у міру відновлення галузі. За прогнозами до 2024 року зростання світового туризму становитиме приблизно 34,7%. Це стане помітним стрибком порівняно з очікуваним зростанням на 30-35% у 2023 році, демонструючи стійкий позитивний імпульс.

Якщо у 2024 році зростання туризму досягне прогнозованих 34,7% , глобальні подорожі значно перевищать обсяги 2019 року, що свідчить про повне повернення галузі [45; 92], (рис. 2.3.):

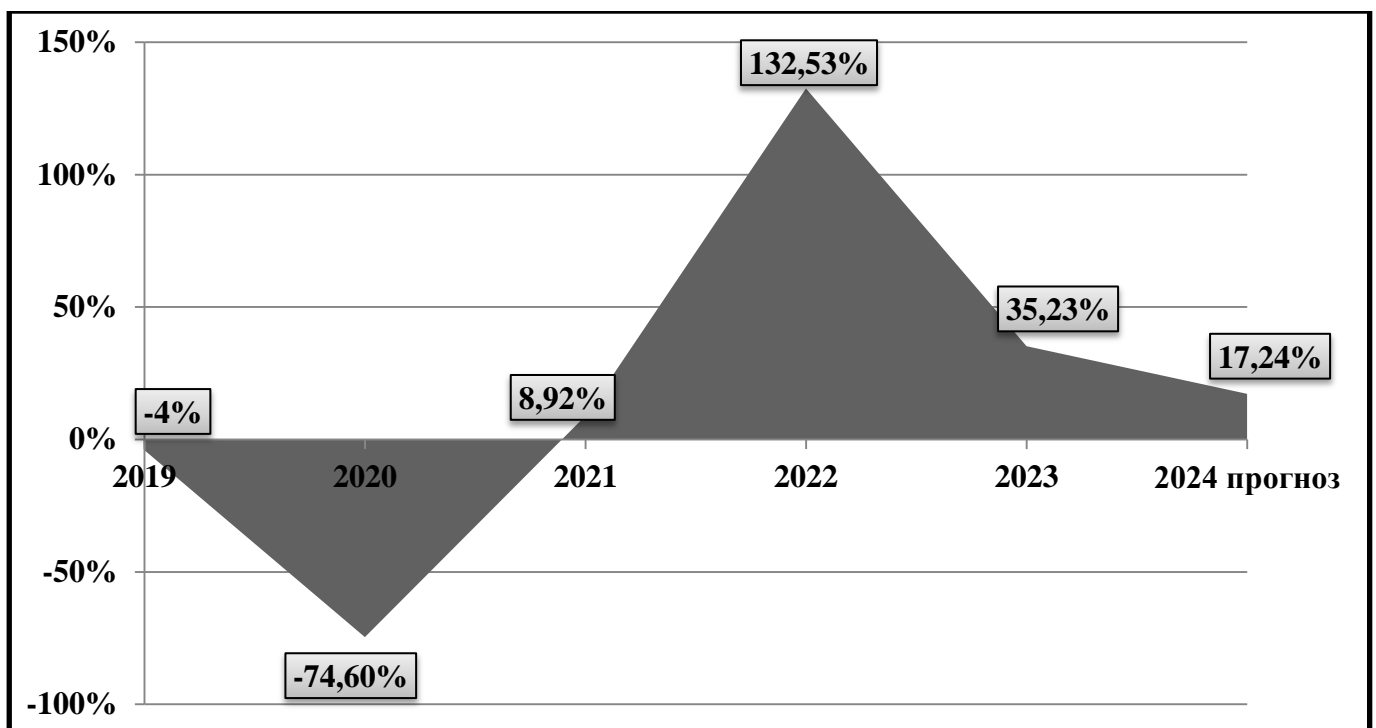


Рис. 2.3. Темпи приросту (падіння) міжнародних туристичних прибуттів в 2019-2023рр. та прогноз на 2024 рік, (по відношенню до попереднього року %). Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO)

Це глобальне зростання також передбачає високі показники у 2023 році на основних туристичних ринках у різних регіонах, таких як Європа, Азійсько-Тихоокеанський регіон, Америка, Близький Схід і Африка [45].

Європа прийняла 700 мільйонів із 1,3 мільярда мандрівників, зареєстрованих у всьому світі у 2023 році, або 55% від загальної кількості у світі. Близький Схід, Європа та Африка показали найсильніші показники у 2023 році [45; 92], (рис.2.4.):

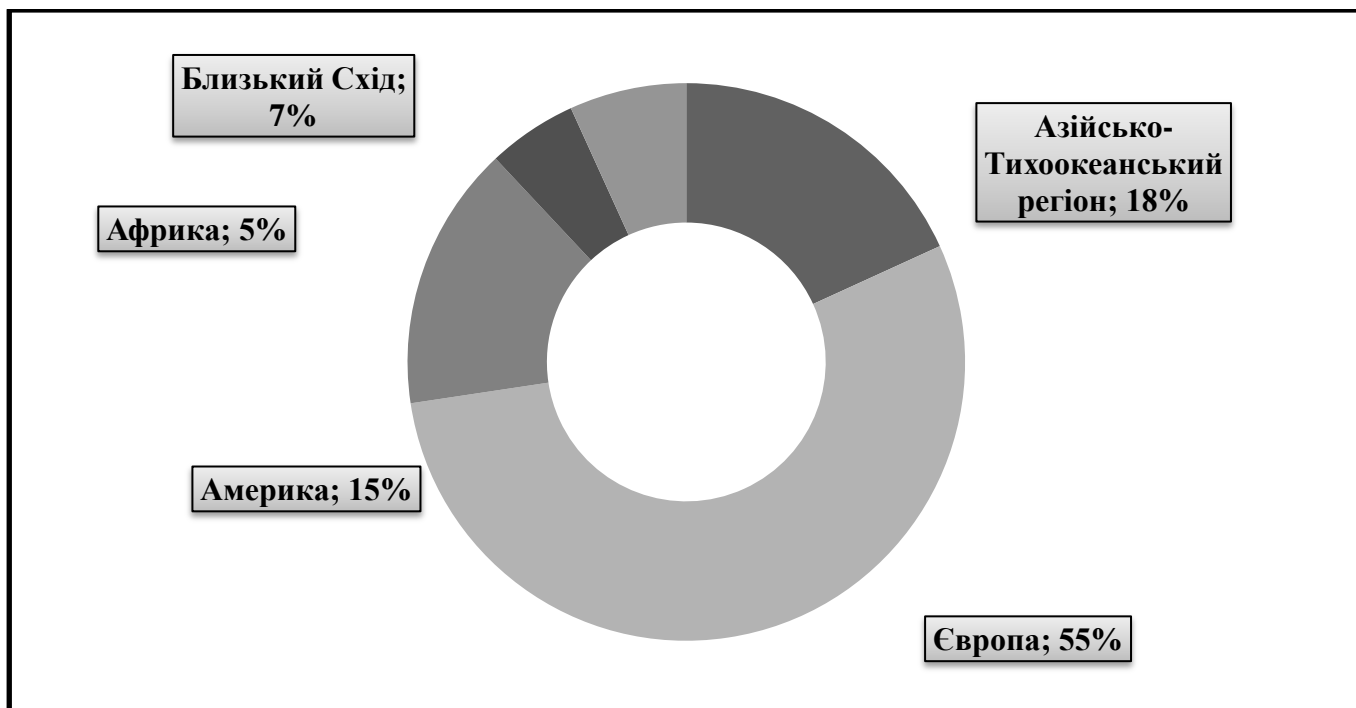


Рис. 2.4.Регіональна структура міжнародних туристичних потоків в 2023 році, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

Липень, вересень і жовтень 2023 року були особливо активними місяцями, коли кількість прибуттів досягла 92% від рівня 2019 року. На літні місяці Північної півкулі – червень, липень і серпень – припадає третина загальної кількості прибуттів, зареєстрованих у 2023 році [45].

Близький Схід лідирував у відновленні за регіонами у відносному вираженні, будучи єдиним регіоном, який подолав рівень до пандемії з прибуттям на 22% більше, ніж у 2019 році. Кілька напрямків отримали надзвичайні результати, серед яких Катар (+90%) і Саудівська Аравія (+56%).

Близький Схід став лідером у відновленні у відносному вираженні як єдиний регіон, який подолав рівень до пандемії з прибуттям на 22% більше, ніж у 2019 році [45; 92], (рис.2.5.):

Європа, найбільш відвідуваний регіон у світі, досягла 94% рівня 2019 року завдяки внутрішньорегіональному попиту та подорожам зі Сполучених Штатів.

В Африці відновилося 96% відвідувачів до пандемії, а в Америці – 90%.

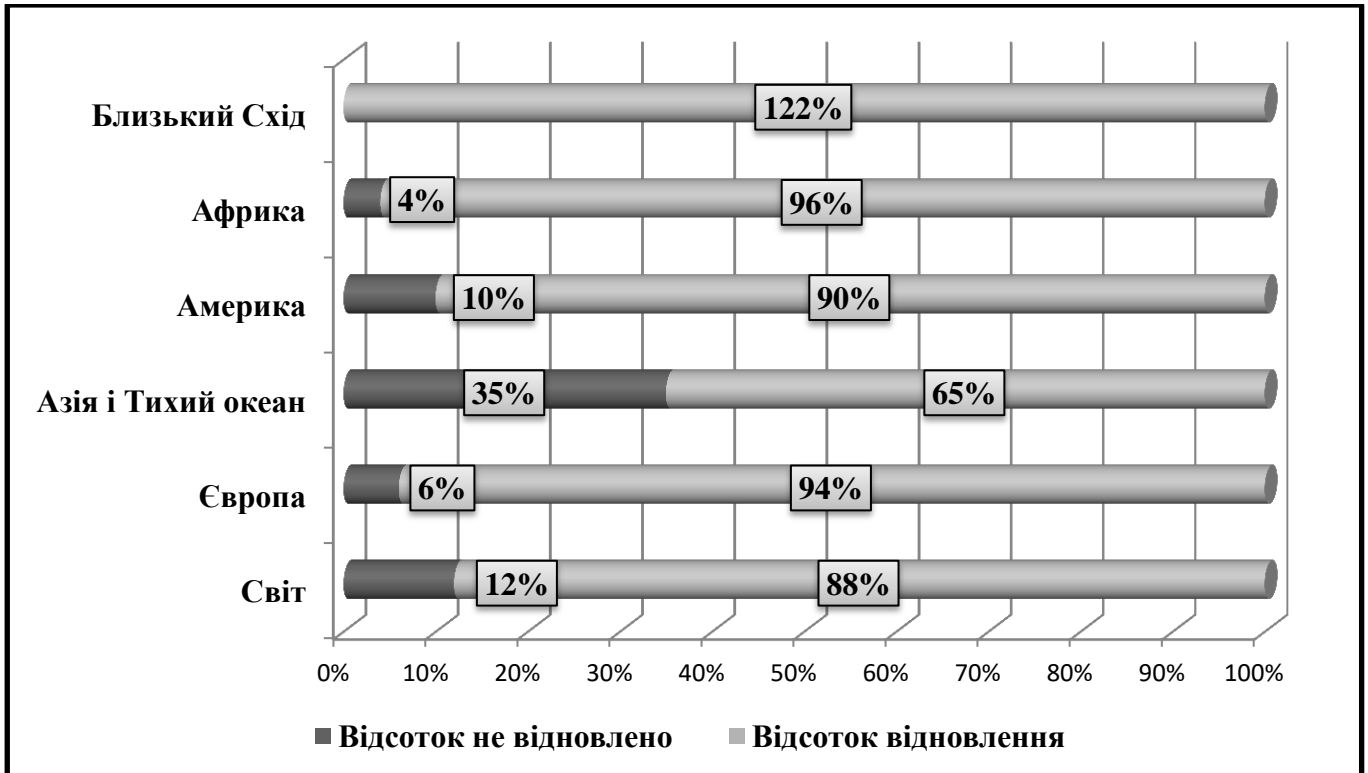


Рис. 2.5. Відновлення міжнародних туристичних прибуттів за регіонами світу в 2019-2023рр., (відсоток від рівня 2019 року).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2024.

Азійсько-Тихоокеанський регіон досяг 65% рівня до пандемії після відновлення кількох ринків і напрямків.

Однак показники неоднозначні: Південна Азія вже відновилася на 87% від рівня 2019 року, а Північно-Східна Азія – близько 55% [45; 82-86], (див. Рис.2.6.).

У відповідь на складне економічне середовище цього року очікується, що туристи все більше шукатимуть співвідношення ціни та якості та подорожуватимуть ближче до дому [45].

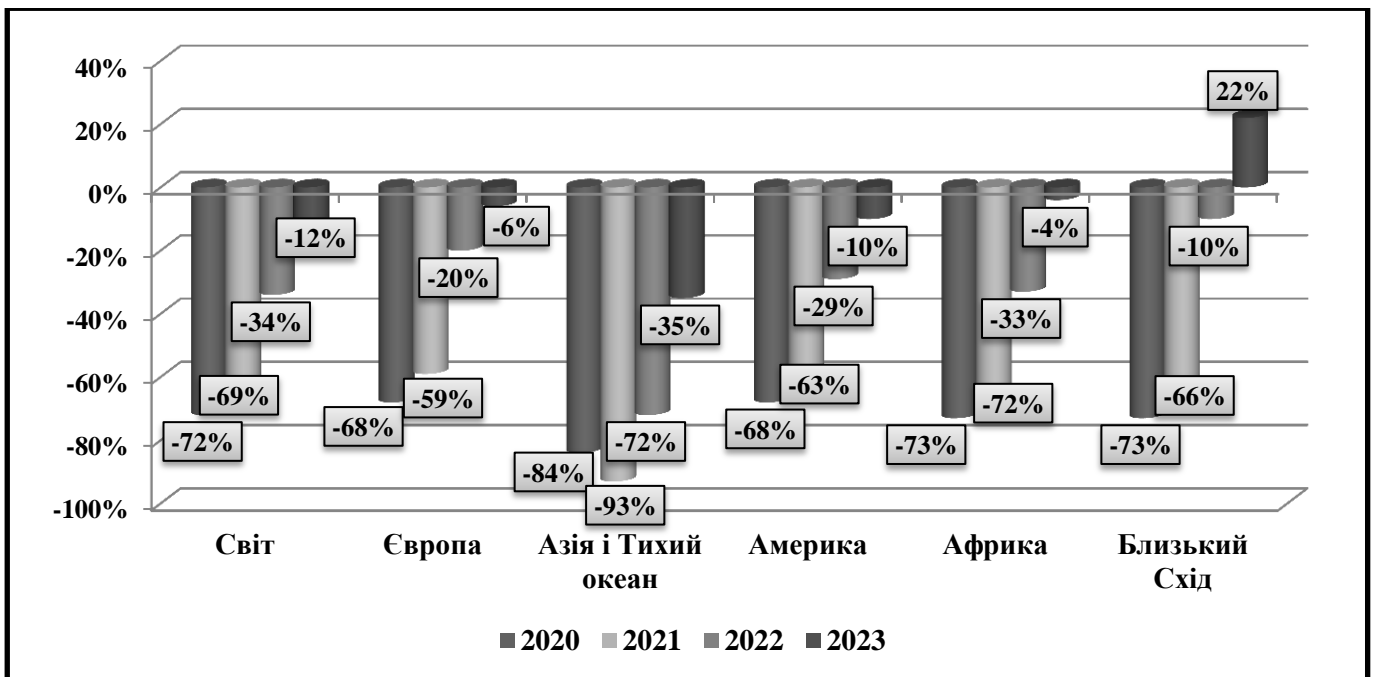


Рис. 2.6. Зміна динаміки прибуття міжнародних туристів за регіонами у 2020-2023рр., (% зміни порівняно з 2019 роком).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

У 2023 році багато напрямків повідомили про прибуття та надходження, що значно перевищувало рівень до пандемії.

ТОП-5 найбільш відвідуваних країн в 2023 році [45; 82-86], (рис. 2.7.):

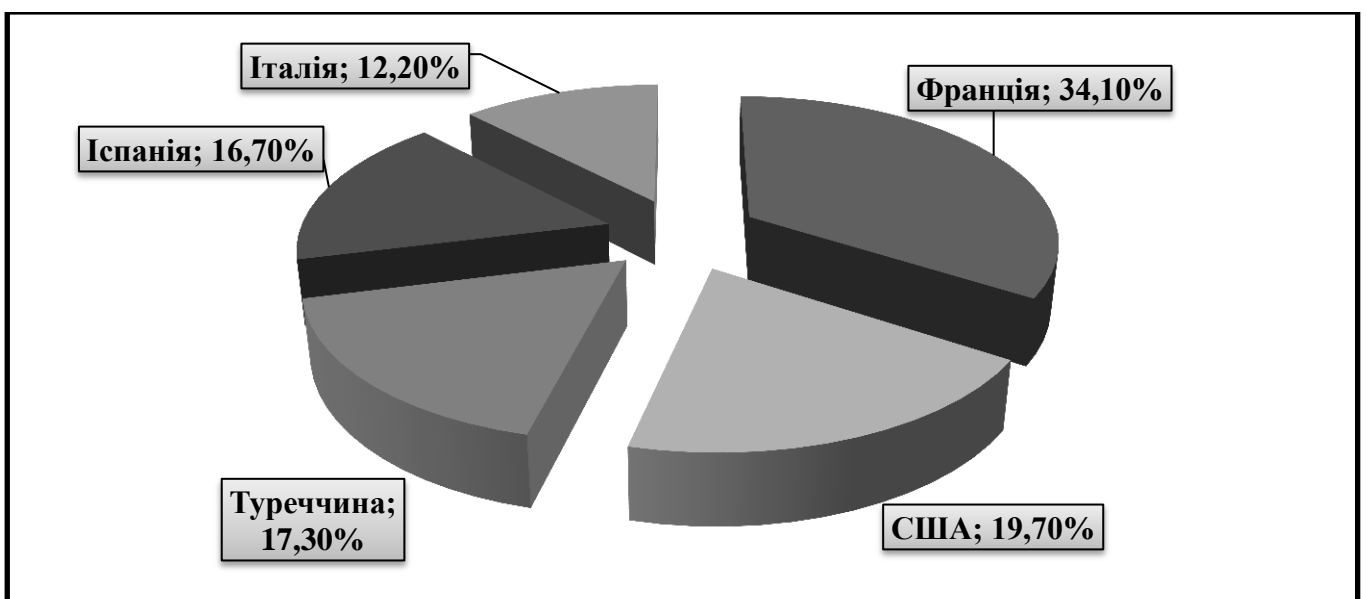


Рис. 2.7. ТОП-5 найбільш відвідуваних країн світу в 2023 році, (млн. осіб).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2024.

Доступні дані за перші 10–12 місяців 2023 року показують, що кілька напрямків повідомляють про двозначне зростання кількості міжнародних прибуттів (порівняно з 2019 роком), зокрема Катар (+90%), де кількість відвідувачів майже подвоїлася, Саудівська Аравія (+56%), Албанія (+53%), Сальвадор (+40%), Колумбія (+33%) та Андорра (+31%).

Домініканська Республіка (+24%) і Танзанія (+20%) також відзначилися значним зростанням минулого року, як і Гватемала, Ісландія та Сербія, усі три повідомили про збільшення прибуттів на 15% порівняно з аналогічним періодом 2019 року [45; 92].

Серед менших напрямків Туркс і Кайкос збільшили кількість прибуттів більш ніж удвічі (+127%), тоді як Ефіопія повідомила про зростання на 30%, а Кюрасао – на 24% порівняно з 2019 роком [45; 82-86], (рис.2.8.):

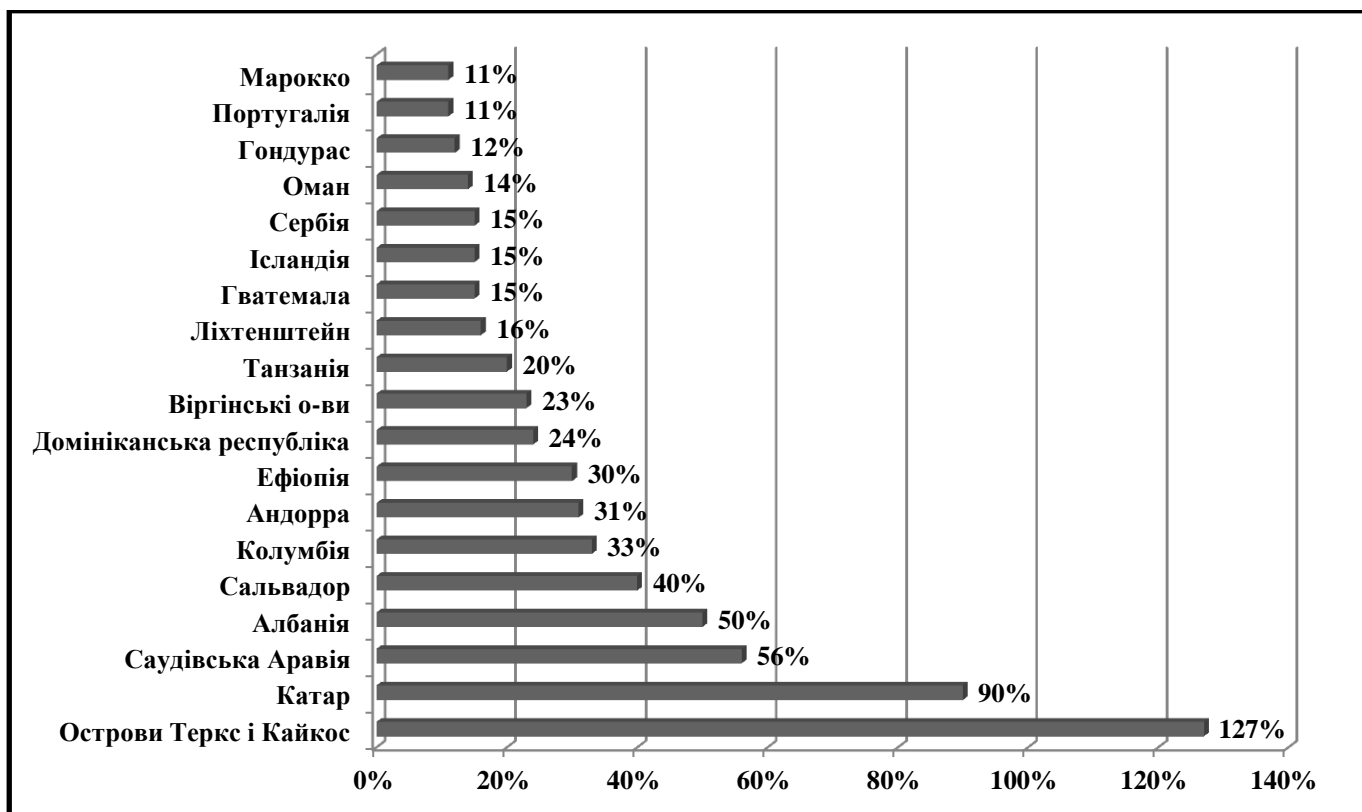


Рис. 2.8. Головні світові туристичні напрямки в 2023 році, (% зміни порівняно з 2019 роком).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2024.

Доступні дані станом на жовтень, листопад або грудень 2023 року показують, що загалом 40 світових напрямків відновлюють кількість відвідувачів до пандемії, включаючи як великі, так і менші напрямки, серед яких кілька островів. На ці країни припадає 23% світових міжнародних прибуттів (станом на 2019 рік), [45].

За попередніми оцінками, у 2023 році надходження від міжнародного туризму досягли 1,4 трлн доларів США, що становить близько 93% від 1,5 трлн доларів США, отриманих напрямками у 2019 році [45; 82-86], (рис.2.9.):

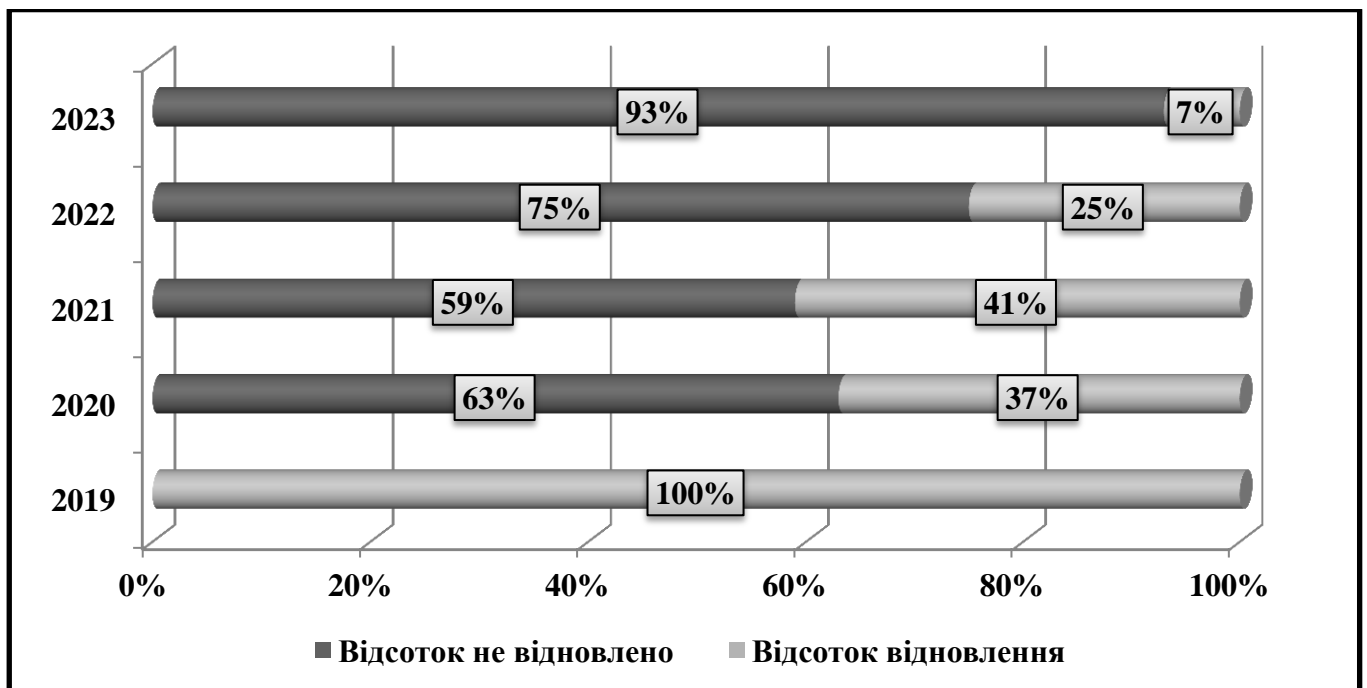


Рис. 2.9. Відновлення доходів від міжнародного туризму в 2019-2023рр., (відсоток від рівня 2019 року).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2024.

Зіштовхнувшись із серйозними викликами у 2020 та 2021 роках, індустрія туризму готова до значного зростання доходів у 2024 році:

На піку пандемії доходи від світового туризму значно впали майже на 50%. Це значно вплинуло на багато туристичних компаній і напрямків.

У 2022 році вже спостерігається відскок, який, як очікується, продовжить прискорюватися до 2023 року з орієнтовним темпом зростання на 30-35% [45].

Очікується, що у 2024 році світові доходи від туризму зростуть приблизно на 34,7% порівняно з минулим роком. Досягнення цільового зростання доходу на 34,7% означатиме, що туризм повністю оговтався від шоку попиту внаслідок пандемії та знову швидко розвивається.

Якщо цього буде досягнуто, 2024 рік, ймовірно, стане найвищим за всю історію доходів туристичної галузі в усьому світі, перевищивши рівень до пандемії.

За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), у 2023 році надходження від міжнародного туризму досягли 1,4 трлн доларів США, що становить близько 93% від 1,5 трлн доларів США, отриманих напрямками у 2019 році [45; 82-86], (рис.2.10.):

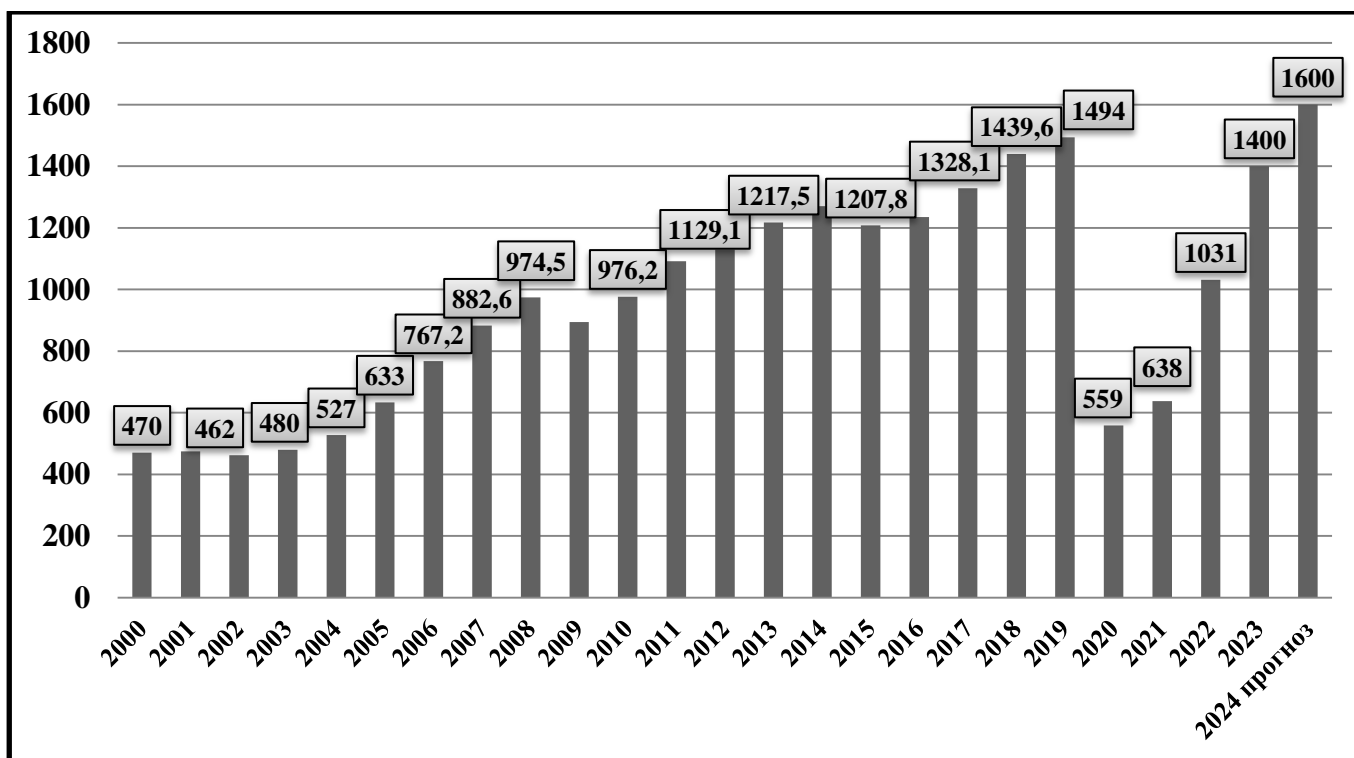


Рис. 2.10. Динаміка надходжень від міжнародного туризму в світі в період 2000-2023рр. та прогноз на 2024 рік, (млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними UNWTO World tourism barometer January 2024.

Прогнози щодо збільшення доходів від туризму в усьому світі майже на 35% малюють надзвичайно оптимістичну картину того, що чекає на сектор у 2024 році, оскільки попит зростатиме [45; 82-86], (рис.2.11.):

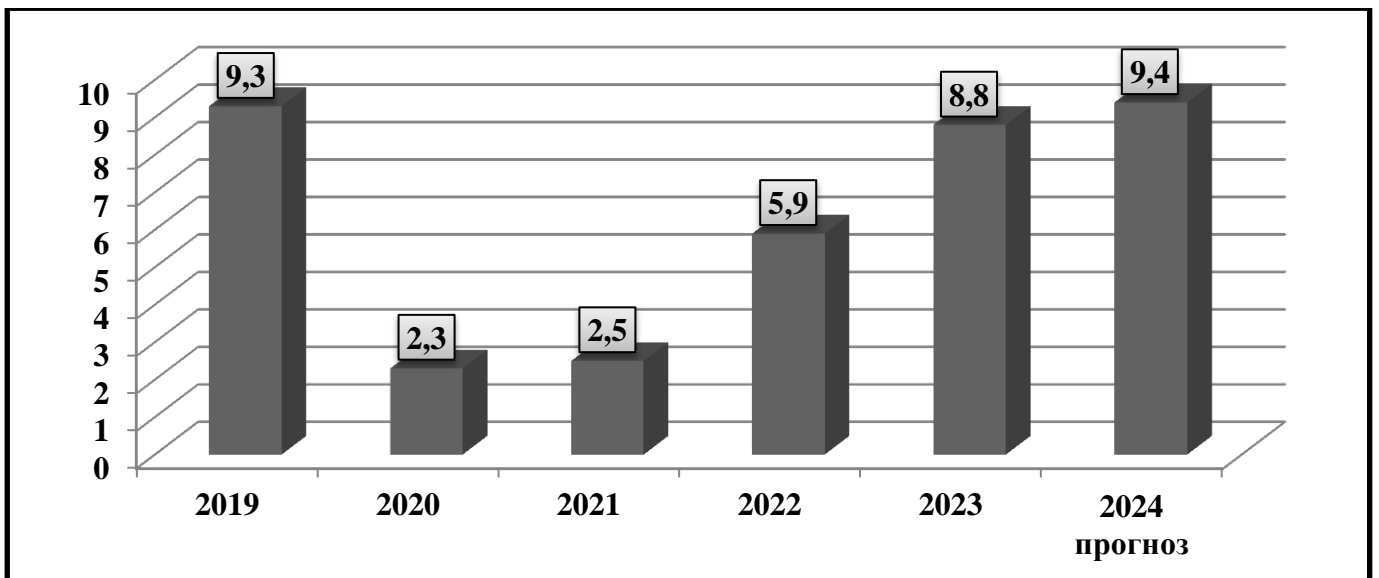


Рис. 2.11. Темпи зростання міжнародних туристичних надходжень в 2019-2023рр. та прогноз на 2024 рік, (по відношенню до попереднього року млрд. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

Ця швидка траєкторія зростання після прогнозів 2023 року показує, що туризм зберігає значний імпульс як ключову історію успіху відновлення галузей у всьому світі.

Кілька напрямків також повідомили про значне зростання надходжень від міжнародного туризму протягом перших десяти-одинадцяти місяців 2023 року, зокрема Сербія (+79% порівняно з 2019 роком), Пакистан (+77%), Туреччина (+59%), Румунія (+48%), Португалія (+38%), Маврикій (+36%) і Марокко (+34%), серед інших [45; 82-86], (див. Рис.2.12.).

Загальний експортний дохід від туризму (включаючи пасажирські перевезення) оцінюється в 1,6 трильйона доларів США в 2023 році, що становить майже 95% від 1,7 трильйона доларів США, зафіксованих у 2019 році.

Попередні оцінки **прямого валового внутрішнього продукту туризму (TDGDP)** вказують на 3,3 трильйона доларів США у 2023 році, або 3% світового ВВП, на тому ж рівні, що й у 2019 році, завдяки внутрішнім і міжнародним подорожам.

Очікується, що після значного відновлення в 2023 році міжнародний туризм повністю відновить рівень до пандемії в 2024 році, причому початкові оцінки вказують на зростання кількості міжнародних туристів на 2% порівняно з рівнями 2019 року [45; 92].

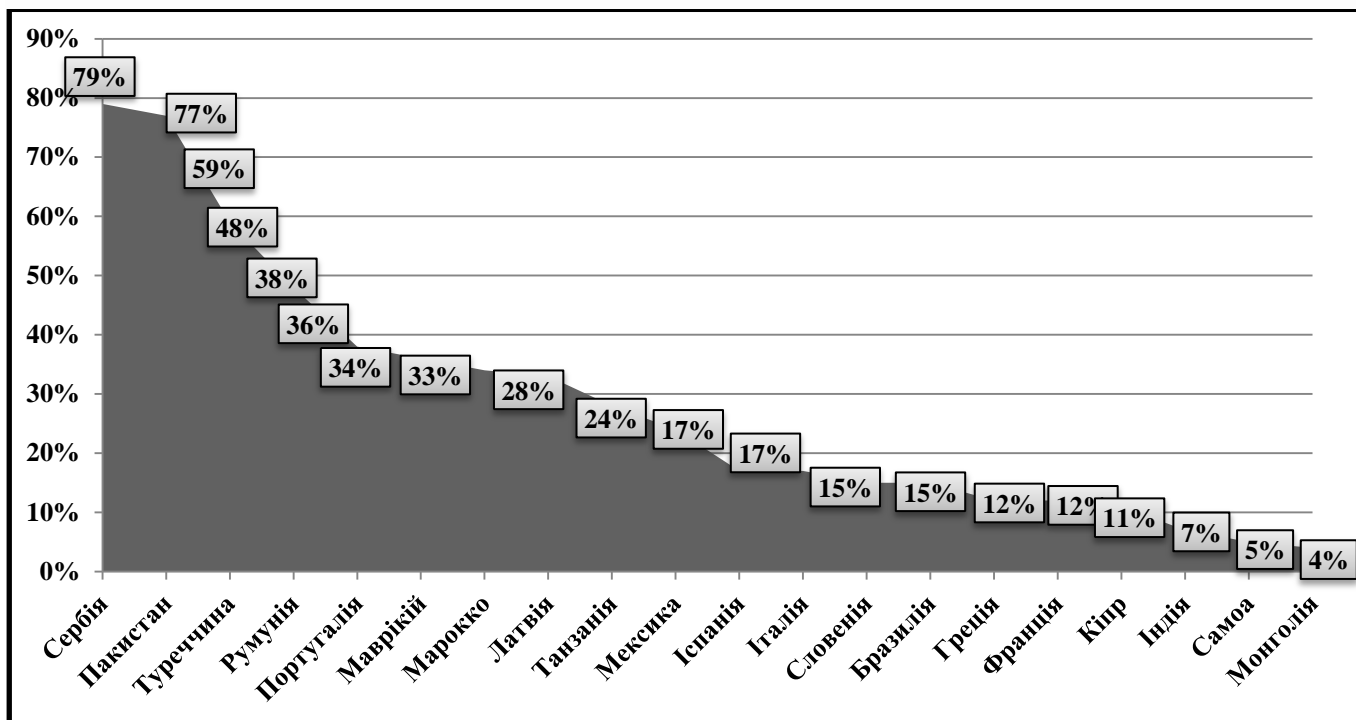


Рис. 2.12. Найефективніші туристичні напрямки за надходженнями в 2023 році, (% зміни порівняно з 2019 роком).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

Позитивний прогноз для сектору відображено в останньому дослідженні ООН щодо індексу довіри до туризму в галузі туризму: 67% професіоналів у сфері туризму вказують на кращі або набагато кращі перспективи на 2024 рік порівняно з 2023 роком. Очікується, що вивільнення залишкового відкладеного попиту, збільшення авіасполучення та активніше відновлення азійських ринків і напрямків стануть основою повного відновлення до кінця 2024 року.

В Азії все ще є багато можливостей для відновлення. Очікується, що нещодавнє відкриття кількох вихідних ринків і напрямків прискорить відновлення в регіоні та в усьому світі. Очікується, що відновлення китайського виїзного та

в'їзного туризму прискориться у 2024 році завдяки спрощенню візового режиму та покращенню авіаційної спроможності. Китай надає безвізовий режим для громадян Франції, Німеччини, Італії, Нідерландів, Іспанії та Малайзії на рік з грудня 2023 року до 30 листопада 2024 року [45; 92].

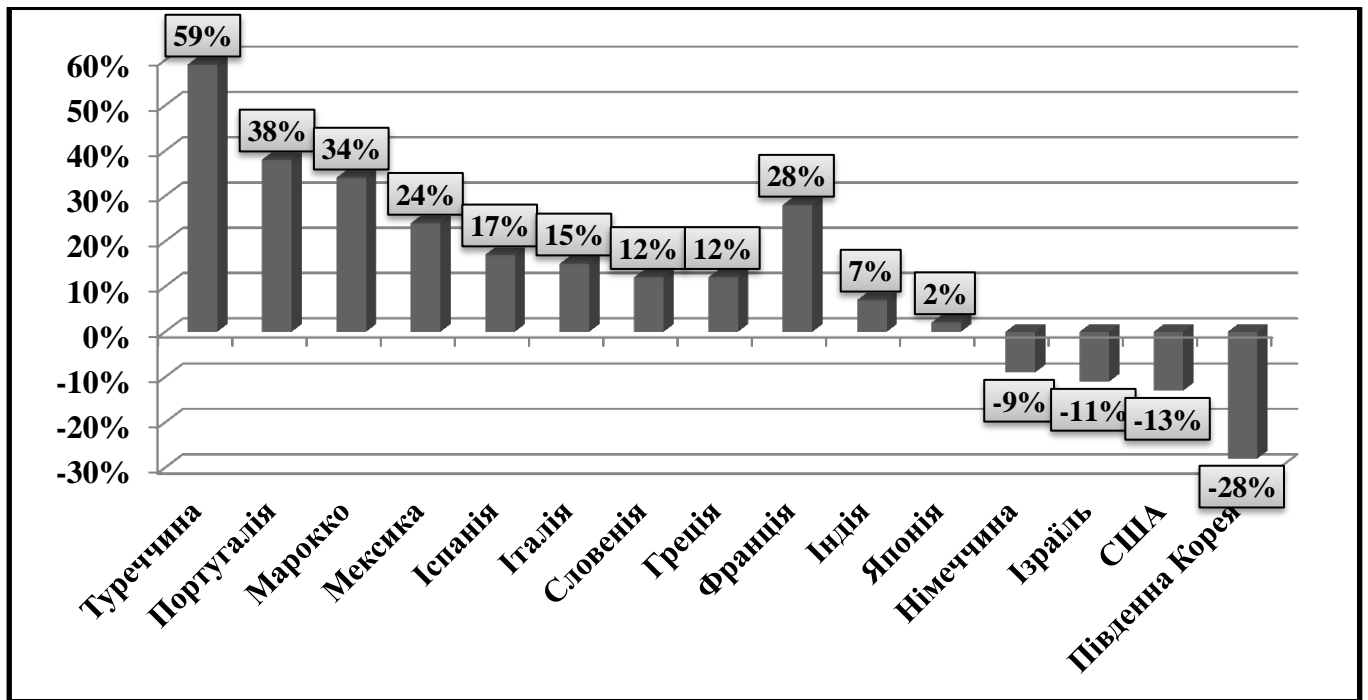


Рис. 2.13. Найбільші надходження від міжнародного туризму за країнами світу в 2023 році, (реальна % зміна порівняно з 2019 роком).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO).

Економічні та геополітичні перешкоди продовжують створювати серйозні проблеми для сталого відновлення міжнародного туризму та рівня довіри. Постійна інфляція, високі відсоткові ставки, нестабільні ціни на нафту та перебої в торгівлі можуть продовжувати впливати на транспортні витрати та витрати на проживання у 2024 році. На цьому тлі очікується, що туристи все більше шукатимуть співвідношення ціни та якості та подорожуватимуть ближче до дому у відповідь на високі ціни та загальні економічні проблеми.

Нестача персоналу залишається критичною проблемою, оскільки туристичні підприємства стикаються з нестачею робочої сили, щоб впоратися з високим попитом на подорожі. Розвиток конфлікту між ХАМАС та Ізраїлем є фактором,

який слід враховувати щодо можливого переривання подорожей на Близькому Сході, а також негативного впливу на довіру мандрівників у всьому світі. У грудні 2023 року в Ізраїлі спостерігалось зниження кількості міжнародних прибуттів на 80% порівняно з груднем 2022 року та на 85% порівняно з 2019 роком [45; 92].

Невизначеність, спричинена російською агресією проти України та іншими зростаючими геополітичними конфліктами, продовжує обтяжувати впевненість мандрівників. У 2024 році екологічні практики та здатність до адаптації відіграватимуть усе більшу роль у напрямках і виборі споживачів. За оцінками, у 2023 році в світі було зареєстровано 1286 мільйонів міжнародних туристів, що на 34% більше, ніж у 2022 році. Міжнародний туризм відновив 88% від допандемічного рівня завдяки сильному відкладеному попиту.

Близький Схід лідирував у відновленні за регіонами у відносному вимірі, будучи єдиним регіоном, який подолав рівень до пандемії з прибуттям на 22% більше, ніж у 2019 році. У 2023 році Європа досягла 94% рівня до пандемії, тоді як Африка відновилася на 96%, а Америка – на 90%. Азійсько-Тихоокеанський регіон досяг 65% рівня до пандемії з поступовим відновленням з початку 2023 року.

Огляд туризму в 2024 році є дуже позитивним за очікуваними показниками. Очікується, що кількість міжнародних туристів сягне 1,5 мільярда, що становить стрімке зростання на 17,23% порівняно з оцінками 2023 року, що значно перевищує рівень до пандемії. Очікується, що внесок сектора у світовий ВВП, який становив 10,6% у 2023 році, також значно зросте у 2024 році, відображаючи повне зростання його економічного впливу. Зокрема, доходи від туризму можуть зрости на 34,7% порівняно з минулим роком і досягти приблизно 9,4 мільярдів доларів США. Ця глобальна туристична статистика 2024: факти та прогнози буде найвищим темпом зростання з часів до спаду COVID-19. Ці прогнози вказують на те, що 2024 рік буде видатним роком, оскільки галузь виглядає позитивно, щоб повністю звести нанівець втрати від пандемії та досягти нових історичних максимумів у всьому світі. такі показники, як відвідування туристів, доходи та ВВП.

2.2. Сучасні тренди та новітні напрямки розвитку туристичного бізнесу в світі

Міжнародний туристичний бізнес є однією з найбільш динамічних і швидкозростаючих галузей світової економіки. Він не лише забезпечує значні доходи та створює робочі місця, але й сприяє культурному обміну та покращенню взаєморозуміння між народами. Проте, цей сектор також стикається з численними викликами та проблемами, які можуть уповільнити його розвиток. На глобальному рівні туристичний бізнес має справу з наслідками пандемії COVID-19, зміною клімату, економічною нестабільністю та зростаючою конкуренцією.

У 2024 році подорожі досягнуть рекордних значень. Очікується, що світові витрати на туризм досягнуть 2 трильйонів доларів США, перевищивши свій пік через попит на відпочинок. Однак цей сектор буде формуватися складною взаємодією конвергентних факторів, включаючи зростання попиту з боку ринків, що розвиваються, слабке економічне зростання, геополітичну нестабільність і загострення проблем сталого розвитку [60].

За даними Світового банку (СБ), подорожі та туризм продовжують випереджати світову економіку, яка має повільне зростання на 2,7%, що свідчить про важливість, яку споживачі надають подорожам, незважаючи на постійну кризу вартості життя. Тим не менш, прогнозується, що зростання сповільниться до 16% у 2024 році, оскільки бурхливі дні «мандрівок помсти» зникають, а зростання цін поступово поглинає апетит споживачів до подорожей [46].

В дослідженні Euromonitor Voice of the Industry Travel Survey керівники туристичних компаній назвали інфляцію (56%) та перебої в подорожах (53%) разом із бажанням споживачів отримати співвідношення ціни та якості (46%) як найбільші тенденції, що впливають на сектор. 59% очікують невеликого покращення фінансових показників протягом 2023-2024 років, оскільки зростання витрат перекладається на споживачів [61].

Повернення ділових поїздок є більш складним, оскільки працівники приймають змішані подорожі для кращого балансу між роботою та особистим

життям. Очікується, що змішані подорожі досягнуть 300 мільярдів доларів США у 2024 році. За даними Федерації авіаційної охорони навколишнього середовища, інвестори також спонукають компанії досягти цільових показників скорочення викидів вуглекислого газу шляхом скорочення несуттєвих ділових поїздок, де авіаперельоти в першому та бізнес-класі в чотири рази шкідливіші, ніж в економічному [83].

У 2024 році найшвидше зростаюча категорія подорожей у світі – це залізничний транспорт із 35,6% у 2023-2024 роках. Це говорить про зростаючу кліматичну свідомість мандрівників і туристичних операторів, які пропонують більш безпечні для клімату варіанти транспортування у своєму портфелі продуктів [61], (рис.2. 1.14.):

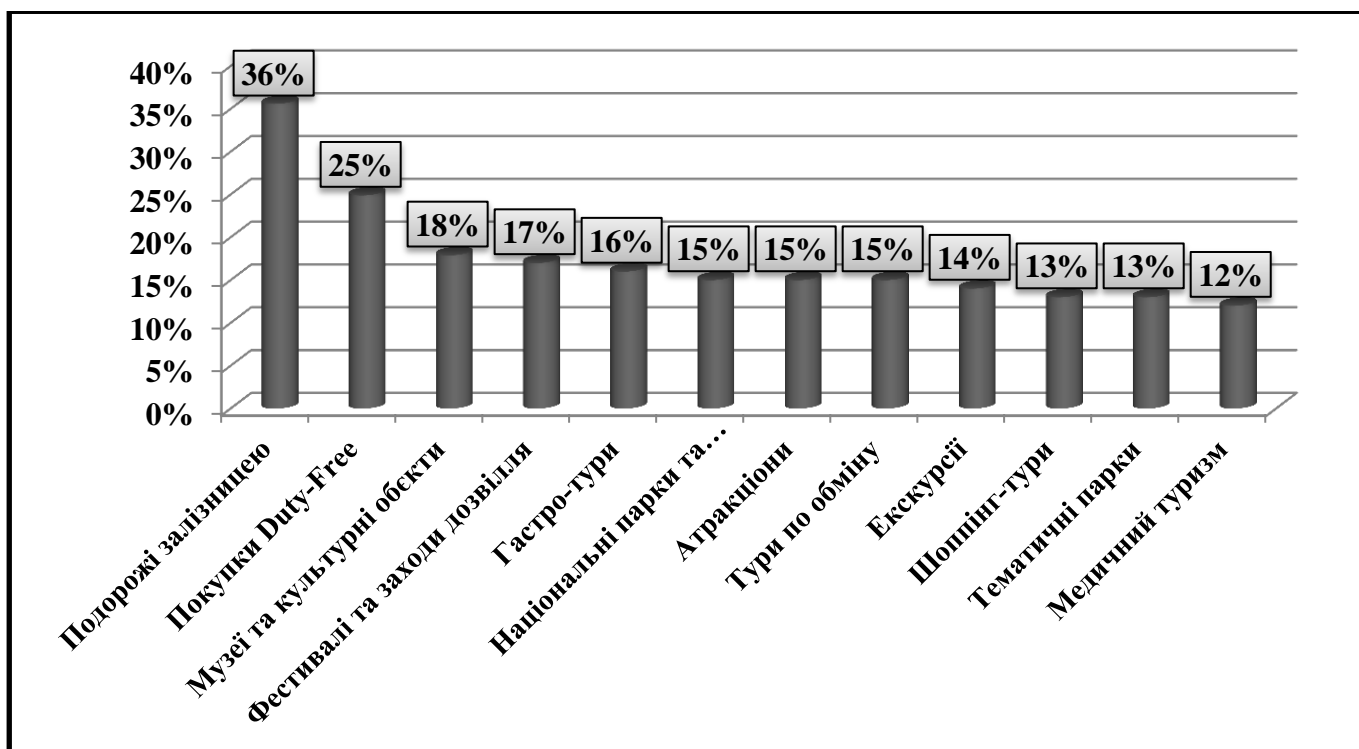


Рис. 2.14. Динаміка темпів приросту туристичних категорій в 2023-2024рр., (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Euromonitor International.

Згідно з опитуванням Euromonitor Voice of the Consumer: Travel Survey, третина (33%) любителів екологічних пригод у 2023 році віддає перевагу альтернативам авіаперельоту, наприклад залізничному транспорту [61].

Однак, як нещодавно повідомила експертна група з питань туризму зі зміни клімату, туризм далеко не досягає поставлених цілей, і необхідна «зміна парадигми», щоб збільшити масштаби необхідних дій для досягнення цілей кліматичних викидів туризму відповідно до шляху 1,5C і досягнення мережі нульові цілі до 2050 року.

Очікується, що магазини безмитної торгівлі, музеї та культурні об'єкти стануть другою та третьою категоріями найбільшого зростання з 24,9% та 17,9% відповідно, причому Luxury Seekers є одними з найбільш частих пасажирів, які заново відкривають для себе радощі покупок в аеропортах, у той час як культура повертається. Дослідники у Франції та Італії заново відкривають місця ближче до дому. Згідно з дослідженням Euromonitor Voice of the Consumer: Travel Survey, 28% шукачів розкоші обирають місця для відпочинку на основі якості покупок, доступних там у 2023 році [61].

Сила персоналізації – туристичні бренди підключаються до пристрастей споживачів. Очікується, що нішеві сегменти туризму, такі як оздоровчий, розкішний, еко-туризм, спорт і пригоди, стануть основними напрямками зростання в наступному році, оскільки споживачі все більше віддають перевагу персоналізованому досвіду, який відповідає їх стилю життя та цінностям, стимулюючи готовність платити більше за те, що має значення саме для них.

Продажі пакетів спортивного туризму, які продаються через туристичних посередників, за прогнозами, зростуть на 15% у 2023-2024 роках завдяки таким великим подіям, як Олімпійські ігри в Парижі та ЄВРО-2024 у Німеччині, тоді як екологічний туризм стане другою за величиною категорією зростання з показником 14,8 % [61].

Знайти та відчути ідеальну подорож стає ще більш досяжним завдяки персоналізації, що забезпечується цифровізацією, включно з нещодавніми кроками вперед із генеративним штучним інтелектом у плануванні подорожей. Проте точність таких інструментів штучного інтелекту все ще не оцінена.

Туристичні бренди та туристичні напрямки також розробляють інноваційні продукти, що відповідають потребам споживачів, одночасно використовуючи

сегментацію споживачів, традиційний маркетинг і соціальні медіа для залучення. Таке мислення, орієнтоване на споживача, допомагає віддавати перевагу якісному туризму, а не кількісному, щоб забезпечити стале та стійке зростання [83].

Обличчя мандрівника, що змінюється: молодший, різноманітний і наділений силами. Що також вражає у постпандемічних мандрівниках, так це те, що вони стають молодшими, де міленіали (віком 30-44 роки) складають найбільшу частку шанувальників здоров'я, шукачів дозвілля, розкоші та цифрових мандрівників, згідно з Голосом споживача Euromonitor.

Шукачі розкоші найбільше представлені в країнах Близького Сходу та Азіатсько-Тихоокеанського регіону, а любителі еко-пригод – в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та Європі, тоді як дослідники культури найбільше поширені в Європі [83].

Подорожі значною мірою оцифровані: очікується, що 67% споживачів будуть бронювати онлайн у 2024 році – і навіть більше для 76% шанувальників здоров'я та 75% цифрових мандрівників у 2023 році.

Таким чином, туристичним брендам і туристичним напрямкам потрібно переконатися, що різноманітність і інклюзивність є центральними для цінностей їхніх брендів і продуктів/послуг, щоб вітати мандрівників завтрашнього дня у високотехнологічний спосіб, який поважає їхні переконання та цінності.

Ключова роль туристичної діяльності полягає у тому, щоб зробити значний внесок у розвиток національної економіки за допомогою невеликих інвестицій. Туризм - це сектор економіки, який не лише прямо або опосередковано включає більшість відповідних галузей економіки, таких як транспорт, будівництво, торгівля, виробництво харчових продуктів і напоїв, сільське господарство, житлово-комунальне господарство, культура, мистецтво і спорт, але також сприяє розвитку цих галузей. Це призводить до збільшення зайнятості, особливо в депресивних регіонах, де інші види економічної діяльності неможливі або неприйнятні через високі виробничі витрати.

Протягом останнього десятиліття світовий туристичний ринок стабільно зростає зі швидкістю 3-7% на рік. Логічно припустити, що зі зростанням попиту на

подорожі та туристичні послуги зростатиме і попит мандрівників на засоби розміщення. У боротьбі за споживача на перший план вийдуть такі конкурентні переваги, як екологічність, технічна ефективність, індивідуальність продуктів і послуг та соціальна відповідальність.

Сьогодні в сфері туризму існує безліч різноманітних тенденцій. В умовах карантину значно змінився час, відведений на подорожі, що призвело до скорочення їх тривалості, та зростання популярності міні-подорожей, таких як тури вихідного дня. Міні-подорожі займають важливе місце в сучасному розвитку туристичної індустрії. Однією з актуальних тенденцій є створення унікального туристичного досвіду, який туристи отримують під час своїх подорожей. Враження та емоції, отримані під час подорожі, відіграють велику роль у виборі туристичного місця. Міні-подорожі стають чудовим способом відпочинку, де за короткий період часу можна насолодитися новими враженнями. Вони дозволяють відволіктися від робочих або бізнес-завдань та повернутися з новими емоціями та відчуттям свіжості [41, 132], (табл. 2.1):

Таблиця 2.1

Світові тренди розвитку туристичної індустрії

Міжнародні тренди в туризмі	
Назва	Визначення
Workations	мікс навчання, роботи та подорожей
Соло-туризм	подорожі наодинці
Онлайн-тури	поєднання віртуальної реальності з реальними відчуттями
Bleisure	поєднання бізнесу та подорожей
Міні-подорожі	подорожі вихідного дня
Внутрішній туризм	туризм у межах країни
Велнес-туризм	туризм для покращення здоров'я

Примітка. Складено автором за даними Hanna Haponenko, Olena Yevtushenko, Irina Shamara, & Karina Boloto. (2023). Prospects for the development of gastro tourism in Ukraine in the post-war period. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism, (17), 132.

Однією з найважливіших тенденцій у розвитку туристичної галузі є швидке зростання інтересу до оздоровчого туризму. Це форма туризму, спрямована на покращення або підтримку здоров'я і благополуччя. Нові туристичні напрямки пропонують широкий спектр послуг, і більшість оздоровчого туризму походить з внутрішніх подорожей. Це можуть бути короткі маршрути або туризм вихідного дня. За даними GWI, щорічно приблизно 500 мільярдів доларів США витрачається на такі "додаткові оздоровчі" поїздки, що перевищує витрати на рекреацію, пов'язану зі зміцненням здоров'я, більш ніж у п'ять разів (81 мільярд доларів США). [16, с.135].

Особливо в останні роки всі напрямки, пов'язані зі здоровим способом життя, демонструють позитивну динаміку розвитку внутрішнього туризму. Глобалізація туризму несе в собі й негативні наслідки. Йдеться про загрозу терористичних актів, екологічні проблеми, спалахи захворювань і епідемій, що виникають у різних куточках світу. Сучасні тенденції розвитку світової економіки характеризуються тим, що сфера послуг домінує у структурі виробництва країн, а також нерівномірним розвитком міжнародного туризму. Основною причиною цього є різний рівень соціально-економічного розвитку різних країн. Динамічний розвиток міжнародного туризму призвів до створення великої кількості відділень і філій міжнародних організацій, що сприяло розвитку міжнародної торгівлі. Багато розвинених західних країн, таких як Швейцарія, Австрія і Франція, побудували значну частину свого багатства на міжнародному туризмі. Значна частина їхнього багатства була сформована за рахунок доходів від туризму [61].

У 2024 році галузь подорожей і туризму перебуває на підйомі після того, як зіткнулася з труднощами. Розглянемо 8 ключових позитивних туристичних трендів у 2024 році, які варто використовувати як туристичний бізнес [75].

Тенденція 1: Прохолодна погода для літніх канікул.

Найпопулярнішими напрямками для літнього відпочинку були переважно ті, де сонце світило найяскравіше. У Європі мандрівники зазвичай подорожують на південь, щоб відвідати Іспанію, Францію, Грецію та Італію та насолодитися середземноморським кліматом. Однак через підвищення температури, викликане

зміною клімату, ми спостерігаємо надзвичайно спекотну погоду, коли температура піднімається понад 40 градусів (104 °F). Це призвело до гарячого літа в Європі, а також у Північній Америці та Китаї.

Тепер мандрівники двічі думають про відвідування одних і тих же регіонів і шукають літні напрямки з помірною погодою. У Європі набирають популярності північні напрямки, такі як Норвегія, Фінляндія та Ісландія. Крім того, в інших частинах світу мандрівники шукають прохолодну літню відпустку. У США рекламують літні напрямки із середньою температурою 80 °F (26 градусів).

Тенденція 2: Збільшення подорожей у міжсезоння.

У зв'язку з підвищенням температури в усьому світі зростає кількість подорожей у міжсезоння, поза піковим сезоном. Замість того, щоб відвідувати напрямки у високий сезон, мандрівники все частіше прагнуть подорожувати в міжсезоння. Напрямки, які зазвичай користуються високим попитом у високий сезон, тепер набирають обертів для наступних сезонів: місяці до і після піку.

Подорож у міжсезоння має багато переваг для мандрівників. Крім уникнення надзвичайної спеки, яка спостерігається в деяких напрямках у високий сезон, вони також втечуть від натовпів туристів, які заповнюють кожне місто, пляж і визначну пам'ятку. І на додачу до цього, в міжсезоння дешевше подорожувати [75].

Тренд 3: Пригодницькі подорожі з низьким вмістом вуглецю.

Тепер, коли все більше мандрівників обирають прохолодніші літні напрямки, зростає кількість пригодницьких подорожей з низьким вмістом вуглецю. Ці місця ідеально підходять для того, щоб більше часу проводити на свіжому повітрі та насолоджуватися природою. Очікується, що до 2032 року світовий ринок пригодницького туризму досягне 2 трильйонів доларів і буде стабільно зростати.

Із зростанням обізнаності про зміну клімату також зростає увага до зменшення викидів під час подорожей. Мандрівники шукають більше захоплюючих подорожей, які не створюють викидів під час перебування на природі. Пригодницькі подорожі з низьким вмістом вуглецю – це відповідь, де мандрівники беруть участь у пригодах просто неба, але без викидів [75].

Чудові приклади низьковуглецевих пригод:

1. Піші прогулянки.
2. Велоспорт.
3. Каякінг.
4. Альпінізм.
5. Трекінг.
6. Падлбординг.
7. Скелелазіння.
8. Підводне плавання.

Пригодницькі подорожі завжди були популярні, і вони користуються високим попитом у мандрівників у різних сегментах подорожей. Зосередьтеся на тому, щоб додати до своїх маршрутів більше пригод з низьким вмістом вуглецю. Таким чином, зменшити викиди в існуючих туристичних продуктах, щоб відповісти на цю тенденцію, а також розробити нові види пригод з низьким вмістом вуглецю.

70% мандрівників прагнуть відчути спокій і розслабитися під час своїх подорожей у 2024 році [75].

Тренд 4: Заспокоєння.

Згідно з дослідженням Campspot , 70% мандрівників жадають відчуття спокою та релаксації під час своїх подорожей у 2024 році. Мандрівники відчувають стрес на етапі після пандемії, а в умовах непередбачуваного глобального економічного ландшафту люди шукають спосіб по-справжньому розслабитися. Calmcations стали ідеальним рішенням, яке пропонує відпочинок від складнощів і невизначеності повсякденного життя.

Мандрівники шукають відпочинок ближче до дому, доступніший і занурений у природу. Це означає, що у 2024 році ми повернемося до подорожей на природі, але з комфортом. Це цікавить не лише відданих туристів, а й багатьох інших мандрівників. Вони шукають красиві місця з умовами для комфортного відпочинку на природі. Походи на природу, де вони можуть подихати свіжим повітрям, насолодитися дивовижними краєвидами та тематикою води [75].

Тенденція 5: Поїздки на дальній відстані.

Очікується, що залізничні подорожі стануть однією з найшвидше зростаючих категорій подорожей у всьому світі в 2024 році. З новою хвилею залізничних ліній, маршрутів і нових платформ бронювання поїздів зростає попит на поїздки на великі відстані та розкішні поїзди. Згідно з опитуванням Euromonitor про подорожі, одна третина (33%) мандрівників віддають перевагу альтернативам авіаперельоту, наприклад залізничному транспорту. Зростає кліматична свідомість мандрівників як туристичних компаній, які прагнуть подорожувати більш відповідально.

У Європі оголошено про нові сполучення, і стало привабливіше, ніж будь-коли, сісти на нічний реактивний потяг, щоб з комфортом досліджувати такі європейські міста, як Берлін і Прага, або відвідати альпійські гірськолижні курорти для зимової відпустки. В Азії Eastern & Oriental Express повертається в лютому, і не забуваймо про розгалужену залізничну мережу в Японії, Індії та Канаді. З огляду на те, що залізничні лінії (повторно) відкриваються, подорожі потягом є рішенням для тих, хто хоче подорожувати повільніше, подорожувати второваними шляхами та зменшити свої викиди [75].

Тренд 6: Кулінарний туризм.

Для багатьох людей їжа є однією з головних причин подорожі. Мандрівники прагнуть досліджувати місце призначення через його ресторани, ферми, традиційні інгредієнти та місцеві страви. Тенденціями наступного року є подорожі з шеф-кухарями, невибагливі дегустації вин та обіди з місцевими жителями. Мандрівники хочуть не тільки їсти місцеву їжу під час своєї подорожі, але вони також хочуть готувати та їсти з місцевими жителями.

За даними Food & Wine, також спостерігається збільшення екскурсій Foodie Field, де мандрівники мають можливість взяти участь у таких заняттях, як випікання хліба та смаження кави.

Соціальні мережі також мають великий вплив на цю тенденцію, особливо на молодих мандрівників. Інфлюенсери виділяють певні напрямки та ресторани зі спеціальною їжею, яку люди захочуть скуштувати, іноді навіть приносячи до так званих TikTok-черг [75].

Тенденція 7: Пристрасть до нішевих подорожей.

Кулінарний туризм – це дуже специфічний напрям, заснований на пристрасті мандрівників до кулінарних вражень. У 2024 році нішеві подорожі, зосереджені на пристрасті, процвітають. Ми вже бачили, що мандрівники обирають досвід, а не конкретні напрямки, і цього року вони більше керуються пристрасстю, ніж будь-коли. Подорожі, зосереджені на пристрасті, — це налаштування та персоналізація на основі ваших ідеальних клієнтів [75].

Чим краще ви знаєте свого клієнта, тим краще усвідомлюєте його захоплення та бажання подорожувати. Особливість подорожей, зосереджених на пристрасті, полягає в тому, що вони дуже специфічні. Йдеться про надмірну зосередженість на бажаннях мандрівників щодо досвіду та розробки нових маршрутів навколо цього.

Приклади нішевих подорожей, орієнтованих на пристрасць:

1. Пристрасть до коней: провести тиждень в африканському буші верхи.
2. Пристрасть до динозаврів: відвідування музеїв динозаврів та вивчення їх історії.
3. Пристрасть до вина: екскурсія винним регіоном, дегустація та вивчення процесу.
4. Пристрасть до птахів: відвідування визначених місць, щоб спостерігати за птахами з експертами.

Тенденція 8: Відповідальна подорож у відповідь.

Подорож у стилі помсти – це тренд минулого року, і це тип подорожей, де люди надолужують упущені пригоди через пандемію. Ці подорожі часто швидкі, зосереджені на тому, щоб якомога більше подорожувати. Це виснажує мандрівників, вони не справді з'єднуються з пунктом призначення та не дуже враховують екологічність [75].

Цього року плануємо подорожувати відповідальною помстою. Мандрівники все ще прагнуть досліджувати світ і надолужувати час, який було неможливо подорожувати. Але вони роблять це більш свідомо. Вони хочуть подорожувати в місця з прохолодною погодою, подорожувати в пору року, вирушати в пригоди з низьким вмістом вуглецю, проводити час на свіжому повітрі, відпочиваючи,

подорожувати потягом, насолоджуватися місцевою кухнею та просто любити подорожі.

Мандрівники шукають «вражень життя» та грандіозних пригод, але відповідально. Обов'язково розробляйте та рекламуйте маршрути подорожей, які максимізують позитивний вплив і спонукають мандрівників використовувати свої гроші як силу для добра. Ведіть їх з проторених шляхів, підтримуйте місцевих жителів, шануйте місцеву культуру, забезпечуйте добробут тварин, захищайте природу та зменшуйте викиди [75].

Таким чином, туристичний бізнес постійно адаптується до змін у споживчих перевагах, технологічних інноваціях та глобальних викликах. Актуальними трендами та напрямками розвитку туристичної галузі є [22]:

1. Стійкий туризм (Sustainable Tourism): Екологічна свідомість: Туристи все більше обирають екологічно чисті варіанти подорожей, які мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище.

2. Технологічні інновації: Віртуальні подорожі: Використання віртуальної реальності (VR) для віртуальних турів визначними місцями та пам'ятками. Смарт-технології: Впровадження IoT, мобільних додатків і штучного інтелекту для покращення туристичних послуг та персоналізації досвіду мандрівників.

3. Здоров'я та безпека: Медичний туризм: Зростання попиту на подорожі з метою отримання медичних послуг та лікування.

4. Індивідуальні подорожі: Соло-туризм: Зростання популярності індивідуальних подорожей, особливо серед жінок. Персоналізовані тури: Підвищений попит на персоналізовані туристичні послуги, які враховують індивідуальні вподобання та потреби мандрівників.

5. Цифровий маркетинг: Соціальні мережі: Використання платформ соціальних мереж для просування туристичних продуктів і залучення нових клієнтів. Впливові особи (інфлюенсери): Співпраця з блогерами та інфлюенсерами для реклами туристичних дестинацій та послуг.

6. Культурний та освітній туризм: Культурні подорожі: Підвищений інтерес до подорожей, які дозволяють зануритися в культуру та історію дестинацій.

Освітні тури: Популярність програм навчання за кордоном, мовних курсів і культурних обмінів.

7. Відновлюваний туризм (Regenerative Tourism): Активне збереження природи: Туризм, який не лише мінімізує шкоду для навколишнього середовища, але й активно сприяє його відновленню. Соціальна відповідальність: Включення соціальних проектів та ініціатив в туристичні програми.

8. Мікро-туризм та внутрішній туризм: Подорожі в межах країни: Пандемія COVID-19 підштовхнула туристів досліджувати власну країну та відвідувати менш відомі місця. Короткі подорожі: Збільшення кількості короткотривалих подорожей та вихідних турів.

9. Гастрономічний туризм: Кулінарні подорожі: Туристи все більше цікавляться місцевою кухнею, дегустаціями та кулінарними майстер-класами. Фермерські тури: Відвідування місцевих ферм і участь у виробництві продуктів харчування.

10. Люкс-туризм та унікальні враження: Ексклюзивні пропозиції: Зростання попиту на розкішні та ексклюзивні подорожі, включаючи приватні вілли, яхти та персональні гідів. Унікальні досвіди: Туристи шукають унікальні та незабутні враження, такі як відвідування віддалених та важкодоступних місць.

Ці тренди відображають зміни в туристичних вподобаннях та технологічному середовищі, а також виклики, з якими стикається туристична галузь. Вони визначають напрями розвитку туризму та відкривають нові можливості для інновацій та зростання.

Отже, в 2024 році оздоровчі подорожі візьмуть гору. Оскільки метушня повсякденного життя бере своє, мандрівники шукають цифрову детоксикацію і заспокоєння серед безтурботних краєвидів і вражень, що омолоджують. Попрощайтеся з багатолюдними містами та привітайте дикі місцини, що обіцяють спокій і самопізнання. Пригодницькі мандрівки для любителів адреналіну, загадкові місця, що додають гострих відчуттів і див, а також подорожі на природу – все це стає дедалі популярнішим

2.3. Оцінка сучасного стану та тенденцій розвитку туристичного бізнесу в Україні в умовах війни

В умовах сьогодення туризм - одна з найдинамічніших і найприбутковіших галузей світової економіки. У контексті зростаючих потреб людей у відпочинку та туризмі, а також екстенсивної та інтенсивної взаємодії між суспільством і природою, зростає потреба у систематичному природокористуванні. Через безпекову ситуацію значно знизилась і кількість іноземців, які відвідують Україну.

Складна економічна та політична ситуація у країні, військові дії на сході, анексія Криму, пандемія COVID-19 та вторгнення росії на територію України негативно позначились на розвитку туристичної сфери. Значно скоротились обсяги в'їзного туризму, більшість українців або не планують туристичних поїздок, або відпочивають в межах своєї країни чи регіону. Через карантин туристична сфера в Україні та світі опинилась у складному становищі. Туристична галузь України у 2020 році отримала близько 60 млрд. грн збитків через пандемію коронавірусу [44].

У 2017 році Кабінет Міністрів затвердив "Стратегію розвитку туризму до 2026 року та низки курортів", в якій представлені всі перспективи туристичного потенціалу України.

Метою було створення умов для цікавого, безпечного та комфортного відпочинку туристів в Україні. Передбачалося фінансування програм підтримки розвитку туризму. Розробники стратегії визначили певні індикатори для ефективного розвитку сектору [8], (див. Табл.2.2).

Очікуваними результатами мали бути підвищення конкурентоспроможності України в туристичному секторі, покращення якості життя та збільшення можливостей для працевлаштування населення, поширення інформації про туристичні ресурси країни у світі та розбудова нової туристичної інфраструктури. Однак з початком повномасштабної війни пріоритети розвитку країни змінилися, і досягнути поставлених цілей до 2022 року не вдалося.

Показники розвитку сфери туризму й курортів на території України

Найменування показників розвитку	Роки			
	2015	2019	2022	2026
1. Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	збільшення у 1,5 разів	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
2. Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
3. Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	збільшення у 1,5 разів	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
4. Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	збільшення у 1,5 разів	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 разів
5. Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	збільшення у 2 рази	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
6. Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки й збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
7. Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	збільшення у 1,5 разів	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 разів

Примітка. Складено автором за даними Кізюн А.Г. Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни / А.Г. Кізюн, Л. А Гуцал, І. М. Цуркан // Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній. 2023 р. №8. С.79.

До початку повномасштабного вторгнення Україну щорічно відвідували в середньому 14 мільйонів іноземців. Найпопулярнішим туристичним напрямком був Київ з 2,5 мільйонами відвідувачів, другим був Львів з 1,8 мільйона і третім - Одеса з 1 мільйоном.

У першій половині 2023 року український кордон перетнули 1,3 мільйона осіб. Однак враховуючи поточні в Україні загрози – це також доволі непоганий показник.

Найчастіше в Україну приїжджали туристи з Молдови (573 545 громадян), Румунії (232 942 осіб), Польщі (136 604 туристів), Угорщини (72 635 громадян) та

Словаччини (31 393 осіб). Відвідували й представники найбільш віддалених держав – Нової Зеландії, Мексики, Мадагаскару, Бангладешу тощо. Тому географія туристів, які приїжджають в нашу країну, досить різноманітна [48].

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) оцінила загальну втрату доходів світового туристичного ринку через війну в Україні у 2022 році приблизно в 14 мільярдів доларів США. За оцінками ЮНЕСКО, культурний і туристичний сектор України втратив понад 19 мільярдів доларів США доходів під час тотальної війни з Росією. За даними організації, внаслідок бойових дій було пошкоджено 341 заклад культури по всій Україні, в тому числі в Києві, Львові та Одесі [68].

Важливим аспектом розвитку туризму є державна підтримка та визначення пріоритетів і цілей у туристичному секторі. Національна політика включає наступні кроки:

1. Визначення та реалізація пріоритетних напрямів розвитку туризму.
2. Розвиток та захист туристично-рекреаційних ресурсів України.
3. Фінансування інноваційних проектів та програм розвитку туризму.
4. Визначення безпечних туристичних територій.
5. Правове регулювання туристичної галузі.

Державний контроль за дотриманням законодавства з питань регулювання туристичної діяльності [25,с.82].

Повномасштабне вторгнення зачепило всі сфери, включаючи туризм. Першим наслідком стала відмова з боку зарубіжних перевізників у здійсненні рейсів до України. Податкові надходження до державного бюджету зменшилися через значні втрати та збитки в усіх секторах.

Згідно з наведеними нижче даними, у першому кварталі 2023 року туристичний сектор сплатив на 29% менше податків порівняно з 2022 роком і на 39% менше порівняно з аналогічним періодом 2021 року [44], (рис. 2.15.).

Вплив війни на туристичну галузь мав значні наслідки, включаючи зниження рівня захисту та безпеки туристів, руйнування та пошкодження туристичної інфраструктури та об'єктів, значне переміщення населення, в тому числі висококваліфікованого туристичного персоналу, перерозподіл коштів на оборону та

соціальну сферу, скорочення Стратегії розвитку туризму та кількості туристичних програм, в тому числі багатьох курортів до 2026 року.

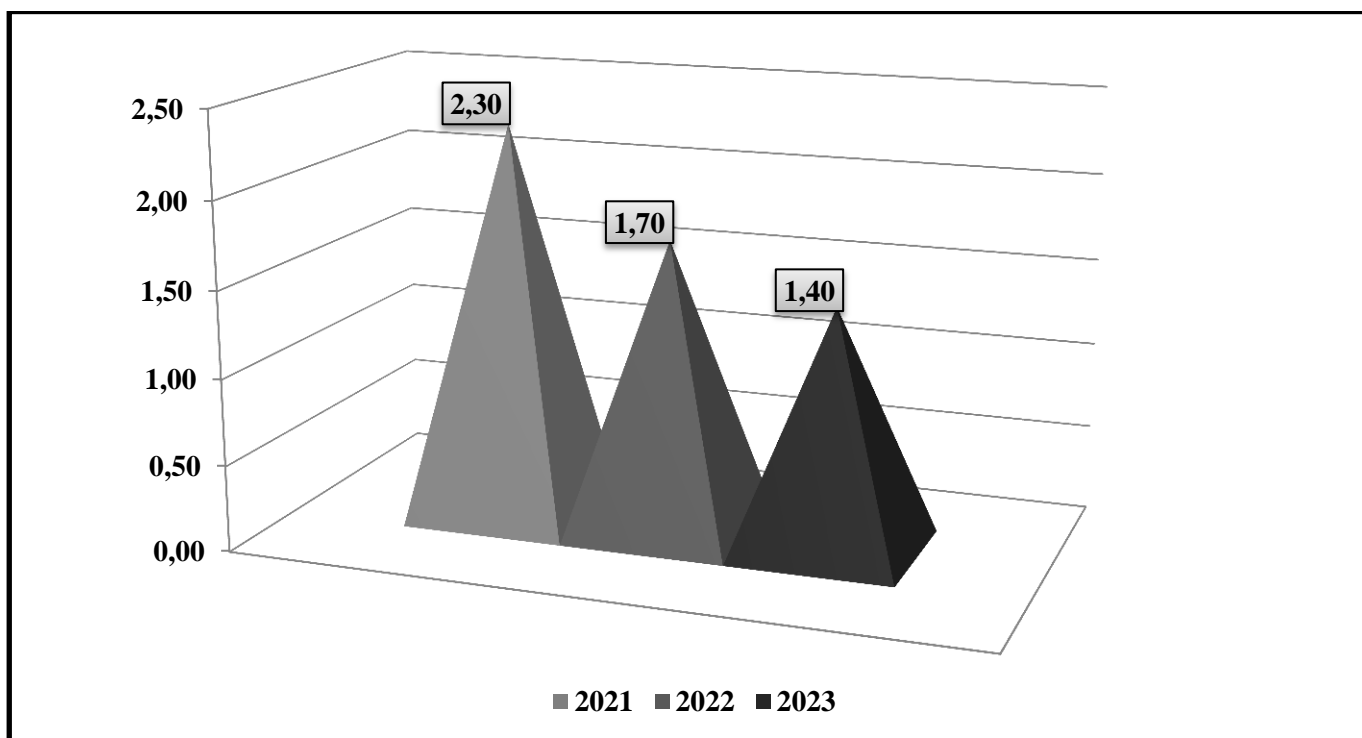


Рис. 2.15. Загальна кількість податків від туристичної галузі в 2021-2023рр., (млрд. грн.).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ).

Це також призвело до помітного зниження популярності України на туристичному ринку та зменшення туристичних прибутків та надходжень до державного бюджету від туристичного сектору. Війна на території України перешкоджає загальному розвитку туризму на всіх рівнях. Станом на 1 вересня 2022 року збитки, завдані інфраструктурі туризму та відпочинку, оцінюються у 2,2 мільярда доларів США. Збитки, завдані сектору охорони здоров'я, продовжують зростати і станом на 1 вересня 2023 року оцінюються у 2,9 мільярда доларів США. Війна зруйнувала або пошкодила 1 223 медичні заклади, зокрема 384 лікарні та 352 поліклініки. Тоді було зруйновано 1 800 культурних, 348 релігійних, 343 спортивних та 164 туристичних об'єктів [36, С.19-20].

Протягом перших шести місяців 2022 року представники українського туристичного сектору сплатили на 25,7% менше податків порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Таким чином, загальна кількість платників податків, які працюють у туристичному секторі, зменшилася в середньому на 17% за перше півріччя повоєнного періоду. При цьому кількість юридичних осіб зменшилася на 24,5%, а кількість фізичних осіб - на 13,5%. У першому півріччі цього року найбільші надходження до державного бюджету принесли готелі та санаторії - близько 461 мільйон гривень. Однак ця цифра все одно на 30% менша, ніж у першому півріччі 2021 року.

Відновлення туристичної сфери України матиме непросте завдання насамперед щодо вирішення проблем у трьох площинах. По-перше, є проблема безпеки туристів, що включає не лише забезпечення відповідного притулку у місцях розміщення, але й дотримання правил безпеки під час екскурсій по туристичних маршрутах. Конкретно, вже існують численні питання щодо відновлення туристичних маршрутів до зони виключення Чорнобильської АЕС, які є дуже популярними (особливо серед іноземних туристів). Для досягнення цього потрібні значні зусилля для забезпечення відсутності мін. Аналогічна проблема існує скрізь на окупованих територіях.

Другий ключовий виклик - відновлення транспортної інфраструктури та пошкоджених туристичних об'єктів (музеїв і історико-культурних пам'яток). Станом на 23 серпня 2023 року ЮНЕСКО визначила 284 об'єкти культурної спадщини в Україні, серед яких 120 релігійних об'єктів, 27 музеїв, 104 об'єкти історико-мистецької цінності, при цьому 19 пам'ятників, 13 бібліотек і один архів офіційно визнано пошкодженими.

Третім, і, можливо, найважливішим викликом є впровадження нових моделей управління туристичним сектором України на національному та місцевому рівнях. У цьому відношенні Україна може використати досвід багатьох європейських країн, де такі моделі управління успішно функціонують протягом багатьох років. Каталізатором майбутньої трансформації туристичного сектору України на європейську модель розвитку стане прийняття у другому читанні нової редакції

Закону України "Про туризм", який наразі обговорюється у Верховній Раді України. Більше уваги потрібно приділяти розвитку таким видів туризму, як гастрономічний та екологічний. Ще з довоєнних часів українські ресторани та паби були одними з найбільш концептуальних у Європі, а кілька національних страв (український борщ) були включені до Списку всесвітньої нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО. Більшість туристичних маршрутів в Україні зосереджені на тій чи іншій формі національної кухні, а гастротуризм став одним із трендів сучасного світового туризму.

Ще один напрямок, який вже багато обговорювався на різних дискусійних майданчиках, - це оздоровчий туризм. Створення програм реабілітації та психологічного відновлення для українців є дуже важливим питанням. Реабілітаційні програми для військової та психологічної адаптації цивільного населення з окупованих територій поступово набувають суспільного значення і їх актуальність зростає з кожним місяцем. Звичайно, такі програми потребують значних державних коштів, які поки що не передбачені в українському державному бюджеті. Однак питання про розробку такої програми на базі існуючих в Україні санаторіїв вже піднімалося. Приватні санаторії та низка саніторно-курортних готелів можуть бути з часом залучені до реалізації таких програм. Це пов'язано з тим, що існуюча база державних санаторіїв є вкрай недостатньою для задоволення потреб тих, хто потребує такої реабілітації [15, с.20].

На сьогоднішній день основними перешкодами для розвитку внутрішнього туризму в Україні є:

- військові дії на території країни, які становлять загрозу для всього населення та потенційних туристів;
- еміграція значної частини населення за межі країни, що призводить до зменшення потенційної аудиторії для внутрішнього туризму;
- руйнування та втрата туристичних об'єктів у зоні бойових дій
- закриття повітряного простору для цивільної авіації, що обмежує можливості для внутрішнього переміщення туристів;

- руйнування та пошкодження інфраструктури, порушення логістики, що ускладнює організацію подорожей та перебування туристів;
- бойові дії в районах, які є важливими туристичними центрами країни, що створює негативний імідж та відлякує потенційних відвідувачів.

Після закінчення війни постане проблема відновлення економічної діяльності у зруйнованих та неокупованих регіонах, у тому числі це зачепить галузь туризму. Однак найближчим часом українські регіони не матимуть доступу до значних кредитно-фінансових ресурсів для повноцінного відновлення туризму [30,С.98-100] (рис.2.16.):

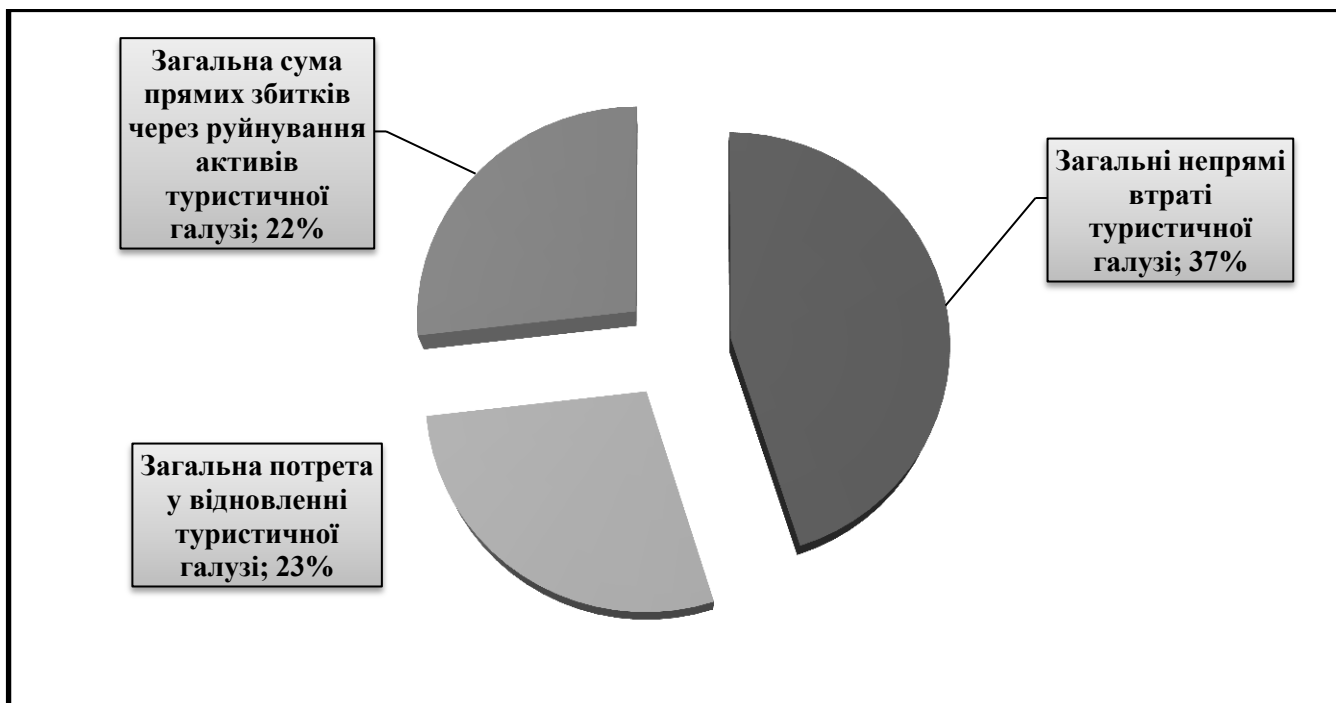


Рис. 2.16. Структура втрат туристичної галузі України в 2023 році, (%).

Примітка. Побудовано автором за даними Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ).

Зважаючи на розподіл втрат у туристичній галузі України, більшість з них є непрямими витратами (87%), в той час як витрати на відновлення (13%) є відносно меншими. Це свідчить про те, що витрати на відновлення туристичної галузі також включають прямі витрати, такі як ремонт та відновлення туристичних об'єктів, компенсація непрямих збитків та підтримка туристичних проектів. Ці витрати

поділяються на витрати на обстеження прибережних туристичних зон для розмінування та прямі витрати на розмінування для відновлення та підтримки туристичних проектів.

У контексті розвитку туристичної галузі, однією з перспектив є розробка стратегій для туристичних напрямків та програм, що можуть функціонувати навіть у період воєнного конфлікту. Такі заходи на національному рівні наразі можливі лише на територіях, які менше постраждали від війни. Враховуючи всі показники та стан конкретної туристичної інфраструктури на безпечних територіях, можна залучати туристів. Інвестиції слід спрямовувати із заходу на південь України [25,с.83], (табл. 2.3):

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз сфери туризму в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> – розмаїття ландшафту та помірний клімат, що створюють комфортні умови для туристів. – велика культурна спадщина й багата історія; – особливий рекреаційний потенціал; – наявні ресурси для створення оздоровчих комплексів; – наявні стратегічні програми для розвитку кожної області 	<ul style="list-style-type: none"> – військові дії в Україні; – знищення інфраструктури сфер туризму, культури й релігії; – недостатньо розвинена ринкова інфраструктура й неякісні дороги; – неефективність політики держави у сфері туризму; – негативний імідж України як туристичної держави
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – освоїти й створити новітні рекреаційні території; – сформувати нові види туризму; – відновлювати й розвивати туристичні інфраструктури; – розширити й підвищити якість надання послуг; – сформувати позитивний імідж країни як безпечної й стабільної. 	<ul style="list-style-type: none"> - можливе підвищення цін, що стосується відпочинку; – нестабільність політичної, воєнної й економічної ситуації; – збільшення на ринку туристичної галузі конкуренції; – активний розвиток туризму закордоном, що розташований біля нашої країни

Джерело: Кізюн А.Г. Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни / А.Г. Кізюн, Л. А. Гуцал, І. М. Цуркан // Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній. 2023 р. №8. С.83.

Тому нашій державі слід зосередитись на поступовому відновленню сфери туризму. Це можна досягнути впровадивши такі заходи:

1. Ефективне функціонування системи управління туристичною галуззю на рівнях держави та регіонів.
2. Направлення фінансових ресурсів та залучення інвестицій у туристичну галузь через спеціальні туристичні фонди.
3. Створення місцевих туристичних об'єктів, які приносять доходи від туристичного оподаткування для держави.
4. Розробка регіональних програм туризму на місцевому рівні.
5. Створення системи співпраці між державою, органами місцевого самоврядування та бізнесом [25,с.80].

Для сприяння розвитку туристичної галузі в Україні у післявоєнний період вже зараз необхідно розпочати процес формування місцевих туристичних організацій у різних регіонах країни, де туризм відіграє важливу роль у економічному зростанні та забезпеченні зайнятості населення. Також необхідно буде розробити й прийняти нову Стратегію розвитку туризму в Україні, яка б враховувала нові умови та виклики, що виникнуть внаслідок післявоєнного періоду.

Таким чином, український туризм в останні роки дуже видозмінився, а визначальний вплив на його стан мало повномасштабне вторгнення РФ, яке спричинило руйнацію визначних місць, і як наслідок-відтік туристів. Держава недорахувала мільярди грн. і тимчасово втратила здатність використовувати галузь туризму для збільшення доходів. Ефективним способом виходу туризму з «депресії» є грамотне використання природних ресурсів країни. Це передбачає реалізацію збалансованої туристичної діяльності та відновленню потенціалу в даній сфері, яка враховуватиме потреби туристів та природного середовища, можливості подорожувати сприяючи при цьому збереженню природи та сталому розвитку туризму в Україні.

Висновки до розділу 2

Отже, туризм є ключовим сектором для соціально-економічного та політичного розвитку країн. На сферу туризму впливають безліч чинників, провідне місце серед яких займають динамічність попиту та економічна стабільність. Аналізуючи нинішнє положення та перспективи розвитку цієї сфери, слід враховувати такі негативні явища, як часткове або повне знищення екологічної складової в багатьох країнах, бурхливий розвиток тероризму та появу нових масштабних захворювань-усе це становить загрозу сфері туристичних послуг. Дана галузь досить чутлива до масштабних коливань, тому для ефективного та стабільного розвитку потрібна активна участь держави та міжнародних організацій.

До головних факторів розвитку туризму можна віднести ріст доходів, наявність більшого часу, розвиток засобів комунікації та інфраструктури в цілому і відносна відкритість кордонів. Головними трендами на сьогодні є внутрішній соло, оздоровчий та робочий туризм. Ринок США та ЄС займає найбільшу частку світового ринку. Проте європейська сфера туризму дуже сильно постраждала від повномасштабного вторгнення РФ. Український ринок туристичних послуг переживає нестабільність та занепад, через частково знищену інфраструктуру, зруйнованість та недоступність деяких природних, історичних та культурних ресурсів. Тому головною метою суспільства на даному етапі повинно стати збереження туристичного потенціалу, захист наявних історичних пам'яток та місць для відпочинку.

Для підтримки туристичного бізнесу в Україні, державі потрібно урахувати світовий досвід країн та розробити заходи для підтримки галузі. Ці заходи допоможуть вийти туристичному бізнесу зі стану зтяжної депресії, а розроблені спеціальні програми допоможуть підтримати бізнес та зберегти робочі місця.

Пандемія та війна негативно вплинули на економіку України. З огляду на те, що економіка деякий час залишатиметься під впливом цієї нової реальності, ключовим напрямом модернізації туристичної сфери на сучасному етапі є розвиток нестандартних напрямків відновлення.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У ВОЄННИЙ ТА ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

3.1. Міжнародний досвід відновлення та перспективи розвитку туристичної галузі України в повоєнний період

Туризм - одна з тих галузей, яка найбільше постраждала ще під час пандемії COVID-19. Тоді через карантинні обмеження закрилися аеропорти, спорожніли готелі, впав попит на послуги турагентств. І щойно сфера почала оговтуватися від коронавірусу, повномасштабне вторгнення РФ в Україну знову завдало сильного удару туристичному бізнесу. Проте і за таких умов галузь намагається відроджуватися та планує майбутнє.

Туризм в Україні зараз переживає дуже складні часи. По-перше, українська інфраструктура та природа постійно страждають від російських атак. Крім того, багато унікальних природних і рекреаційних об'єктів, таких як Асканія-Нова чи Кінбурнська коса, були повністю знищені під час бойових дій або зараз перебувають під окупацією. Крім фактичних розрух і терору з боку Росії, проблема полягає в самих туристах, оскільки потік іноземних громадян значно скоротився, а українцям часто не вистачає фінансових і психоемоційних можливостей регулярно подорожувати країною [82].

Водночас війна – це не лише застійний фактор, а й специфічний інструмент, який відкриває багато можливостей. І вже сьогодні можна спостерігати певні зміни, адже значно збільшилася кількість туристів, які приїздили в Україну навіть під час війни, щоб на власні очі побачити унікальність української культури та землі [29].

Крім того, якщо раніше іноземці їздили переважно до Києва, то сьогодні значна їх кількість подорожує до інших регіонів України. Причому війна – не єдина причина змін у сьогоденні. Як свідчить досвід інших країн, туризм може стати

справжньою опорою післявоєнного відродження України. За даними звіту Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ), туристична галузь вже почала відновлюватися з початку повномасштабного вторгнення і лише за 9 місяців 2023 року принесла до державного бюджету майже 2 млрд грн. [44].

Світовий досвід доводить, що під час війни туризм може не лише «виживати», а й «розвиватися». Щоб довести це, погляньмо на історії кількох країн.

Ізраїль. Збройний конфлікт в Ізраїлі триває вже більше 70 років, але це не зупинило міжнародний туризм. І досвід країни в цьому плані унікальний, оскільки владі вдалося адаптувати реалії до потреб суспільства, і такі міста, як Єрусалим, Тель-Авів, Назарет, Віфлеєм, Хайфа, а також деякі курорти Мертвого моря, є такими, які регулярно відвідуються великою кількістю людей. А до пандемії COVID-19 туристичний сектор в Ізраїлі становив 6,2% доходів державного бюджету, зокрема за рахунок паломницького, медичного та культурного туризму. Крім того, туристична галузь країни забезпечує близько 6% робочих місць [82].

Німеччина. Сьогодні Німеччина є однією з найвідоміших країн на світовому туристичному ринку. Однак велика кількість туристів цікавляться не тільки красою і культурною спадщиною країни, а й історією війни. Таким чином, Німеччина є одним із головних центрів військового туризму в Європі, оскільки Друга світова війна стала одним із найбільших потрясінь для суспільства за останні століття.

Хорватія, Туреччина та Кіпр. Подібний досвід у цьому питанні мають Хорватія, Туреччина та Кіпр, які після закінчення бойових дій розгорнули потужні піар-кампанії, покликані підвищити імідж та обізнаність країни, а також розповісти про унікальність та переваги туризму цих країн. Сьогодні в кожній країні туризм займає значну частку економіки: на Кіпрі - близько 18 %, у Хорватії - близько 15 %, у Туреччині - близько 13 % [82].

Єгипет. Це одна з найпопулярніших курортних країн світу, щорічний туристичний потік якої становить понад 10 мільйонів чоловік, хоча менше 50 років тому, а саме в 1960-1980рр., тут також велися активні бойові дії. Крім того, в середині 1990-х років туристичний сектор Єгипту став ареною для політичної боротьби за владу, що зрештою призвело до ряду трагічних подій через

терористичні атаки. Тим не менш, країна зберегла увагу туристів і змогла забезпечити їм «безпечне місце посеред небезпеки».

Сьогодні внесок туристичної сфери в національну економіку Єгипту становить близько 12%. І унікальність цього досвіду в тому, що туристи приїжджають до країни не для того, щоб побачити так звану військову спадщину та наслідки бойових дій, а щоб побачити унікальне морське узбережжя, історико-культурну спадщину, підводний світ [82].

Грузія. Досвід Грузії чимось схожий на досвід України, адже саме через війну люди в усьому світі дізналися про цю країну та почали активно цікавитися її історією та самобутністю. Водночас активне залучення іноземних інвестицій стало одним із найважливіших поштовхів для розвитку туризму в країні.

Боснія і Герцеговина. Після завершення збройного конфлікту країна почала активно відбудовувати зруйновану інфраструктуру. І основний напрямок, який привернув найбільше туристів, базувався на вар-туризмі. Для іноземців організовувалися виставки та пам'ятні заходи, створювалися військові меморіали та музеї [82].

Україна має багато можливостей для відновлення туризму: від залучення іноземних інвестицій до розвитку сучасних видів туризму та зміцнення свого унікального культурного іміджу на міжнародній арені. Вже сьогодні величезна кількість країн та окремих організацій і підприємств активно залучаються до відновлення зруйнованих місць і деокупованих міст. Буча, Ірпінь та Миколаїв є одними з багатьох прикладів таких місць [18, с.186].

Крім того, сьогодні набув розвитку і військовий туризм, адже Київська область, а також окремі райони Миколаївської та Херсонської областей активно працюють над залученням іноземних туристів, зокрема сприяють відновленню регіонів та інформують населення про наслідки російського вторгнення. Visit Ukraine разом із партнерами запустили унікальний проект – донорські тури Україною, який має на меті залучити іноземців до подорожей деокупованими та прифронтними регіонами Півдня України та дати можливість кожному стати волонтером та приєднатися до перемоги України [84].

І, звісно, окремий внесок у інтерес до України міжнародної спільноти зробили унікальність української культури та стійкість українського народу. І якщо зараз іноземці частіше вибирають «спостереження з безпечної відстані», то після закінчення бойових дій велика кількість людей приїде в Україну «побачитися особисто» [42, с. 431].

Таким чином, будь-яке призначення вимагає ретельної підготовки та активного залучення до процесу влади. Адже індустрія туризму дуже чутлива до будь-яких викликів, а безпека туристів є базовою потребою для розвитку дестинації. Проте в Україні вже є всі передумови та можливості для післявоєнного розвитку.

Туристична криза – неминучий процес під час військових дій країни. Проте війна не лише спричиняє стагнацію туристичної сфери, а й відкриває низку можливостей, які можуть кардинально змінити ринок послуг.

Підсумовуючи зазначене, доцільно відзначити, що перспективними напрямками повоєнного відновлення сфери туризму в Україні є:

- розвиток ділового, освітнього, спортивного, медичного, зеленого та воєнного туризму;
- розробка та реалізація програм (як державних, так і міжнародних) підтримки суб'єктів туристичної діяльності;
- забезпечення тісної співпраці між країнами у напрямку взаємодопомоги туристичної діяльності;
- підвищення інтересу іноземних туристів до пам'ятних маршрутів та повоєнних символічних місць;
- пошук нових методів і способів реалізації туристичних послуг тощо.

Також у контексті відбудови сфери туризму в Україні варто опиратись на досвід інших країн, які ефективно відбудували індустрію туризму після кризових ситуацій, в тому числі війн.

Генеральний секретар Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) Зураб Пололікашвілі, оголосив, що планує розвивати туризм в Україні під час війни, яка проходила в Самарканді, в Узбекистані. Відповідну інформацію надала пресслужба Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ).

Зураб Пололікашвілі зазначив, що така ідея передбачає об'єднання зусиль усіх учасників туристичної галузі з метою відновлення прийому іноземних туристів в Україні. Підтримка усіх країн-членів ЮНВТО буде дуже корисною та стане прекрасним початком відродження туризму в Україні. Можна почати з організації різноманітних заходів у відносно безпечних частинах країни, або ж біля кордонів із сусідніми державами [45].

З 1 червня 2023 року Україна отримала право очолити 68 засідання Європейської Комісії ЮНВТО, що свідчить про визнання її ролі в туристичній сфері. На 69 сесії Європейської комісії ЮНВТО, Україна, яка очолює європейський сектор, представила свою програму розвитку туризму на 2024-2025 роки [44].

Голова Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) України, Мар'яна Олесків, яка очолила українську делегацію, висловила готовність країни до інтеграції в європейське туристичне співтовариство та запропонувала представникам цивілізованого світу спільно планувати відродження туризму в Україні.

Обрання України постійним членом свідчить про визнання нашої сили в цій сфері та відкриває нові можливості для співпраці та обміну досвідом з іншими європейськими та глобальними країнами. Україна працюватиме над створенням сприятливого бізнес-середовища для розвитку галузі туризму, просування інвестицій та сприяння партнерствам із міжнародними компаніями

Отже, основними напрямками післявоєнної відбудови туристичного сектору України повинні бути розвиток нових видів туризму, розробка та впровадження програм підтримки підприємництва в сфері туризму і гостинності, проведення заходів для підвищення інтересу іноземних туристів до пам'ятних маршрутів та символічних об'єктів, пошук нових шляхів і методів просування туристичних послуг, перегляд та удосконалення туристичних послуг та послуг гостинності з урахуванням сучасних принципів сталого розвитку. Стратегічними орієнтирами відродження туристичного сектору України мають стати розширення інфраструктури туристичного обслуговування та сталий розвиток туризму на всіх рівнях.

3.2. Проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні в умовах війни

Туризм, будучи однією з основних галузей економіки для багатьох країн, сприяє досягненню цілей сталого розвитку завдяки своїй економічній, соціально-культурній та екологічній ролі, а також він є одним з факторів проактивних контрольованих змін в суспільстві. Однак туристична індустрія залишається дуже вразливою до криз і катастроф (наприклад, терористичні атаки 11 вересня 2001 року, цунамі в Азії 2004 року, ядерна катастрофа на Фукусімі та пандемія коронавірусу), тому функціонування туристичного сектору під час та після війни, а також напрямки відбудови туристичної індустрії потребують наукових досліджень.

Важливість сфери туризму для економіки країни, враховуючи його мультиплікативний ефект на суміжні галузі виробництва (завантаженість засобів розміщення та засобів громадського харчування, збільшення товарообігу роздрібною торгівлі й обсягів реалізації сфери послуг, розвиток будівництва і транспортного сполучення та логістики, зростання робочих місць та доходів місцевого населення, вторинний попит на товари і послуги, надходження податків в бюджети всіх рівнів тощо), та стан, в якому знаходиться туристичний сектор під час війни, вимушує суб'єкти господарювання переглянути існуючі практики та удосконалити наявні бізнес-процеси виходячи з сучасних підходів та принципів, зокрема принципів концепції стійкого розвитку [24].

В нових туристичних дестинаціях зазвичай впроваджуються проекти будівництва великих готелів, які створюють більше відходів та забруднення ніж місцеві громади. Надмірне споживання туристами таких ресурсів як вода, енергія, паливо, відбувається за рахунок місцевого населення. У зв'язку з вичерпанням можливостей саморегуляції туристичної індустрії та, зважаючи на те, що екологічний чинник практично стає вже економічною категорією, дуже важко забезпечити його розвиток без державної підтримки та заходів, спрямованих на стримання стихійного розвитку туризму. Рішення існуючих негативних проблем, створення всеохоплюючих передумов для сталого розвитку туризму є одним з пріоритетів забезпечення сталого розвитку суспільства. Останніми роками у світі

поширився тренд стійкого туризму, який передбачає не тільки мінімальний вплив на навколишнє середовище, а й ще й турботу про нього.

Сталий розвиток туризму базується на концепції сталого розвитку, яка являє собою сукупність ідей, положень та постулатів різних наук, і спрямована на зміну взаємовідносин людини і природи для розширення можливостей економічного росту та розробки глобальної стратегії розвитку, орієнтованої на максимальне збереження і відновлення біосфери [8].

Концепція стійкого туризму охоплює наступні напрямки:

а) екотуризм (велосипедні, пішохідні маршрути, спостереження за флорою та фауною, екскурсії на відкритому повітрі, які не спричиняють вплив на природну середу; відповідальний винний та гастрономічний туризм з використанням місцевих та сезонних продуктів);

б) заходи, що сприяють розвитку місцевої економіки та культури (споживання місцевих продуктів та послуг з метою допомоги виробникам обраної місцевості, інтерес до культурної спадщини через навчання та повагу зрозумінням того, яке значення мають місцева природа та люди).

в) поважливе ставлення до природи (проявлення поваги до природи та мінімально можливий вплив на екосистему, за можливості сприяння її збереження: вибір громадського транспорту замість автомобіля, уникнення непотрібних подорожей, скорочення використання одноразового пластику тощо);

г) участь у місцевих екологічних проєктах (співробітництво з асоціаціями та групами, які турбуються про навколишнє середовище: участь у зборі пластику та мусору на пляжах та в лісі, волонтерство, пов'язане зі збереженням видів тварин, що зникають);

д) стійке розміщення (екологічні готелі, ремесленні еко-готелі, а також аналогічні заклади розміщення, так як фермерські дома, філософія яких пов'язана на глибокому зв'язку з природою та турботою про навколишнє середовище), [21].

В Україні вже накопичено досвід впровадження принципів сталого розвитку в діяльність засобів розміщення. Так, мережевий готель "City Park Hotel" в м. Київ з номерним фондом 23 номери було спроектовано зі застосування виключно

натуральних та вторинно перероблених матеріалів. Готель став піонером серед «зелених» засобів розміщення України завдяки наступним реалізованим рішенням:

1. Використання змішувачів з низькорівневим, рівномірним тиском води і сантехніки з подвійним режимом зливу та ізоляцією від шуму.

2. Світлодіодне освітлення в усіх приміщеннях готелю і встановлення регуляторів ступеня освітлення.

3. Установка автоматичних систем відключення світла і кондиціонування в порожніх номерах.

4. Використання спеціальних сміттєвих кошиків для сортування відходів: паперу, скла, алюмінію і пластика.

5. Використання та зберігання не токсичних засобів для чищення.

6. Надання гостям інформації про громадський транспорт і карт пішохідних маршрутів.

7. Використання в готелі тільки скляного і керамічного посуду для всіх видів їжі та напоїв.

8. Максимальне використання денного освітлення в лобі, кафе та інших громадських зонах.

9. Модернізована система кондиціонування з контуром регулювання потужності та зниженим енергоспоживанням.

10. Заборона куріння в усіх приміщеннях готелю [24].

З початку масштабного військового вторгнення туристична галузь України майже повністю скоротилася. З 24 лютого 2022 року все авіасполучення, яке є ключовим компонентом у перевезенні іноземних туристів припинилося. Переміщення українців як у межах країни, так і за кордон відбулося лише залізничним та автомобільним транспортом. Після оголошення загальної мобілізації виїзд українців за кордон став можливим лише для обмеженої кількості осіб. Як наслідок, більшість раніше запланованих турів, яку внутрішньому, так і міжнародному туризмі, було скасовано. Можна припустити, що відновлення повітряного сполучення та розширення категорій туристів, які можуть

подорожувати для відпочинку чи у справах закордон, не відбудеться до повного припинення військових дій.

В умовах майже замороженого українського туризму багато туристичних підприємств були змушені закритися, що суттєво вплинуло на економічні показники галузі. З часів завершення Другої світової війни, 2022 рік став першим, коли в Україні не відбувся літній курортний сезон. Під ризиком обстрілів опинилося все доступне узбережжя Чорного моря, узбережжя Азовського моря було повністю окуповане. У результаті сотні готелів, потенційно готових приймати гостей, не працювали через побоювання за безпеку туристів. Чимало готелів опинилось в окупації, особливо велика кількість – на узбережжі Азовського моря та Арабатській стрілці. Їх стан і цілісність досить невідомі. Є заклади гостинності, які повністю або частково зруйновано внаслідок ракетних обстрілів [24].

Жорстка криза торкнулася не всіх готельних закладів. Найбільше постраждали готелі, розташовані у східній, північній, південній та частково центральних регіонах країни. Постає проблема економічного виживання готелів. Для кожного готелю, як і для будь-якого бізнесу, існує точка беззбитковості, тобто дохід, який дозволяє сплачувати основні податки, соціальні зобов'язання та обов'язкові платежі. Залежно від кількості номерів, типу готелю, його розташування цей показник може бути виражений у показнику коефіцієнта завантаження – від 15 до 32–34% [21].

Проблема полягає в тому, що не всі готельні заклади на вищевказаних територіях можуть отримувати мінімально необхідну кількість проданих ліжко-місць. Особливо важко функціонувати готелям з відносно великим номерним фондом (від 70 номерів) і закладам розміщення ділового призначення. У 2022 році середній рівень завантаження бізнес-готелів Києва становила 10–20% [44]. Значно краща ситуація із завантаженням у готелях Західної України. Але основний гостьовий потік формують некласичні туристи. До першої категорії таких гостей можна віднести внутрішньо переміщених осіб. З початком війни сотні тисяч жителів зон триваючого конфлікту та окупованих населених пунктів були евакуйовані до Львова, Ужгорода, Івано-Франківська, Трускавця, готелів Прикарпаття та Закарпаття.

З одного боку, заклади готельного господарства отримали стале завантаження, а отже, й прогнозований дохід. З іншого боку, певною мірою помилково рахувати внутрішньо переміщених осіб у туристичній статистиці.

До другої категорії можна віднести релоковані підприємства та підприємці, які також потребують розміщення на тривалий період. Тобто, оцінювати успішність функціонування готелів винятково завантаженістю в розрізі туристичної діяльності не зовсім раціонально.

Суб'єкти господарювання у сфері туризму вимушені переглянути власні підходи до забезпечення безпеки. Перший напрямок забезпечення безпеки передбачає оновлення стандартів безпеки всередині готелю. Надалі всі заклади розміщення мають оснащуватися сховищами, надійними джерелами аварійного живлення, запасом води та продуктів харчування на певний час. У перші роки після війни особиста безпека матиме першочергове значення при бронюванні готелів, особливо іноземцями. Крім того, наявність сховища важливе для внутрішніх туристів та відпочивальників вже зараз, коворкінг в сховищі дає можливість вже зараз проводити хоч невеликі івенти.

Другий напрямок – розробка безпечних маршрутів. Україна викличе інтерес до відвідувань місць бойових дій та меморіальних місць. Тому потрібно належним чином розробити маршрути з максимальним дотриманням правил безпеки та відповідним ліцензуванням гідів [21].

Для післявоєнної відбудови туристичної індустрії України необхідно враховувати досвід інших країн, що пройшли через кризові ситуації, зокрема військові дії, особливої уваги заслуговують ті країни, в яких було зруйновано туристичний сектор, але наразі вони успішно розвиваються завдяки туризму.

Найбільш наближений до українських реалій є досвід Ізраїлю. Незважаючи на постійну загрозу ескалації напружених відносин з сусідньою державою, періодичні загострення конфлікту на кордоні з Сектором Газа, а також ракетні обстріли та постійні терористичні атаки, країні вдається зберігати свій туристичний статус. Для відновлення довіри подорожуючих реалізуються антикризові заходи, серед яких посилення безпеки біля місць туристичного інтересу, взаємодія з медіа для

коректного інформування населення та іноземців відносно умов перебування в країні, можливостей для відпочинку та подорожей країною, та питань безпеки зокрема. Тому Україні необхідні потужні інформаційні кампанії, які будуть чітко визначати межі конфліктних або небезпечних регіонів, підкреслювати безпеку доступних туристичних центрів.

Одним з наслідків повномасштабної війни стало визнання України у світі. У зв'язку з цим з'являються можливості для розвитку сильного туристичного бренду. Питання репутації та іміджу важливі завжди, але у кризові часи вони набувають особливої актуальності. Релевантним в цьому сенсі може бути досвід Хорватії, де потужний туристичний бренд країни як основних курортних дестинацій Адріатичного узбережжя забезпечив міцну підтримку швидкому відродженню туризму країни після війни 90-х років. Аналогічний приклад – Туреччина, в якій час від часу загострюється турецько-курдський конфлікт. Для утримання стійкого туристичного потоку країна спрямовує значні кошти на рекламу своїх рекреаційних та туристичних центрів [24].

Тому для просування українського туристичного потенціалу необхідно активно приймати участь в міжнародних туристичних заходах, залучати партнерів та профільних організацій до створення та реалізації програми відродження туризму.

Корисним є також досвід Грузії, в якій військовий конфлікт 2008 року спричинив руйнівний вплив на туристичну галузь, але значно підвищив рівень впізнаваності країни у світі. Але спрощення візового режиму, покращення інвестиційного клімату завдяки сприятливій законодавчій підтримці, будівництво та відновлення музеїв дозволило залучити стабільний туристичний потік.

Протягом багатьох останніх років цілі стійкого розвитку є орієнтирами цивілізованого світу. Збереження природних ресурсів, зелених технологій, чиста альтернативна енергетика – концепції, обов'язкові для розгляду та впровадження в сучасному бізнесі. До початку повномасштабного військового вторгнення Україна рухалась в цьому напрямку, але війна змістила питання екології та соціальної відповідальності на другий план.

Після перемоги туристичну інфраструктуру України необхідно буде відбудувати. Орієнтуючись на цілі стійкого розвитку, можна буде створити більш екологічну, ефективну та незалежну енергетичну систему. Відновлюючи заклади гостинності, рекомендується зробити її більш комфортабельними, енергоефективними, зеленими та інклюзивними. Для цього потрібно впроваджувати механізми стимулювання раціонального використання ресурсів, відповідального споживання та виробництва.

Висновки до розділу 3

Таким чином, розвиток підприємництва в туристичному секторі під час війни в Україні є складним завданням, оскільки конфлікти та війни часто призводять до невизначених умов та несприятливого середовища для подорожей.

Економічна оцінка та аналіз показників підприємницької діяльності в туристичному секторі за досліджуваний період свідчить про стрімке падіння економічної активності малих та середніх підприємств, які є локомотивом туристичного сектору. Однак, деякі ключові поступальні напрями можуть бути адаптовані під стратегічні пропозиції в контексті розвитку туризму під час війни з ціллю розвитку підприємницьких ініціатив за рахунок власних та донорських ресурсів: безпека та стабільність, військовий туризм, підтримка туризму в мирних зонах, гуманітарні туристичні проекти, маркетингові заходи та комунікації, спеціальні заходи та заохочення для туристів.

Для оптимістичного сценарію розвитку можна узагальнити та визначити деякі ключові аспекти підприємництва в Україні на сучасному етапі під впливом світових поступальних тенденцій, що властиві саме сектору туризму: створення робочих місць, залучення інвестицій, стимулювання місцевої економіки, інновації та розвиток, залучення уваги до місцевої культури і спадщини, сприяння сталому розвитку, розширення туристичних пропозицій, розвиток малого та середнього бізнесу.

ВИСНОВКИ

Таким чином, «туризм» доцільно розуміти як сукупність відносин, а також єдність явищ й зв'язків, які супроводжують людину під час подорожей. Класифікація туризму полягає у групуванні останнього у відповідності до окремих однорідних ознак, що знаходяться в залежності від певних практичних цілей. До одного з видів туризму відноситься міжнародний туризм, під яким розуміються поїздки осіб, що подорожують із туристичними цілями поза межі країни, де вони проживають на постійні основі. У міжнародному туризмі виокремлюють 2 його форми, а саме – в'їзний й виїзний.

Міжнародний туризм є багатокомпонентним явищем, що впливає на різні аспекти життя суспільства. Його розвиток обумовлений економічними, соціальними, культурними, політичними та технологічними факторами, які взаємодіють між собою та сприяють зростанню глобальної туристичної індустрії.

Туристична індустрія була, до початку пандемії коронавірусу однією з найприбутковіших галузей у світі. Але пандемія, що пролетіла країнами, зупинила діяльність цього бізнесу та внесла свої корективи. Незважаючи на позитивні перспективи, глобальні економічні та геополітичні виклики становлять значні ризики для відновлення міжнародного туризму в 2024 році. Невизначеність, спричинена російською агресією проти України та іншими зростаючими геополітичними конфліктами, продовжує обтяжувати впевненість мандрівників.

Туризм є ключовим сектором для соціально-економічного та політичного розвитку країн. На сферу туризму впливають безліч чинників, провідне місце серед яких займають динамічність попиту та економічна стабільність.. Дана галузь досить чутлива до масштабних коливань, тому для ефективного та стабільного розвитку потрібна активна участь держави та міжнародних організацій.

Український ринок туристичних послуг переживає нестабільність та занепад, через частково знищену інфраструктуру, зруйнованість та недоступність деяких природних, історичних та культурних ресурсів. Тому головною метою суспільства

на даному етапі повинно стати збереження туристичного потенціалу, захист наявних історичних пам'яток та місць для відпочинку.

Для підтримки туристичного бізнесу в Україні, державі потрібно урахувати світовий досвід країн та розробити заходи для підтримки галузі. Ці заходи допоможуть вийти туристичному бізнесу зі стану зтяжної депресії, а розроблені спеціальні програми допоможуть підтримати бізнес та зберегти робочі місця.

Пандемія та війна негативно вплинули на економіку України. З огляду на те, що економіка деякий час залишатиметься під впливом цієї нової реальності, ключовим напрямом модернізації туристичної сфери на сучасному етапі є розвиток нестандартних напрямків відновлення.

Таким чином, розвиток підприємництва в туристичному секторі під час війни в Україні є складним завданням, оскільки конфлікти та війни часто призводять до невизначених умов та несприятливого середовища для подорожей.

Економічна оцінка та аналіз показників підприємницької діяльності в туристичному секторі за досліджуваний період свідчить про стрімке падіння економічної активності малих та середніх підприємств, які є локомотивом туристичного сектору. Однак, деякі ключові поступальні напрями можуть бути адаптовані під стратегічні пропозиції в контексті розвитку туризму під час війни з ціллю розвитку підприємницьких ініціатив за рахунок власних та донорських ресурсів: безпека та стабільність, військовий туризм, підтримка туризму в мирних зонах, гуманітарні туристичні проекти, маркетингові заходи та комунікації, спеціальні заходи та заохочення для туристів.

Для оптимістичного сценарію розвитку можна узагальнити та визначити деякі ключові аспекти підприємництва в Україні на сучасному етапі під впливом світових поступальних тенденцій, що властиві саме сектору туризму: створення робочих місць, залучення інвестицій, стимулювання місцевої економіки, інновації та розвиток, залучення уваги до місцевої культури і спадщини, сприяння сталому розвитку, розширення туристичних пропозицій, розвиток малого та середнього бізнесу.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.
2. Закон України "Про туризм" (зі змінами та доповненнями) від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
3. Закон України "Про захист персональних даних" від 01 червня 2010 року № 2297-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.
4. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» від 3 липня 2015 р. // ВВР України. – 2015. – №14. - Ст. 96.
5. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» від 19 грудня 2019 р. // ВВР України. – 2020. - №7, 8, 9. – Ст.48.
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розкриття туристичного потенціалу України» від 17 листопада 2021 р. №1238.
7. Постанова КМУ «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження туроператорської діяльності, що підлягає ліцензуванню, та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Міністерством економічного розвитку і торгівлі» №747 від 19.09.2018.
8. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16 березня 2017р. №168-р.
9. Аппельт Г. В. Визначення змін у туристичній галузі, що сформувалися під впливом загальноприйнятих заходів безпеки у зв'язку з пандемією COVID-19. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2020. Вип. 43. С. 58–62.
10. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. Бізнес Інформ. 2020. №4. С. 21–27.
11. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 94–99.

12. Барвінок Н.В., Барвінок М.В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. Російсько-українська війна (2014–2022): історичні, політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та юридичні аспекти: монографія. 2022. С. 24–34.
13. Божидарник Т. Міжнародний туризм: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
14. Бондаренко Ю. Г., Романюк Е. В. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Journal of Lviv Polytechnic National University Series of Economics and Management Issues*. 2021. Vol. 5. No. 1. С. 132-143.
15. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати на напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2022. Вип. 62. С. 178–196.
16. Васильєва О.О., Домашенко С.В., Каптюх Т.В. Перспективи розвитку туристичної галузі України у післявоєнний період. *Інфраструктура ринку. Випуск 72*. 2023. С.185-191.
17. Волошин Ю.О., Карпачова Н.І., Єпіфанов О.В., Марцеляк О.В. Міжнародно-правові стандарти в сфері охорони культурної спадщини та їх імплементація у національне законодавство держав. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. –2019. –№ 2. –С. 35-41.
18. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. *Агросвіт*. 2021. № 5-6. С. 63-67.
19. Гненний О. М., Чаркіна Т. Ю., Полішко Т. В., Гребенюк Г. М., Пікуліна О. В. Інструментарій антикризового управління туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та держава*. 2021. № 4. С.18-22.
20. Грищенко С.І. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 23. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-29>.
21. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.

22. Захарова Т.В. Напрями розвитку туристичного бізнесу України. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-6>.
23. Краснокутська, Ю., Сегеда, І., & Безпалова, А. (2023). Післявоєнне відновлення туристичної індустрії України в контексті сталого розвитку. Економіка та суспільство, (56). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-88>.
24. Кізюн А.Г. Аналіз розвитку індустрії туризму в Україні в умовах російсько-української війни / А.Г. Кізюн, Л. А. Гуцал, І. М. Цуркан // Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній. 2023 р. №8. С.79-87.
25. Менеджмент туристичної індустрії: підручник у 3-х частинах / Руденко В. П., Вацеба В. Я., Підгірна В. Н., Цепенда М. В. та ін. – Чернівці : Чернівецький національний університет, 2019. 504 с.
26. Мандюк Н. Л. Менеджмент у туризмі: навч. посібник / Н. Л. Мандюк, А. М. Манько. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. 198 с.
27. Олексюк Г.В., Подольський О.С. Проблеми та перспективи туристичної індустрії України в умовах сучасних викликів. Регіональна економіка. 2022. № 3. С. 95–105.
28. Побоченко Л.М. Вплив війни в Україні на розвиток міжнародного туристичного бізнесу // Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: XIII міжнародна науково-практична конференція, 26 травня 2022 року: тези доп. К., 2022. С. 163-169.
29. Романова А.А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів. / А.А. Романова // Сучасна економіка. 2021. №9. С. 93-104.
30. Румянцев, А., Побоченко, Л., Пічкурова, З., Толпежнікова, Т., Ковбич, Т., & Ляшов, Д. (2022). Уплив глобальної диджиталізації на розвиток ринку праці України. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 5(46), 334–348.
31. Роїк О.Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2022. Вип. 46. С. 11 – 15.

32. Слатвінська Л. А. Сучасний стан та перспективи розвитку суб'єктів туристичної діяльності в Україні. Економічні горизонти. 2023. №4 (26). С. 76-87.
33. Туризм в Україні: виклики та відновлення: Зб. матеріалів Міжнародного туристичного форуму, Київський національний економічний університеті імені Вадима Гетьмана, м. Київ, 21–22 березня 2023 року. К.: КНЕУ, 2023. 337 с.
34. Фастовець О. Туризм в Україні в умовах воєнного стану. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2022. 3(80). С. 87-97.
35. Царук В.В. Туризм в Україні в умовах воєнного стану-проблеми відновлення та пошуку нових моделей управління. / В.В.Царук // Таврійський науковий вісник. 2023 р. №4. С.15-24.
36. Фалько Є.А., Копитько О.О. Розвиток етнотуризму в Україні. Інфраструктура ринку. 2023. Випуск 71. С. 281-287.
37. Філюк С.М. Вплив кризових процесів на туристично-рекреаційний потенціал України: ретроспективний аналіз даних 2014-2022 рр. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. 2022. Вип. 34. С. 296–305. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7220110>.
38. Bolila S.Yu., Kirichenko N.V. (2021). Marketing aspects of the development of tourism enterprises at the regional level under the influence of global trends. Khmel'nyts'kyu: Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu, 6, 198-203.
39. Hryhorchuk, D. (2023). Tourism in Ukraine in the war conditions: the european integration aspect. Economics, Finance and Management Review, (2), 130–136.
40. Hanna Haponenko, Olena Yevtushenko, Irina Shamara, & Karina Boloto. (2023). Prospects for the development of gastro tourism in Ukraine in the post-war period. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism, (17), 128-140.
41. Pobochenko L., Nabok I., Myslik A., Regional structure of the global tourism market amid a crisis event. Contemporary International Relations: Topical Highlightss of Theory And Practice – 2024: the collective monograph / Edited by N. Vasylyshyna. Warsaw: RS Global Sp. z O.O., 2024. P.427 -439.

42. Tetiana Gavrillo, Lesya Pobochenko, Research on transnationalisation of economic activity innovative component influenced by the COVID-19 pandemic // *Baltic Journal of Economic Studies*, Volume 7 Number 5. Riga, Latvia: “Baltija Publishing”, 2021, P.59-66.
43. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua>.
44. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>.
45. Офіційний сайт Світового банку. URL: <https://data.worldbank.org>.
46. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC). URL: <https://wttc.org>.
47. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL: <https://dpsu.gov.ua>.
48. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
49. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua>.
50. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua>.
51. Офіційний сайт МВФ. URL: <http://www.imf.org>.
52. Офіційний сайт ООН. URL: <http://www.un.org>.
53. Офіційний сайт Міністерства Закордонних Справ (МЗС) України. URL: <https://mfa.gov.ua/>.
54. Офіційний сайт Цілей Розвитку Тисячоліття ООН. URL: <http://www.undp.org.ua>.
55. Офіційний сайт журналу «Forbes Україна». URL: <https://forbes.ua>.
56. Вплив російського вторгнення в Україну на світовий туризм та майбутнє туристичної професії. URL: <https://tourism.udau.edu.ua>. (дата звернення 11.05.2024).

57. Зарубіна, А., Сіра, Е., & Демчук, Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. (41). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> (дата звернення 24.05.2024).
58. Моца А., Шевчук С., Серета Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. (41). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31> (дата звернення 24.05.2024).
59. Euromonitor Voice of the Consumer. URL: <https://business.yougov.com> (дата звернення: 28.03.2024).
60. Euromonitor International. URL: <https://www.euromonitor.com> (дата звернення: 28.03.2024).
61. Кириченко О. В. Вплив кризових явищ на розвиток міжнародного туризму в країнах ЄС. Економіка та суспільство. URL: Випуск. 42 / 2022. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-39>. (дата звернення: 26.03.2024).
62. 8 good tourism trends for 2024. URL: <https://goodtourisminstitute.com/library/good-tourism-trends-2024/>. (дата звернення: 25.03.2024).
63. Прокоп'єва А.А., Татаренко Н.О., Набок І.І, Побоченко Л.М. Сучасні дипломатичні відносини України з Японією: кроскультурний та економічний аспект. Ефективна економіка. 2023. №3. URL: <https://www.nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/1295/1305>. (дата звернення: 28.03.2024).
64. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення 11.05.2024).
65. Растворова М. Підходи до позиціонування туристичних дестинацій в умовах викликів війни: аналіз досвіду країн балканського півострову. Вчені записки Університету «Крок». 2022. №3 (67). С. 83–91. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-67-83-91>. (дата звернення: 28.03.2024).
66. Рейманн М., Корнус О., Венгерська Н., Холодок В., Пацюк В., Паланг Х. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та

український досвід. Регіональна економіка. 2023. № 1. С. 136–144.
DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-14>. (дата звернення: 28.03.2024).

67. Туристична статистика України 2023. URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html. (дата звернення: 25.03.2024).

68. Україна потребує 9 мільярдів доларів на відновлення культури й туризму. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2024/02/14/709897>. (дата звернення: 25.03.2024).

69. Фесенко Г.О. Проблеми та перспективи розвитку туризму в стратегії післявоєнного відновлення херсонського регіону. Ефективна економіка. 2022. № 11.
DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.11.61>. (дата звернення: 28.03.2024).

70. Як туристична галузь країни працює під час війни та як зміниться після її завершення. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-turistichna-galuzkrayini-pracyuie-pid-chas-viyni-ta-yak-zminitsya-pislyayiyi-zavershennya>. (дата звернення: 28.03.2024).

71. Bilanyuk O., Bilous S., Malska M., Mashuk Y. The influence of global processes on the strategic development of festive tourism in Ukraine. Management mechanisms and development strategies of economic entities in conditions of institutional transformation of the global environment. Collective monograph edited by M. Bezpartochnyi / ISMA University (Latvia). Riga: ISMA, 2019. P. 244-253. (дата звернення: 28.03.2024).

72. International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024. URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>.

73. Reviving tourism after the war: what does international experience tell us and what opportunities are there for Ukraine? URL: <https://visitukraine.today> (дата звернення: 29.03.2024).

74. Top Trends for Travel in 2024. URL: <https://www.euromonitor.com/article/top-trends-for-travel-in-2024>. (дата звернення: 28.03.2024).

75. UN Tourism Barometer. URL: <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>. (дата звернення: 28.03.2024).

76. Visit Ukraine. URL: <https://visitukraine.today/uk> (дата звернення: 29.03.2024).
77. 145 key tourism statistics. URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics>. (дата звернення: 28.03.2024).
78. UNWTO tourism data dashboard. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-dashboard>. (дата звернення: 28.03.2024).
79. 2023 GLOBAL INSTO MEETING. URL: <https://www.unwto.org/event/2023-global-insto-meeting>. (дата звернення: 28.03.2024).
80. UNWTO World Tourism Barometer Volume 21 Issue 4 November 2023 Excerpt. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-11/UNWTO_Barom23_04_November_EXCERPT_v2.pdf?VersionId=Q3i27HkRVsyU9gSP6yV4NCgxZiPdHrE. (дата звернення: 28.03.2024).
81. UNWTO World Tourism Barometer Volume 22, Issue 1, January 2024. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf?VersionId=IWu1BaPwtlJt66kRIw9WxM9L.y7h5.d1. (дата звернення: 28.03.2024).