

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**

Кафедра харчових технологій, готельно-ресторанного і туристичного
сервісу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ
НЕВИЗНАЧЕНОСТІ»**

Студента 4 курсу, 409 групи,
денної форми навчання,
спеціальності 241

«Туризм»

освітньої програми «Туризм»

Олександра ЛАЛЮ

Науковий керівник,
к.е.н., доцент

Василь КИФЯК

Завідувач кафедри
к.е.н., доцент

Каріна ПАЛАМАРЕК

Чернівці 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ З УРАХУВАННЯМ УМОВ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	6
1.1. Сутність та еволюційний розвиток міжнародного туризму	6
1.2. Класифікація міжнародного туризму	12
РОЗДІЛ 2 МОНІТОРИНГ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	19
2.1. Сучасні напрямки та тренди розвитку туристичного бізнесу в Україні та світі з урахуванням кризових факторів	19
2.2. Аналіз динаміки розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності	25
2.3. Оцінка стану міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності	33
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	45
3.1. Перспективні напрями розвитку туристичних послуг в Україні	39
3.2. Удосконалення стратегічних напрямків відновлення економічного потенціалу суб'єктів сфери послуг в умовах невизначеності	46
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	66

Актуальність теми дослідження. У глобальному масштабі міжнародний туризм виступає драйвером економічного зростання, оскільки акумулює близько 10% світового ВВП та більше 6% експорту. Тенденції розвитку міжнародного туризму демонструють поглиблення міжнародного економічного співробітництва, інтеграційних процесів та економічної конвергенції у глобальному економічному просторі, впливають на світові тенденції розвитку міжнародного туристичного бізнесу.

Україна вирізняється багатогранністю природних та історичних ресурсів, що надає можливість розвивати туристичні послуги на вітчизняній арені. Завдяки активізації інтеграційних процесів актуальність питання щодо розвитку конкурентоспроможного міжнародного ринку туристичних послуг зростає, адже туризм може стати пріоритетною галуззю національної економіки, де свій вклад зможе зробити кожний регіон.

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

Аналіз останніх джерел і публікацій. В сучасній літературі приділяється чимало уваги розвитку галузі внутрішнього і зовнішнього туризму в Україні. Цій проблемі присвячені праці таких фахівців, як Миронов Ю.Б., Мальська М.П., Дурович А.П., Копанев А.С. та ін. Між тим сучасні тенденції залучення вітчизняної туристичної галузі до міжнародного ринку туристичних послуг висвітлені в літературі не надто виразно.

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

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

- розкрити сутність та еволюційний розвиток міжнародного туризму;
- навести класифікацію міжнародного туризму;
- сформулювати напрямки та тренди розвитку туристичного бізнесу в Україні та світі з урахуванням кризових факторів;
- проаналізувати динаміку розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності;
- оцінити стан міжнародного туризму в Україні в умовах війни;
- узагальнити перспективні напрями розвитку туристичних послуг в Україні;
- визначити стратегічні перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії гостинності і туризму в Україні в умовах невизначеності.

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

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

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

Інформаційну базу дослідження складають дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців. При написанні кваліфікаційної роботи використовувались нормативно-правові акти, законодавчі матеріали щодо регулювання галузі туризму, статистичні матеріали Міністерства економіки України, Державної агенції розвитку туризму, Державної служби статистики України, а також матеріали Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Світового банку

(СБ), Всесвітньої туристичної організації, Всесвітнього економічного форуму, ICAO (Uniting Aviation), Human Research, компанії Statista.

Наукова новизна полягає в розробці концепції зміцнення резилентності підприємств туристичного бізнесу, яка спрямована на забезпечення інтегрованості та конкурентоспроможності міжнародного туризму і базується на принципах комплементарності стратегічного партнерства, мережевої інтегрованості бізнесу, інституційної ієрархії в регулюванні міжнародною туристичною діяльністю, гнучкості, адаптивності й стійкості та визначає напрями зміцнення резилентності туристичних підприємств на міжнародному туристичному ринку в контексті адаптації до викликів глобального середовища і війни в Україні шляхом реалізації маркетингової, інноваційної і безпекової стратегій.

Практичне значення одержаних результатів. полягає у розробленні пропозицій щодо впровадження стратегічних напрямків в сфері міжнародного туризму з метою його зміцнення в умовах сучасних викликів невизначеності.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ З УРАХУВАННЯМ УМОВ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

1.1. Сутність та еволюційний розвиток міжнародного туризму

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

Український вчений В.Ф. Данильчук [18] виділяє чотири етапи розвитку міжнародного туризму – початковий етап (до 1841 р.), що пов’язаний з появою товарно-грошових відносин, поділом праці, розвитком торгівлі, мистецтв, релігій, спорту, шляхового будівництва і нових видів транспорту; етап становлення туризму як галузі (1841-1914 рр.), що характеризується видатними науковими відкриттями та впровадженням їх у практику, підвищенням продуктивності та інтенсивності праці, вивільненням робочих рук, початком розвитку сфери послуг; етап формування індустрії туризму (1918-1939 рр.), пов’язаний із комерційною спрямованістю діяльності туристичних фірм, появою можливостей для мандрівок у середнього класу; етап монополізації туристичної індустрії (від 1945 р. – до т.ч.), що пов’язаний із інтенсифікацією процесів науково-технічного, торгового, економічного та ін. співробітництва між країнами практично всіх континентів. Враховуючи історичні факти вважаємо за необхідне виділити п’ятий етап розвитку міжнародного туризму, що характерний саме для України (рис. 1) – розвиток міжнародного туризму в Україні, як суверенної незалежної держави (1991 р. – до т.ч.), який пов’язаний з розпадом СРСР та створення СНД, а також визнання України самостійною і незалежною державою. Пройшовши тривалу історію розвитку, поняття «міжнародний туризм» до сьогодні по-різному трактується не тільки окремими фахівцями, а й туристичними організаціями. Міжнародний туризм може розглядатися як соціально-економічний процес, пов’язаний із наданням туристичних послуг особам за межами країни їх постійного проживання і спрямованого на задоволення духовних, фізичних та інших некомерційних потреб. Масовий туризм став феноменом ХХ сторіччя завдяки його стрімкому розвитку, про що свідчать дані зростання обсягів туристичних послуг і туристичних потоків. Прискорений розвиток міжнародного туризму відбувся переважно у країнах, де були створені належні економічні та організаційні умови. Реалізація функцій міжнародного туризму і забезпечення належних умов його функціонування та розвитку відбуваються під впливом низки чинників: економічних; соціальних; демографічних; науково-технічних; міжнародних; суспільної думки. Вони потребують окремої уваги та дослідження [33, с. 45-50].

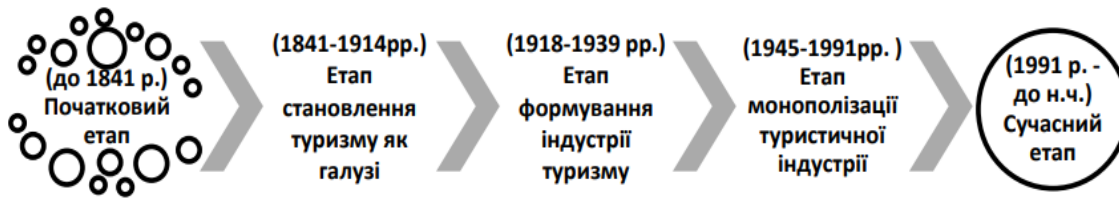


Рис. 1. Етапи розвитку міжнародного туризму, характерних для України

**Джерело: розроблено автором.*

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

1. Економічне зростання і соціальний прогрес привели до розширення обсягуділових поїздок та подорожей з пізнавальними цілями.
2. Удосконалення всіх видів транспортних засобів зробило дешевшимипоїздки.
3. Збільшення кількості найманих працівників і службовців у розвинутихкраїнах та підвищення їхнього матеріального й культурного рівня.
4. Інтенсифікація праці й отримання працюючими більш довгих відпусток.
5. Розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами привівдо розширення міжособистісних зв'язків між регіонами.
6. Послаблення обмежень на вивіз валюти у багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей [7].

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

Міжнародний туризм включає в'їзний та виїзний туризм, тобто діяльність відвідувачів, які постійно проживають на території даної країни, за її межами в межахвнутрішніх або виїзних туристичних поїздок і діяльність відвідувачів, які

не проживають на території даної країни, в межах даної країни під час в'їзних туристичних поїздок [34].

Туризм має декілька значень: вузьке та широке. Вузьке значення передбачає туристичні, заздалегідь підготовлені маршрути по переміщенню громадян за їх рахунок. Але ці переміщення не мають робочий характер. Такою діяльністю займаються спеціальні організації, такі як туристичні агентства, бюро, фірми та ін., які в загальному визначенні називаються суб'єктами туристичної організації. За законом України, вони зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і обслуговують туристів, які виїхали на деякий час з свого місця проживання [27].

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

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

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

повинно бути жодного «наріжного каменя» для нового інвестора у законодавстві країни.

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

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

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

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

4. Медичні формальності й надання медичної допомоги туристам, розширення співробітництва національних туристичних адміністрацій: органами охорони здоров'я в справі надання вичерпної інформації медичного характеру всім зацікавленим особам; укладання договорів медичного страхування і надання медичної допомоги туристам; надання невідкладної медичної допомоги

всім без винятку туристам; у разі захворювання в гострій формі чи смерті негайне повідомлення консульства і родичів; перевезення тіла на батьківщину чи його поховання; швидке оформлення необхідних документів. – митні формальності: обкладання туристів податками, зборами, включення деяких податків і зборів на утримання та оновлення туристичне об'єктів у структуру непрямого оподаткування, у вартість квитків: путівок, турів, замість прямого збору валюти з відвідувачів [17].

Міжнародний туризм є лише видом туризму. Головним критерієм, який виділяє міжнародний туризм з інших видів туризму – це поїздка межі країни проживання, але це єдиний критерій, яким можна визначити міжнародний туризм. Повинні бути певні формальності, а саме: оформлення візи, отримання паспорта, проходження кордону, оформлення страховки, обмін валюти – перераховані вище критерії були введені з метою винищення незаконного туризму та дотримання порядку в'їзду та виїзду «в» або «з» країни, а також винищити подібні поняття, як: незаконна міграція, міжнародний тероризм, продаж наркотиків, проституція.

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

Якщо змінюється законодавство країни, що приймає, то зміни можуть спростити або навпаки створювати додаткові проблеми під час в'їзду до країни. Усі нововведення впливають на туристичні потоки: вони можуть зрости чи навпаки зменшитись. Кожна формальність, яка зустрічається на шляху туриста, найчастіше стосується поїздок за кордон, є особливостями міжнародного туризму. Чим більше різняться грошові системи держав, чим більше формальних перешкод постає на шляху вільного пересування людей, чим більше значущі мовні бар'єри (хоча вони й не належать до туристичних формальностей, але, розділяючи народи, впливають на розвиток туристичних контактів), тим суттєвіші відмінності міжнародного туризму від внутрішнього.

Інша особливість міжнародного туризму розкривається через вплив, який міжнародний туризм чинить на платіжний баланс країни [22]. Від туристів залежить поповнення валютного бюджету країни, цим сприяє активізації всіх платіжних систем. Усі міжнародні платіжні системи, пов'язані туристичним сектором, фіксуються пасивах платіжного балансу країни.

Отже, еволюційний розвиток туризму характеризується надзвичайною насиченістю і різноманіттям. Він є сферою, яка не може стояти на місці, тому що галузі туризму потрібно постійно відповідати запитам туристів та сучасному світу. Міжнародний туризм залишається найприбутковішою сферою в багатьох країнах світу. Існує необхідність розвитку та інвестування

1.2. Класифікація міжнародного туризму

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

Таблиця 1.1

Форми туризму за цілями

Форма туризму	Цілі
Туристичний відпочинок	Зміни клімату, обстановки, нові краєвиди, відпочинок від стресу. Найголовніший пріоритет – спокійний та тихий відпочинок на гірському курорті або на віддалених островах чи пригодницькими видамитуризму.

Культурний туризм	Бажання дізнатись про культуру, історію, побут людей іншої країни, звичаї та традиції, кухню, релігію, одяг, прикраси, музику тощо; можливість доторкнутись до життя людей іншої національності.
Релігійний туризм, паломницький туризм	Групові подорожі, відвідування найбільш важливих місць під час різних релігійних свят: щорічне паломництво хадж у Мецці, Саудівську Аравію, Єрусалиму, Мекку і Варанасі.
Сімейний туризм	Відвідування родичів та друзів; культурних пам'яток.
Оздоровчий туризм, медичний туризм	Покращення фізичного та ментального здоров'я.
Спортивний туризм	Участь у спортивних подіях (безпосередня та в якості відвідувачів);

Продовження таблиці 1.1

Пригодницький туризм	Отримання вражень, які не можна знайти в звичайному житті; відвідування регіонів, до яких дуже складно дістатись та складних маршрутів.
Освітній туризм	Підвищення рівня знань, технічної компетентності; участь у програмах обміну школярами, студентами та науковцями.
Діловий туризм	Робочі цілі: ділові зустрічі, конференції, конгреси з продажу продукції, зустрічі з клієнтами; участь у заходах, передбачених діловим туризмом (MICE) – зустрічах, інтенсивах, конференціях та виставках).

Міжнародний туризм може бути класифікований за такими ознаками: мета та протяжність поїздки, засіб пересування і локація, вартість подорожі, сезон та ін. (Таблиця 1.2-1.5, рисунок 1.2-1.5) [33, с. 25-28].

Таблиця 1.2

Класифікація міжнародного туризму за метою поїздки

Вид	Мета
Рекреаційний	Відпочинок, оздоровлення.
Науковий	Пізнання досягнень промисловості, науки, техніки. Участь у наукових семінарах, конгресах.
Діловий	Встановлення ділових контактів, проведення ділових переговорів, конференцій.
Пізнавальний (культурний)	Ознайомлення з унікальними природними об'єктами й історико-культурними цінностями (церкви, палаци тощо).

Таблиця 1.3

Класифікація міжнародного туризму за тривалістю поїздки

Вид	Протяжність
Короткочасний	До трьох діб.
Тривалий	Три доби і більше.

Таблиця 1.4

Класифікація міжнародного туризму за методом проведення

Вид	Сутність
Організований	Подорож одного або групи туристів за визначеним маршрутом і регламентом, встановленим туристичною фірмою. Забезпечує комплексом туристичних послуг за раніше придбаною путівкою.
Неорганізований	Подорож одного або групи туристів, не пов'язаних обов'язками з туристичною фірмою. Поїздку турист організовує сам.

Таблиця 1.5

Класифікація міжнародного туризму за інтенсивністю туристичних поїздок

Вид	Сутність
Постійний	Цілорічні поїздки, подорожі
Сезонний	Туризм тільки в якусь конкретну пору року

За цією ознакою туризм можна розділити на такі види: автотуризм, морський і річний круїз тощо.

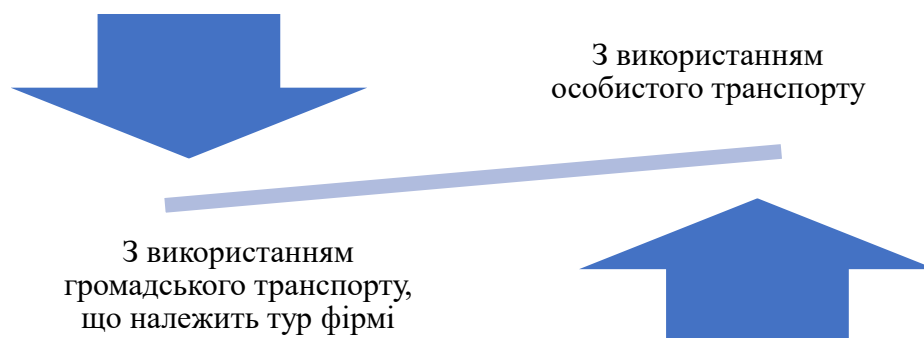


Рис. 1.2 Класифікація міжнародного туризму в залежності від засобу пересування

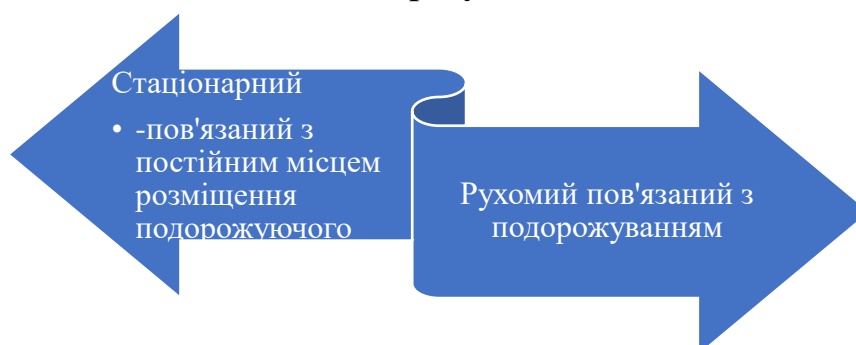


Рис. 1.3 Класифікація міжнародного туризму за методом розміщення

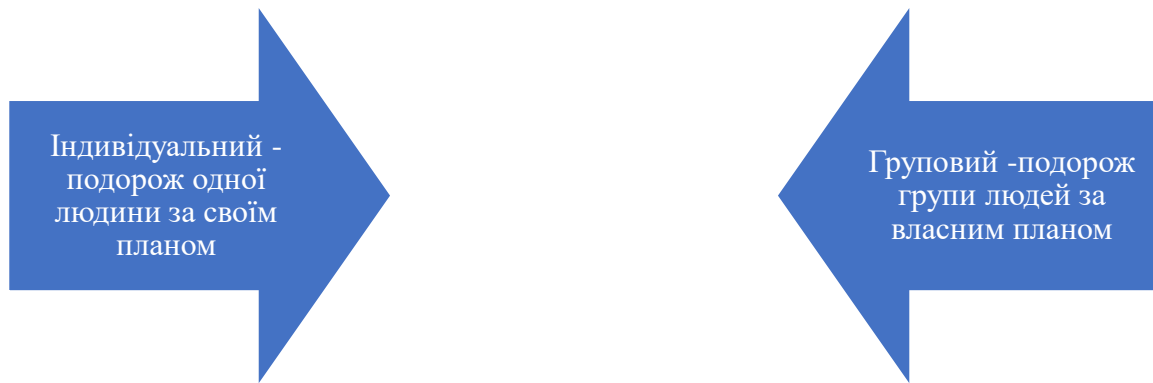


Рис. 1.4 Класифікація міжнародного туризму за чисельністю подорожуючих

Отже, спостерігаючи за останніми тенденціями можна зазначити, що в галузі міжнародного туризму інтенсивно розвиваються нові види туризму, наприклад: парадорес, таймшер, сільський туризм та інші. Швидкий розвиток туризму привів того, що туризм став масовим явищем, але його поділ на «регіональний і національний туризм» залишився незмінним.

Регіональний туризм – це туристична діяльність, що є характерною для геотуристичних територій з однотипними умовами розвитку туризму та подібним рівнем туристичного дослідження. В спеціалізованій туристичній літературі виділяють такі регіони з найбільшою туристичною активністю, як Альпи, Анди, Карпати, Тибет, Кавказ, Балканський півострів, Адріатичне море [13].

Національний туризм – це сукупність внутрішнього та зарубіжного (виїзного) туризму, а також показники стану та динамік розвитку туризму в межах державних кордонів, і визначається як частка туризму в національній економіці у сфері надання невиробничих послуг, також, система координації та співробітництва державних, суспільних, господарських організацій в сфері національної туристичної політики [14].

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

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

Актуальність вивчення особливостей функціонування транснаціональні компанії є основною складовою сучасного економічного розвитку – всі транснаціональні компанії повинні відповідати мінливим реаліям сучасного світу та досягненням різних наук. Світова економіка має зовсім інший метод ведення бізнесу, що заснований на одному законі [16].

Міжнародні готельні ланцюги стають важливими для багатьох сегментів економіки, соціальних та туристичних факторів. Структура управління підприємством – це упорядкований склад усіх взаємопов'язаних структур і окремих працівників системи управління, що діють на підставі поділу і кооперації управлінської праці. У ній відображаються підрозділи, служби та працівники апарату управління, зв'язки і відносини між ними [16].

Туристична сфера в країні може розвиватися, якщо існує певна система, до якої входять організатори туризму (туроператори і турагенції), система готельного господарства, система ресторанного господарства, заклади рекреації і розваг. Організатори туризму є учасниками туристичного ринку, які формують туристичний продукт і забезпечують його продаж, надають інші туристичні послуги. Комфортність умов перебування зумовлюється розвитком індустрії засобів розміщення [34].

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

Таким чином, можна визначити, що міжнародний туризм реалізується у багатьох формах має важливе значення для функціонування економіки країни. Сфери, які тісно пов'язані зі сферою туризму, здійснюють суттєвий вплив на

нього, тому можна зробити висновок, що автономне існування туризму у економічній системі є неможливим. Розвиток туризму в сучасних умовах відбувається під впливом багатьох чинників, що обумовлюють виникнення його нових форм, актуальних для споживачів туристичних продуктів та послуг.

РОЗДІЛ 2

МОНІТОРИНГ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

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

Туризм є багатоаспектним соціально-економічним і культурним феноменом початку ХХІ століття. Як показує досвід, розвиток туризму створює необхідні умови для підвищення рівня мобільності та зайнятості населення країни, сприяє стабільному економічному зростанню економіки, раціональному використанню об'єктів культурної та природної спадщини. Кризові ситуації наздоганяють сферу туризму постійно, але з кожної ця галузь виходила та продовжувала функціонувати далі.

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

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

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

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

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

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

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

продуктами.

У 2020 р світова індустрія туризму зазнала серйозної кризи, пов'язаної зі стрімким поширенням нового виду коронавірусу (COVID-2019) по всій планеті. Глобальна зайнятість у секторі подорожей і туризму дещо зросла у 2022 році порівняно з попереднім роком після різкого падіння з початком пандемії коронавірусу (COVID-19). Незважаючи на збільшення, кількість робочих місць у сфері подорожей і туризму в усьому світі залишалася нижчою за рівень до пандемії, становлячи 295 мільйонів у 2022 році. Згідно з прогнозом, очікується, що ця цифра зросте до 320 мільйонів у 2023 році. Сектор подорожей і туризму включає багато галузей, у тому числі транспорт, проживання, послуги з харчування та напоїв тощо (рис. 2.1).

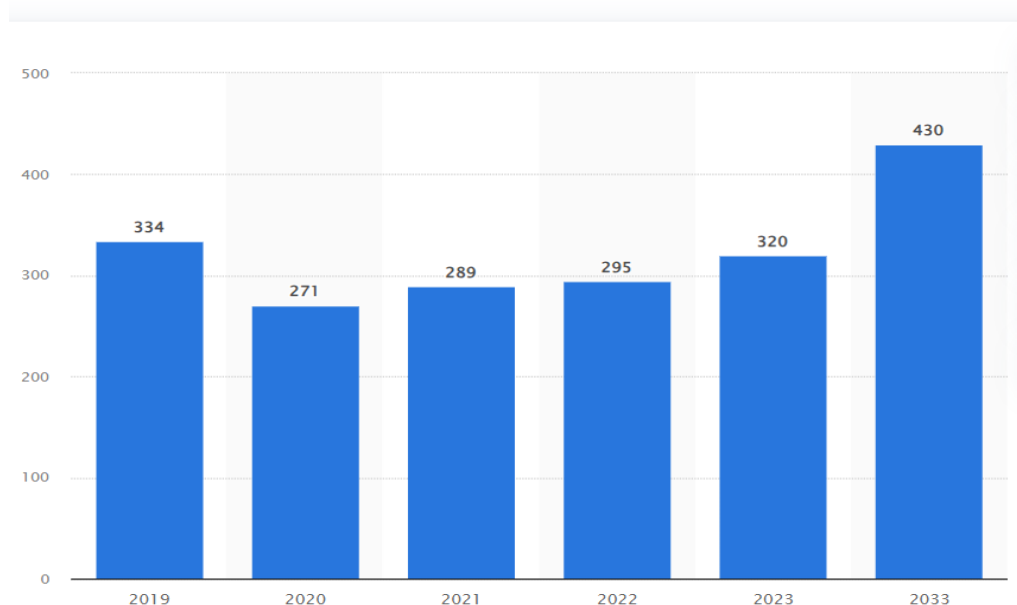


Рис. 2.1. Кількість робочих місць у сферах подорожей і туризму в усьому світі з 2019 по 2022 роки з прогнозом на 2023 і 2033 роки (у мільйонах)

**Джерело: [28].*

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

До 2020 року спостерігалась тенденція до постійного збільшення попиту на туристичні послуги. Нижче до перегляду пропонуємо рисунок, за яким можна

прослідкувати динаміку міжнародних прибуттів з 2014 по 2021 рік у світі. COVID-19 призвів до того, що кількість туристичних потоків різко знизилась порівняно з 2019 роком, але у 2021 році знову можна спостерігати приріст на 5,9% порівняно з 2020 р. Водночас, хоча ринок і продемонстрував приріст, але все одно повністю не відновився (див. рис. 2.2).

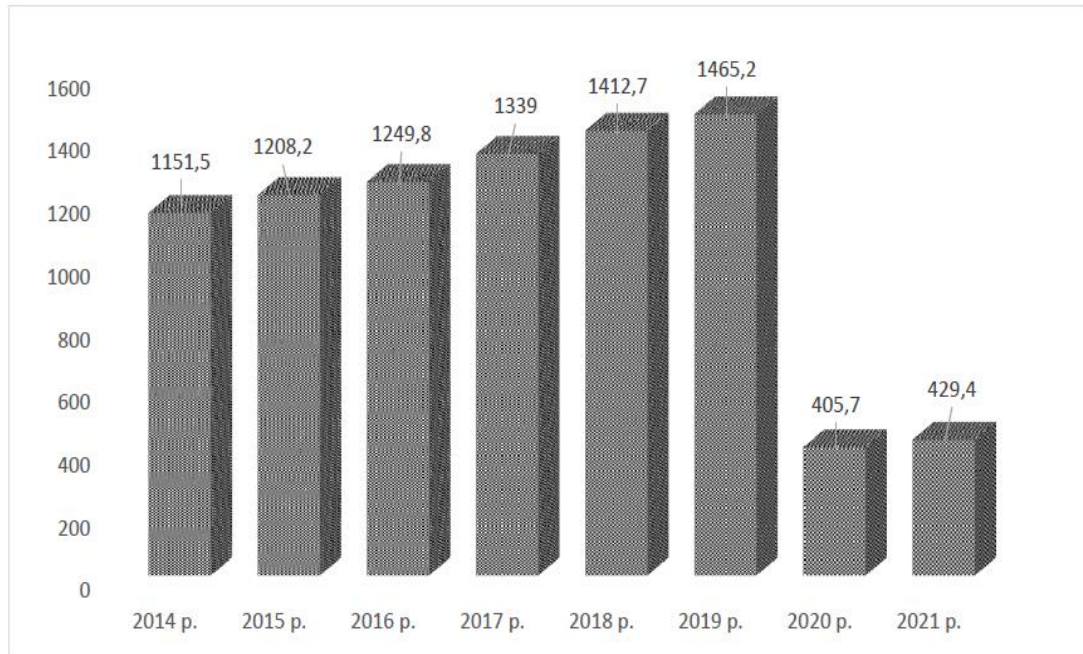


Рис. 2.2. Динаміка міжнародних прибуттів у світі за період 2014-2021 рр. (млн. осіб).

**Джерело: [28].*

Усе це означає, що ринок сфери гостинності можуть чекати невідворотні зміни, і те, наскільки швидко як світовий туристичний ринок, так і туристичні ринки окремих країн зможуть пристосуватися до нових реалій, матиме безпосередній вплив на стан та існування цих ринків у цілому.

Зараз, після довготривалих карантинних заходів та в зв'язку з тим, що пандемія не закінчилась, а лише змінила свої форми, повністю змінилися світові тренди у сфері туризму. Наразі визначальним напрямом є bleisure (business + leisure) – це поєднання бізнес-поїздок та відпочинку (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Світові тренди розвитку туристичної індустрії

Ця схема працює так: bleisure є продовження бізнес-подорожі на декілька днів з метою відпочинку. Останні дослідження показали, що на сьогодні вже біля третини клієнтів у світі замовляють послугу business + leisure, ще декілька років тому цю послугу замовляв лише кожен десятий. Але в нас не настільки багато часу, чому б не скористатись можливістю побачити цікаві місця, відвідати виставку, приділити увагу собі, поспілкуватись у неформальній атмосфері, перебуваючи у певній локації з бізнес-метою [10]? Ще одним напрямком, що дуже поширився останнім часом, а особливо на це вплинула пандемія, є розвиток, так званого, соло-туризму, тобто подорожей наодинці [33]. Є багато причин для соло-подорожі: подивитися на людей і на світ навколо, спробувати щось нове, знайти нових друзів, залікувати душевні рани, розвіятися, насолодитися світом та тишею. Цей тренд активно підхопили і зробили популярним, завдяки соціальним мережам. Окрім цього соло-туризм став дуже затребуваний у часи карантинних заходів, де також збільшуються вимоги туристів до харчової безпеки та екологічності, набуває особливого значення у якому регіоні провести відпочинок, яка там екологія, здорова їжа, безпека перебування. У карантинних умовах дуже змінився і час перебування в подорожі, він скорочується, дуже популярними стали міні-поїздки (наприклад – тури вихідного дня), з метою орієнтації туристів на отримання унікальних вражень та досвіду під час поїздки. Це гарний вид відпочинку, який за короткий час дозволяє вдихнути нових емоцій, відірватись від виробничого процесу та отримати заряд

свіжості та бадьорості, а особливо якщо повна відпустка ще далеко. Зараз за 2-3 дні вікенду, можливо побувати у найвіддаленіших куточках планети, злітати на море, побувати у горах, побачити друзів або родичів з іншої країни, при сучасному розвитку ринку авіаперевезень, автомобільного та залізничного транспорту. Наступним трендом туристичного сегменту є Wellness-туризм. Це туризм здорового життя, він орієнтований на відновлення свого фізичного та психологічного стану. Wellness-туризм визначається професіоналами галузі як подорож, яку робить людина з метою поліпшити або підтримати своє здоров'я.

У нинішній час, коли частина людей значно більше почала приділяти увагу підтримки організму в здоровому стані та збереження балансу між фізичним і психологічним здоров'ям людини, правильному харчуванню, слідкувати за якістю життя та обирати не просто відпочинок, а конкретний напрямок, який дозволяє задовольнити усі їх потреби, з'явилися нові тренди туризму, що можуть надати весь спектр таких послуг тощо.

Також слід зазначити, що важливу роль в міжнародному туризмі відіграє готельний бізнес. Готель – це підприємство, що надає людям, які знаходяться поза домівкою, комплекс послуг, найважливішими серед яких (комплексуючими) однаковою мірою є послуга розміщення і харчування [29].

Пандемія ковіду мала великий вплив на початку, коли ще не було вакцини та ліків проти цієї хвороби. Ситуація стала покращуватись ще у 2021 році. Карантини продовжували впроваджувати, але вони не були настільки з обмеженнями, як в перший рік коронавірусної хвороби, тому люди почали подорожувати, і тому на рисунку можна побачити динаміку обсягів грошових надходжень готелей починаючи вже з 2022 року і далі він буде тільки збільшуватись (рис. 2.4).

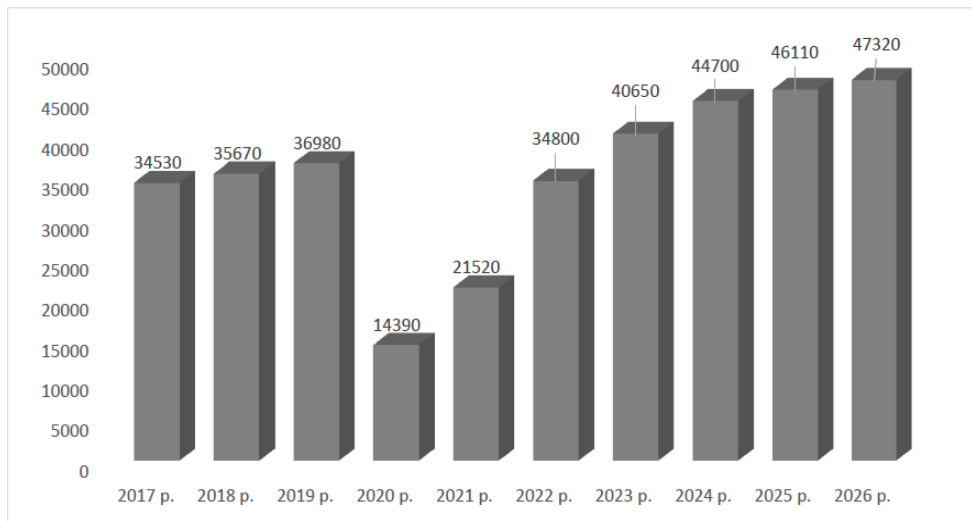


Рис. 2.4. Динаміка обсягів доходів підприємств готельної індустрії у світі за період 2017-2021 рр., 2022-2026 рр. – прогноз, (млрд. дол. США).

**Джерело: [28].*

Інновації, які з'являються в готельних підприємствах, дуже допомагають не тільки гостям готелю, а і співробітникам. На світовому ринку готельного бізнесу дедалі посилюється міжнародна конкуренція. У зв'язку з цим, дедалі важчими стає пошук своїх споживачів та утримання позицій на світовому ринку. Тому готель повинен бути оригінальним, тобто не мати аналогів у світі. Впровадження інновації та створення готелю подібного типу – вкрай змінює бачення готельного бізнесу. До таких інновацій можна віднести такі як:

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

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

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

4. Система управління заходами готелю. За допомогою цієї технології можна планувати завантаження різних приміщень готелю – її конференц-залів, ресторанів, банкетних залів [18].

За результатами аналізу даних, представлених на рисунку 2.4 можна зробити висновок, що серед лідерів підприємств готельної індустрії перше місце посідає готельна мережа Wyndham Hotels & Resorts. Станом на 2021 рік даний готельний кластер можна назвати ключовим в сфері гостинності через те, що під час пандемії відкрив приблизно 9000 номерів.

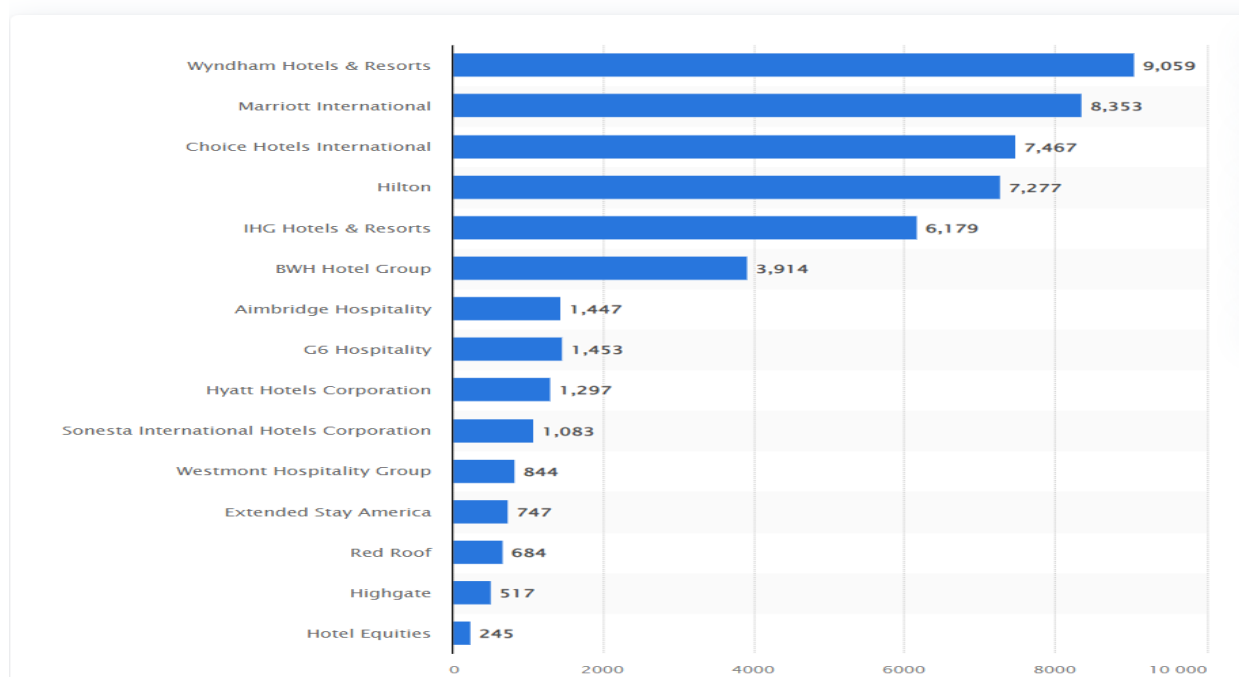


Рис. 2.5. Провідні готельні компанії світу станом на червень 2023 року за кількістю об'єктів

**Джерело: [28].*

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

2.2. Аналіз динаміки розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності

Туристичний бізнес можна назвати одним з найбільш прибуткових секторів в світовій економіці через галузей світового господарства. WTO

прогнозує, що до 2030 року світовий туристичний ринок продовжить модернізуватись та еволюціонувати, якщо країни будуть зберігати вже наявні темпи розвитку. Міжнародний туризм має розвиватись у постійній гармонії та співпраці з іншими секторами економіки.

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

1. Бути дієвим інститутом, що реалізує державну політику в сфері туризму і забезпечує сталий розвиток галузі шляхом об'єднання досвіду, знань і ресурсів усіх учасників туристичного ринку України та міжнародних партнерів.

2. Перетворення через 10 років України на привабливу туристичну дестинацію та центр для проведення міжнародних конференцій і культурних заходів.

3. Активізація подорожей туристів Україною.

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

Південна частина України має моря, з цього можна зробити висновок, що там дуже сильно розвинений пляжний туризм та інші види активного відпочинку на морському узбережжі (дайвінг). Західна частина відома активним видом відпочинку: гірськолижні курорти, прогулянки на квадроциклах, поїздки на конях та походи в гори. Північна та Східна частини України відома красивими містами, багата на історичними пам'ятками та своєю дивовижною природою. Рівень сервісу один з найкращих в світі. Українська сфера гостинності намагається зберегти ідентичність, етнічність та традиції але поєднує все це з сучасним. Для України розвиток міжнародного туризму має дуже велике значення, тому що він впливає і на соціальне, і на економічне життя громадян шляхом:

– забезпечення конституційного права громадян на відпочинок, свободу

пересування, відновлення і зміцнення здоров'я;

- розвитку всі галузей, пов'язаних з виробництвом туристичних послуг;
- збільшення валютних надходжень від туризму;
- сприяння створенню робочих місць у кластерах народних художніх промислів, що зменшує безробіття за рахунок збільшення зайнятості населення в цій сфері тощо.

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

Міжнародний туризм є одним з найвпливовіших галузей на соціально-економічне життя українців, а до міжнародного туризму можна віднести такі види туризму: виїзний та в'їзний. Зарубіжний (виїзний) туризм – поїздки осіб-резидентів країни (регіону), які здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їх країни і за межами їх звичайного середовища (подорожі осіб, що постійно проживають в Україні, за межі митної території України) [18].

В'їзний туризм – поїздки в межах України осіб, які постійно не проживають на її території [28]. Міжнародний туризм – як один із видів поліпшення життя громадян країни та розвитку економіки. Через швидке розповсюдження ковіду міжнародний туризм зазнав деяких втрат. У 2020 році відбувались подорожі, але вони були скоріш виключенням із правил, тому що кордони багатьох країн були закриті. Ситуація почала змінюватись після 2021 року влітку, коли більша частина країни відкрила свої кордони з обмеженнями індивідуальної безпеки при COVID-19. До найбільш популярних видів туризму в Україні, в період карантину, та найбільш інноваційних можна віднести: відвідування декількох культурних місць за один раз. Такі поїздки відбуваються приблизно за 4-6 днів. Туристи таким чином не затримуються на одному місці і можуть відвідати більше місць в країні; овертуризм. Через те, що туристичний ринок занадто перенасичений – можна прослідкувати тенденцію до туризму в непопулярних місцях, де туристи мають змогу відпочити від великого напливу

на один туристичний об'єкт; повільний туризм. Тренд 2000-2010х років туризму був в тому, щоб за максимально малий час побачити майже всі туристичні об'єкти країни. Сьогодні турист хоче насолоджуватись спокоєм та тільки одним місцем в країні; місцевий досвід. Сучасні туристи все більше мають на меті не тільки культурні пам'ятки, а й повсякденне життя жителів країни, відчувати атмосферу міста; екотуризм. Цей вид туризму вже давно зароджувався. Туристи в цьому виді туризму мають за мету зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Багато туристів не користуються картерінг та проживають в готелях з натуральних або перероблених матеріалів. До трендових звичок відносимо харчування органічними овочами та продуктами.

Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) повідомляло, що Україну у 2021 році відвідало приблизно 4,2 млн. туристів. Якщо порівнювати з 2020 роком, то це приблизно на 26,3% більше. У 2020 році Україну відвідали 3 382 097 млн іноземних туристів, а у 2021 кількість туристів перевищила 4 271 991. Це на 26,3% більше, ніж у 2021 році. Відчувається різниця між роками, коли вакцини від коронавірусної хвороби не було, і роком, коли активно почала використовуватись вакцина і в більшості країн відкрились кордони, в тому числі і в Україні. Нижче можна побачити рисунок, на якому прослідковується з яких країн найбільше приїжджали до України. Найбільший інтерес до України був у гостей з Молдови, Польщі, Румунії, Саудівської Аравії, Італія, Велика Британія, Грузія, Індія, Франція, Чехія, Словаччина, Вірменія і Нідерланди. ДАРТ прогнозують, що туристів з цих країн будеставати все більше і більше Українці в цьому році найбільше літали до Туреччини, Польщі та Грузії, але цінапрямки були популярні і до коронавірусної інфекції. У 2021 році через те, що велика кількість країн не може відкрити свої кордон, місцевий туризм набирає все більших обертів, але незважаючи на розвиток туризму продовжують з'являтися все більше трендів на туристичному ринку, які все одно стосуються розвитку міжнародного туризму [19].

Задля адаптації до умовам пандемії сфера туристичних послуг вже вдалась до певного ряду нововведень. Нижче наведені приклади інновацій у туристичній сфері за об'єктом застосування. Продуктові інновації – музеї, галереї та інформаційні центри в основному перейшли на віртуальні тури. Ресурсні

інновації – деякі готелі тавілли пропонують туристам відпочинок-ізоляцію. Техніко-технологічні інновації – кінотеатри і театри перейшли в он-лайн режим, продаж онлайн квитків на прем'єри, та показ їх он-лайн. Зустрічі та конференції проводять віртуальні заходи, а переважна більшість масштабніших конференцій наразі проводяться у форматі он-лайн із дуже низькою ціною за участь. Це стимулює розвиток нових платформ та додатків для он-лайн – заходів. Організаційні інновації – заклади харчування – під час дії карантинних заходів надавали лише послуги «їжа на виніс» або «доставка». Так розширилась мережа послуг з доставки. Вже не тільки їжу замовляють службам доставки, а і продукти, книги і т.д. Маркетингові інновації – музеї та галереї в свою чергу почали розвиватися у новому напрямі відеоблогінг в соціальних мережах та транслювати освітній контент [39].

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

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

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

Обсяг перевезень регулярними рейсами у 2020 році скоротився у 3,5 рази. Водночас, чартерні перевезення – менш ніж удвічі [19] (див. рис. 2.6).

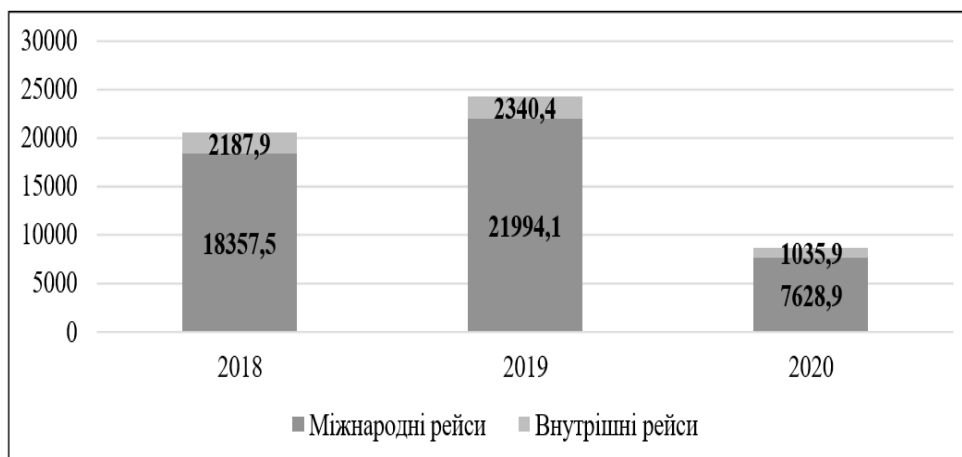


Рис. 2.6. Обсяг пасажирських обслуговувань аеропортами України у 2018-2020 рр.,(тис. осіб).

**Джерело: [19].*

Укрзалізниця теж зазнала втрат під час пандемії COVID-19. Якщо пасажиропотік у 2018 році складав 47286,7 тис. пасажирів, то у 2020 році він різко впав та складав всього 16692,5 тис. чоловік. Настільки великий потік під час карантину можна аргументувати тим, що перші два місяці в Україні ситуація була стабільною, а найбільший локдаун розпочався в березні 2020 р. У 2021 році перевезення між містами були можливі тільки за наявності тесту або ковід-сертифікату (жовтого або зеленого) (рис. 2.7):

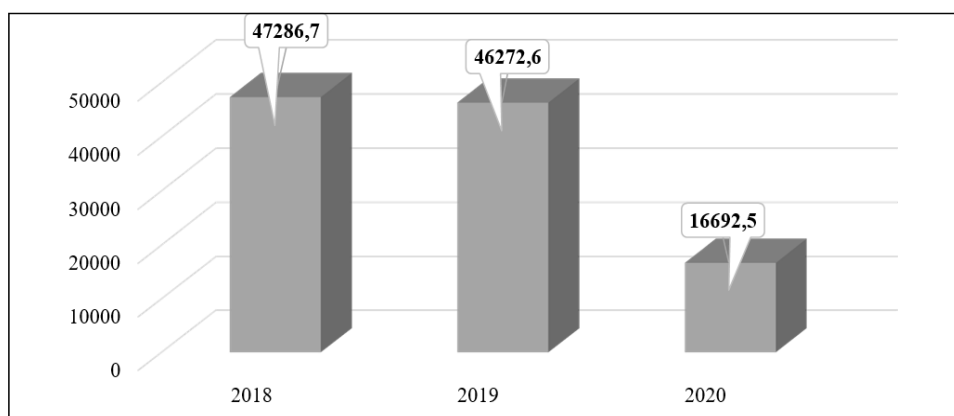


Рис. 2.7. Обсяг пасажирських залізничних перевезень за період 2018-2020 рр., (тис. осіб).

**Джерело: [28].*

Основні труднощі, які гальмують розвиток туризму, викликають нестабільні військово-політичні фактори, нестійка динаміка розвитку економіки України, технологічна відсталість галузі, погіршення екологічної ситуації, недоліки регіонального регулювання галузі туризму, значне податкове

обтяження, яке не дає можливості привабити потенційних інвесторів, недостатня конкурентоспроможність рекламної кампанії за кордоном, слабка інфраструктура, знання та навички персоналу застарілі та не відповідають кваліфікаційним вимогам, ментальність народу України. Вирішенням цих проблем можуть посприяти створення електронних гідів-путівників для зручної подачі інформації про туристичну інфраструктуру, історичні, культурні, та природні пам'ятки міст та культурно-соціальні заходи, створення мобільних додатків для навігації туристів, а також веб-сайту, для того, щоб туристи змогли запланувати свій маршрут, дізнатися історичні дані тощо [23].

Незважаючи на те що в'їзний туризм стримують багато факторів: політична й економічна нестабільність, унаслідок цього скорочення маршрутів, відсутність необхідної матеріальної бази, антиреклама України на Заході, негативна інформація про суспільний і політичний стан в Україні та багато інших, країна все ж має передумови і потенціал у розвитку міжнародного туризму. Багаті природні, історико-культурні, трудові ресурси здатні стимулювати інтерес у вітчизняних та іноземних туристів. Позитивні умови для успішного розвитку туристичної сфери, приведуть до таких позитивних зрушень, як: економічне зростання; забезпечення новими робочими місцями; територіальний та інфраструктурний розвиток; розвиток міжнародних зв'язків; розвиток готельного-ресторанного бізнесу; створення умов для ознайомлення з національно-культурною спадщиною України; задоволення культурних потреб іноземних громадян та національних туристів; створення сприятливих умов для збільшення доходів сільського населення України завдяки розвитку сільського туризму тощо [41].

Моделі державної участі, які використовували під час пандемії, повинні використовувати для розвитку туристичної галузі в Україні, тому що доцільно запроваджувати дієву міжвідомчу координацію діяльності та державно-приватне партнерство, розбудовувати та розвивати інфраструктуру, транспортну галузь, інтеграцію транспортної системи до європейської та світової транспортних мереж. Аналіз та використання досвіду туристично розвинених країн, розробка інструментів та механізму дій, допомога світової громадськості у відновленні

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

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

2.3. Оцінка стану міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності

Поточний стан індустрії туризму в постраждалому регіоні України можна охарактеризувати значним зниженням кількості туристів і доходів після початку повномасштабного вторгнення країни-агресора. Конфлікт негативно вплинув на індустрію туризму в Україні, особливо в східних регіонах, які найбільше постраждали. Зменшення кількості туристів і доходів мало значний вплив на індустрію туризму в постраждалому регіоні України. Багато готелів та інших туристичних підприємств закрилися або скоротили свою діяльність через падіння попиту. Це призвело до втрати роботи та економічних труднощів для багатьох людей у постраждалих регіонах.

Великих втрат туристична індустрія України, особливо у східних областях почала зазнавати ще з 2014 року, коли почалась російська окупація Кримського півострова, який користувався великою популярністю серед туристів як внутрішні, так і закордонних відвідувачів. За даними Державної служби статистики України, кількість міжнародних туристичних прибутків в Україну скоротилася з 14,2 млн у 2013 році до 9,9 млн у 2016 році, тобто на 30%. Дохід від індустрії туризму також скоротився з 1,8 мільярда доларів у 2013 році до 1,2 мільярда доларів у 2016 році, що на 33%. Незважаючи на ці виклики, в останні

роки в туристичній галузі в Україні спостерігались певні показники відновлення туристичної діяльності. У 2019 році кількість міжнародних туристів зросла до 13,4 мільйона, а доходи, отримані туристичною галуззю, зросли до 2,6 мільярда доларів у тому ж році. Проте пандемія COVID-19 з того часу мала значний вплив на туристичну індустрію в усьому світі, включно з Україною і це негативно вплинуло на відновлення туристичної галузі загалом [7].

Кількість відвідувачів до нашої столиці за 2022 рік дуже зменшився, оскільки до лютого 2022 року стабільно зростала чисельність іноземних та вітчизняних туристів. Причиною є агресія росії проти України, оскільки чисельність іноземних туристів, що відвідали столицю міста Київ скоротилася у 3 рази, а це близько 300 тисяч осіб у I півріччі у 2021 року, а у I півріччі 2022 року чисельність іноземних відвідувачів знизилась до 98 тисяч осіб. За даними дослідженнями іноземними туристами нашої столиці на протязі останніх років були громадяни таких країн, як Туреччина, США, Ізраїль, Польща, Німеччина, Індія, Азербайджан, Франція та Італія, а це близько 60% від загальної кількості іноземних відвідувачів, які побували у Києві з туристичною метою.

Значно скорочуються надходження коштів до місцевих бюджетів від туристичної сфери. У I півріччі 2022 року бюджет столиці Київ отримав 24,1 мільйона гривень туристичного збору, а у I півріччі 2021 році дана цифра становила 76 мільйонів гривень, а це значно більше, ніж з початком повномасштабного вторгнення країни-агресора. Станом на 27.09.2022 року бюджет столиці становить 30,5 мільйона гривень, що і показує дуже низькі показники по надходженнях до місцевого бюджету [4].

За підрахунками Державного агентства розвитку туризму визначено, скільки недоотримав податків державний бюджет України від туристичної галузі через війну. За 2022 рік за туристичну галузь в Україні податків сплачено 1 млрд 551 млн 182 тис. грн, що є менше на 31% ніж у 2021 році, коли до бюджету надійшло 2 млрд 231 млн 860 тис. грн. Загальна кількість платників податків, що працюють у туристичній сфері за рік скоротилася на 17%.

Відповідно ми бачимо, що надходження податків від класифікованих видів туристичної діяльності у 2022 році зменшилося практично за всіма видами туристичного бізнесу. Єдиним виключенням стали об'єкти діяльності інших

засобів тимчасового розміщування, оскільки тільки їхня кількість зросла на 45,9%. За всіма іншими об'єктами класифікації у туристичній сфері показники до 2022 року по відношенні до 2021 року зменшилися відповідно на 26,7-57% (табл. 2.2.). Значна частина надходжень до держбюджету за 2022 рік сплачена готелями та подібними засобами тимчасового розміщення складала 898 млн грн. Хоча ця сума все ж таки на 30% менша ніж у 2021 році. В той час до бюджету країни надійшов 1 млрд 288 млн грн. Зафіксовано приріст сплаченого податку на 46% від діяльності гуртожитків та пансіонатів, що використовували для тимчасового прихистку для людей, які вимушено покинули свої домівки через війну. Частка податкових надходжень до державного бюджету від діяльності дитячих таборів відпочинку, турбаз та кемпінгів зменшилася на 57% - сплачено 141 млн грн податку у 2022 році проти 328 млн грн за 2021 року.

Таблиця 2.2.

Надходження податків від туристичної галузі в Україні за 2022 р.

Об'єкти оподаткування	Надходження податків за 2022 р., тис. грн	Надходження податків в 2022 р. порівняно з 2021 р., %
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення	898 381,44	-30,3
Діяльність туристичних агентств	204 795,22	-26,7
Діяльність туристичних операторів	167 858,10	-35,2
Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання	141 163,66	-57
Діяльність інших засобів тимчасового розміщування	137 394,00	+45,9

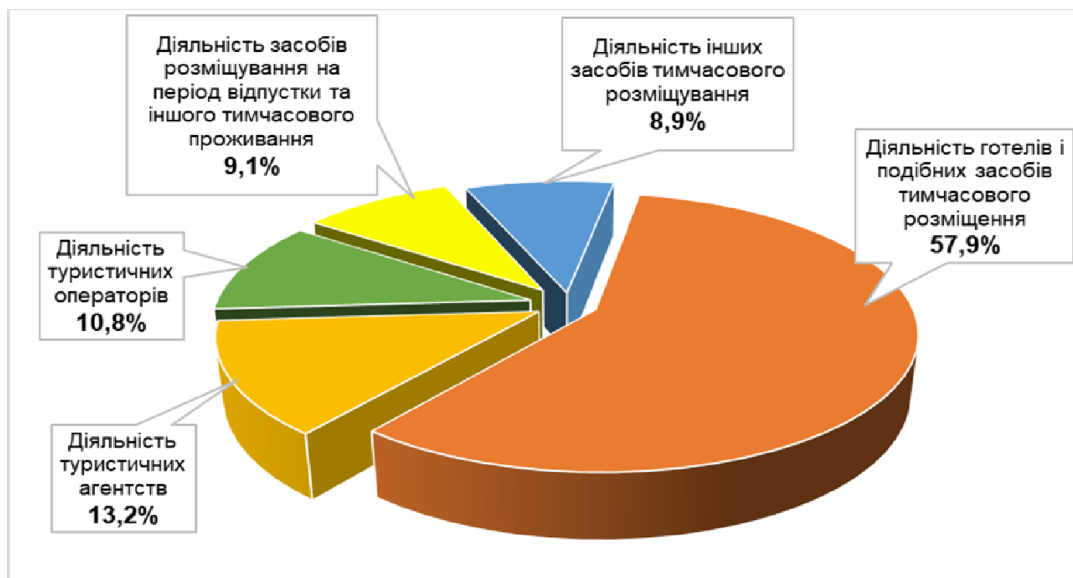
*Джерело: [28].

Від діяльності туристичних операторів податки до державного бюджету зменшилися на 35%, які сплачено у держбюджет у 2022 році у обсязі 167 мільйона 858 тис. грн, тоді як у 2021 році їх сума складала 259 млн 5 тис грн.

Доходи від діяльності туристичних агентств, які сплатили до держбюджету 2022 року 204 млн 795 тис. грн податків також зменшилися на 27% від, оскільки у 2021 році казну держави вони поповнили сумою 279 млн 265 тис. грн. (рис 2.7.). Збільшення розміру сплаченого податку у 2022 році по відношенні до 2021

року показали Львівська (273 млн проти 215 млн), Київська (164 млн –проти майже 125 млн), Івано-Франківська (159 млн – проти майже 131 млн), області. Зменшення податкових надходжень зафіксовано у Києві та Одеській області, у Одесі зменшилося на 58%, а у м. Київ – на 46%.

Голова Державного агентства розвитку туризму Мар'яна Олесків наголосила, «Що туристична галузь України працює, однак потребує підтримки



від українців. Сплачуючи податки, ми фінансуємо нашу економіку ледь частка доходів якої йде на оборону та армію та допомогу ЗСУ».

Рис. 2.8. Відсоткова частка надходжень до державного бюджету України кожного КВЕД у галузі туризму

*Джерело: [28].

За період воєнного стану за 2022 рік сума туристичного збору склала 178 млн 948 тис. грн, що значно менше (на 24%) в порівнянні з 2021 роком, оскільки тоді сума туристичного збору становила 235 млн 461 тис. грн. (табл. 2.3.)

Таблиця 2.3.

Туристичний збір в 14 областях України за 2022 рік, які перебували або перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані

Область, місто	Туристичний збір за 2022 р., грн	Зменшення надходження від туристичного збору в 2022 р. порівняно з 2021 р., %
Херсонська	314 тис	-95
Луганська	418 тис	-80
Сумська	586 тис	-58
Донецька	686 тис	-83

Миколаївська	789 тис	-90
Чернігівська	1 млн 061 тис	-53
Житомирська	1 млн 709 тис	-24
Запорізька	1 млн 971 тис	-78
Харківська	3 млн 372 тис	-61
Одеська	5 млн 372 тис	-80
Київська	8 млн 727 тис	-43
Дніпропетровська	9 млн 95 тис	-15
Рівненська	1 млн 256 тис	-14
м. Київ	31 млн 474 тис	-54

**Джерело: [28].*

Зменшення доходів від туристичного збору зафіксовано в 14 областях України. Це в основному області, які перебували або в даний час перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані. Для прикладу у Херсонській області сума туристичного збору скоротилася на 95%, у Миколаївській – на 90%, у Донецькій – на 83%, у Луганській – на 80%. Також значний спад відбувся в Одеській (80%), Запорізькій (78%), Харківській (61%), Сумській (58%), м. Київ (54%), Чернігівській (53%), Київській (43%) та Житомирській (24%) областях. У Дніпропетровській та Рівненській областях доходи від туристичного збору зменшились на 15%.

Лідером серед областей України по кількості туристичного збору у 2022 році стала Львівщина – 41 млн 430 тис. грн., показавши приріст 79% в порівнянні з 2021 роком. Столиця, збільшила свій бюджет на 31 млн 474 тис. грн, хоча в порівнянні з 2021 роком ця сума була менша у удвічі. Також серед лідерів по сплаті туристичного збору є області Закарпатська – 19 млн 471 тис. грн Івано-Франківська – 17 млн 956 тис. грн та Черкаська – 12 млн 555 тис. грн.

Військові дії мають значний негативний вплив на індустрію туризму регіонів та цілої країни. Причини щодо військових дій та їх вплив на туризм є занепокоєння щодо безпеки; зменшення попиту; пошкодження інфраструктури; втрата робочих місць та негативний імідж, а це все маж вагомий вплив на розвиток туристичної діяльності в Україні. Загалом, вплив військових дій на індустрію туризму є дуже серйозним та передбачає серйозні втрати у туристичній та інших сферах, і наслідки можна відчувати протягом багатьох років після закінчення військових дій.

У інформаційно-дослідницькій записці–матеріалі порталу Globetrender [4] від 28.04.2022 р. вказано, що, окрім впливу військової агресії РФ на соціально-економічну ситуацію безпосередньо в Україні, даний факт також спричиняє негативні наслідки для туристичної спроможності країн-членів ЄС. Серед них, зокрема : втрата українських мандрівників туристичними дестинаціями Європи (причина – воєнний стан в Україні та занепад виїзного туризму через несприятливу соціально-економічну ситуацію); відміна польотів з / в Україну (втрата можливостей «прямих подорожей» для заможних громадян України та, відповідно, можливостей комфортного відпочинку для громадян ЄС в Україні у готелях та рекреаційних зонах преміум-класу); негативні зміни у ціноутворенні авіакомпаній (через санкції щодо РФ, вартість авіапалива зросла на 20-30%, що, відповідно даних IATA – International Air Transport Association – стало причиною підвищення цін на квитки до 80%). Таким чином, мешканець країни ЄС, що бажає відвідати умовно-безпечну туристичну ділянку України за авіамаршрутом до Польщі та залізничним – від Польщі до України – може стикнутися із фінансовими труднощами та відмінити подорож. Окрім того, розвиток міжнародного туризму – зокрема, в ЄС – призупинився через подорожчання цін на енергоносії, паливо, та продукти харчування. Як відмічається у згаданому дослідженні порталу Globetrender, падіння валюти – євро – нижче показників долара США на міжнародному ринку вперше із 2002 р. Зазначені економіко-соціальні показники впливають на туристичну спроможність населення – що, додатково до небезпеки перебування в Україні через військову агресію РФ, унеможлиблює двосторонні розвиткові зносини між вітчизняним та закордонним туризм-сектором [4]. Одночасно, додатковою неузгодженістю виступає процес планування подорожей в Україну в умовах війни з РФ іноземними туристами. На переконання А. Зарубіної, аспекти воєнного стану на кшталт комендантської години, маршрутного планування відповідно локаціям укриттів цивільного захисту, заборон екскурсійного відвідування інфраструктурних / військових об'єктів та локацій рекреаційно-природничого значення не підвищують ценз «туризм-довіри» до вітчизняного туризму як профільної дестинації [5].

Доцільно відмітити, що використання практики «ритуально-історичного туризму» по місцях військових зіткнень, визначних локацій проведення бойових дій, перемог Збройних Сил України – пріоритет повоєнного туристичного відновлення України. Приклад Хорватії демонструє, що вдала інформаційна туризм-кампанія здатна відновити інтерес мандрівників до окремих туристичних destinations. Відтак, рецепція Україною подібної політики виглядає актуальним способом залучення міжнародно-туристичного активу. Дослідження впливу збройної агресії РФ на стан туризму в Україні та Європі, проведене UNWTO (United Nations World Tourism Organization) [6], відзначає двосторонній характер «мандрівної» проблематики формату «Україна–ЄС–інші розвинені країни світу». Зокрема, перепонами міжнародного туризму в умовах війни в Україні UNWTO називає «ослаблення економічного зростання», поєднане із інфляцією. Останнє, в свою чергу, негативно впливає на потенційні соціально-економічні покращення в Україні як наслідок наповнення державного бюджету через попит іноземних туристів. «Зниження споживацької впевненості» як наступний елемент міжнародно-туристичної стагнації означає не лише складнощі поїздок в Україну в умовах воєнного стану із туристичною метою, але й нівелювання туризм-потоків з ЄС через економічну нестабільність та світову енергетичну, і частково – економічнопродовольчу кризу, викликану діями РФ в Україні. Наступним негативним туризм-явищем, пов'язаним із повномасштабним вторгненням РФ в Україну, UNWTO називає вплив на класичні туристичні destinations (аспект доступності перегляду) та т. зв. «додаткові» (до них віднесено морський відпочинок) іноземними туристами з Європи та інших країн світу. Враховуючи те, що в Україні наразі наявно 170 тис. історикокультурних пам'яток та 6 об'єктів культурної спадщини ЮНЕСКО, зазначена проблематика набуває не лише партикулярно-вітчизняного, але й загальносвітового туристичного забарвлення. Відповідно, подібна міжнароднотуристична контекстуація виступає прецедентом соціально-економічних втрат України [6]. Принагідно, UNWTO відзначає соціально-економічною проблемою України внаслідок збройної агресії РФ зниження вітчизняного виїзного туризму (навіть до країн-сусідів, що є повноправними членами ЄС – Румунія, Болгарія із опціями морського відпочинку та Польща, Чехія, Словаччина, Словенія із опціями

«інтелектуального туризму»), поєднане із процесами еміграції (за даними ООН, понад 4 млн. українців були змушені покинути власні домівки від 24.02.2022 р.) [6]. Як наслідок, страждає туризм-пов'язаний робочий сектор – підприємці, туристичні організації, робітники готельно-ресторанної сфери обслуговування шукають аналогічну роботу в ЄС. «Спустошення» туристичного сектору в Україні пояснюється зниженим попитом від іноземних туристів – переважними «гостями» в умовах воєнного стану виступають представники посольств, консульств, військові журналісти та профільні інформаційні кореспонденти. Таким чином, соціально-економічна туризм-стагнація України є двопричинною: війна з РФ як першочерговий фактор, економічна та споживацька непевність іноземних туристів – як похідний. Водночас, процес зниженої іноземно-туристичної активності в Україні пояснюється зменшеним рівнем авіапопиту у територіально наближених країнах Європи та ЄС. За даними Eurcontrol, від 24.02.2022 р. рівень зацікавленості у використанні авіаліній зменшився на 69% у Молдові, на 42% – у Словенії, на 38% – у Латвії (порівняно із «доковідними» даними 2019 р.). [7]. Проте, тенденція щодо туризм-інертності спостерігається на усій території ЄС – відносно «незалежними» від повномасштабного вторгнення РФ в Україну туристичними напрямками залишаються шляхи «Азія – ЄС» та «США – ЄС», де портал ForwardKeys відмітив збільшення туристичної попит-спроможності за період березня – травня 2022 р. [8].

Аналітична робота щодо стандартів міжнародного туризму та його впливу на соціально-економічний розвиток України в умовах військової агресії РФ дозволила дійти наступних умовиводів. По-перше, збройна агресія РФ в Україні вплинула на туристичний сектор України та країн ЄС відповідно. У першому випадку негативними аспектами виступають закриття неба для цивільної авіації, небезпека ракетних загроз, західна Україна як єдина відносно безпечна туристична дестинація на території України, зникнення виїзного туризму та фактичне нівелювання в'їзного. Щодо ЄС – питання полягає у інфляційно-економічних перетвореннях, подорожчання цін на паливо та авіапаливо, що є причиною підвищення вартості авіаквитків на 80% у порівнянні із 2021 р. По-друге, Україна та її соціально-економічна туризм-сталість залежить від туристичної спроможності туристів з ЄС та Європи (переважно сусідні країни –

Молдова, Латвія, Литва, Словенія). Формування стратегій повоєнної відбудови України повинно базуватися на двосторонньому економікоінфраструктурному співробітництві щодо створення розвитково-цензових тенденцій вітчизняного туристичного сектору.

По-третє, туристи ЄС та деяких розвинених країн світу повинні отримати належний туристичний карт-бланш для майбутніх подорожей до України – як в умовах війни, так і післявоєнної відбудови України, що може забезпечуватися належним рівнем маркетингової стратегізації туристичних ринків. Подібна акція включає експансіювання націонал-туристичних традицій на територію ЄС задля подальшого отримання соціально-економічних, бюджетних дивідендів.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

3.1. Перспективні напрями розвитку туристичних послуг в Україні

Роль туристичного підприємництва у світовій економіці постійно зростає і це пояснюється тим, що в національній економіці країн воно виконує низку функцій, зокрема:

- є джерелом притоку іноземної валюти та капіталу в країну;
- створює передумови для поліпшення платіжного балансу країни;
- сприяє структурній диверсифікації економіки;

- забезпечує робочими місцями і є дієвим інструментом подолання безробіття;
- стимулює розвиток секторів економіки та видів економічної діяльності, які обслуговують туристів.

Потенціал розвитку підприємницької діяльності у міжнародному туризмі залежить від ефективності його використання, ступеня конкурентоспроможності національного туристичного продукту та ефективності управління, тобто обраної стратегії розвитку як на рівні держави, так і на рівні окремих підприємств. Як підтвердили емпіричні дослідження, адаптивна або опірна здатність туристичних підприємств стає сьогодні одним з вирішальних чинників ефективності управлінської діяльності. Здатність швидко адаптуватись до викликів та загроз виступає важливим аргументом оцінювання потенціалу підприємств туристичного бізнесу, ефективності їх діяльності та відновлення підприємницької активності у цій сфері загалом.

В умовах глобалізації туристичні підприємства здійснюють постійний моніторинг та відстежують дії конкурентів, щодо залучення найбільш ефективних стратегій та інструментів управління туристичною індустрією. Всесвітня туристична організація визначила три глобальні стратегії в сфері туризму [21]:

- стійкий розвиток туризму;
- захист прав неповнолітніх в сфері туризму;
- розвиток туризму, доступного для всіх і кожного.

Туристичні стратегії країн, які є складовими сучасної системи стратегічного управління розвитком туризму, розроблені на основі загальних принципів, а саме таких як: цілеорієнтованість, системність, результативність, збалансованість, легітимність. Визначення цілей стратегій розвитку туризму залежить від ресурсного потенціалу, стартових умов і, що особливо важливо, факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, досвіду туристичної діяльності та особливостей попиту на туристичний продукт.

Отже, в сучасних умовах діяльність підприємств туристичного бізнесу в Україні спрямована, насамперед, *на подолання наслідків пандемії та усунення комерційних ризиків при веденні підприємницької діяльності в умовах активної*

фази військових дій. Подолання саме цих наслідків є визначальним для туристичної діяльності в Україні.

Задля прийняття стратегічних рішень з управління туристичними підприємствами, які функціонують в умовах сучасного нестабільного середовища доцільно:

- по-перше, провести оцінювання сильних сторін, загроз, слабких сторін середовища та можливостей діяльності за допомогою інструментарію SWOT-аналізу;
- по-друге, провести аналіз ризиків розвитку туристичних підприємств з врахуванням безпекового чинника;
- по-третє, розробити концепцію зміцнення підприємств туристичного бізнесу, стратегій та засобів її реалізації.

Вплив війни на міжнародний туризм призвів до зниження кількості виїзних та в'їзних туристів і, відповідно, до зменшення доходів туристичного бізнесу, здебільшого через падіння попиту на туристичні послуги, а це призвело до скорочення надходження коштів до місцевих бюджетів від туристичної сфери. Значних втрат зазнала туристична індустрія і через руйнування об'єктів туристичної інфраструктури. Крім того, основними споживачами послуг міжнародного туризму стали жінки та діти, які мають потребу в оздоровленні та відпочинку, а також люди старшого віку, виїзд яких не обмежений нормативно-правовими вимогами військового часу. Відсутність можливості довготермінового планування також призвела до зменшення кількості туристів, які раніше заздалегідь планували відпочинок.

Зупинка авіапЕРЕВЕЗЕНЬ стала ще одним із критичних факторів для надавачів та споживачів туристичних послуг. Це зумовило переорієнтацію виїзних туристів на автобусні тури з України та авіатури з найближчих аеропортів країн-сусідів (Польщі і Молдови). Це значно ускладнило туристичну логістику. Враховуючи отримані результати оцінювання середовища функціонування підприємств туристичної галузі сформуємо Концепцію стратегічного управління резилентністю туристичних підприємств.

Метою Концепції є зміцнення резилентності підприємств туристичного бізнесу в умовах військових дій, визначення та обґрунтування стратегічних

рішень щодо підвищення здатності туристичних підприємств адаптуватися до несприятливих впливів війни та протистояти ризикам ведення господарської діяльності, задля зміцнення їх резилентності.

Концепція базується на принципах, які враховують особливості розвитку та організації туристичної діяльності в сучасних умовах ведення бізнесу, а саме:

- *компліментарності стратегічного партнерства*, який передбачає досягнення мультиплікаційного ефекту та отримання кращої економічної вигоди від долучення стратегічних партнерів до виробництва туристичного продукту. Дотримання цього принципу призводить до стратегічної синергії, яка проявляється у формуванні додаткової цінності для споживачів та збільшенні дохідності бізнесу;

- *мережевої інтегрованості бізнесу*, яка передбачає залучення до мережових структур, зокрема міжнародних, що сприяє підвищенню якості туристичних послуг, оптимізації цінової політики, урізноманітненню та розширенню продуктових пропозицій;

- *пріоритетності якості туристичних послуг*, що зорієнтований насамперед на збереження та покращення репутації туристичної фірми на ринку;

- *стратегічної гнучкості та адаптивності*, що спрямований на передбачення стратегічної перспективи розвитку підприємства в умовах нестабільності;

- *стратегічної стійкості*, яка передбачає здатність підприємства адаптуватись до викликів і загроз, передбачити їх та запровадити упереджувальні заходи;

- *інклюзивності*, що проявляється у створенні сприятливих умов для отримання туристичних послуг, які зможуть отримати різні верстви населення, в тому числі і шляхом розвитку інклюзивної інфраструктури;

- *інституційної ієрархії* в управлінні та регулюванні міжнародною туристичною діяльністю, яка забезпечить багаторівневе регулювання підприємницької діяльності у туристичній сфері та сприятиме вирішенню проблем на глобальному, національному та локальному рівнях;

- *пріоритетності інтересів споживачів туристичних послуг*, що орієнтує діяльність туристичного ринку на споживчі вподобання та

диверсифікацію послуг відповідно до вимог клієнтів;

- *пріоритетності безпекових вимог та гарантій*, що дозволяє реалізовувати людиноцентричний підхід у реалізації політики розвитку будь-якого виду економічної діяльності і надавати у повному обсязі страхові послуги туристам, зокрема міжнародним, незалежно від місця їх перебування.

Перший стратегічний напрямок Концепції зміцнення резилентності підприємництва у міжнародному туризмі, передбачає зростання атрактивності туристичних продуктів в Україні для в'їзних туристів і зростання на основі цього конкурентоспроможності туристичних підприємств загалом. Якщо перший напрямок реалізуватиметься на основі ефективного маркетингу та диверсифікації туристичних продуктів без зростання собівартості наданих туристичних послуг, то другий зорієнтований на розширення можливостей і цільових сегментів туристичного попиту населення на світовому туристичному ринку і, відповідно, створення умов для збільшення обсягів виїзних туристичних потоків.

Зазначимо, що саме можливість суб'єктів підприємницької діяльності, швидко адаптуватись до змін проявляється у можливості переорієнтуватись на інший сегмент туристичного ринку та потреб споживачів. Тому саме при виборі стратегічних пріоритетів зміцнення резилентності підприємств зроблено акцент на властивості економічної системи адаптуватись до викликів сьогодення та зменшення можливостей суттєво нарощувати кількість обслугованих в'їзних та виїзних туристів. Відповідно до логіки визначених підходів, третій стратегічний вектор Концепції сфокусований на внесенні змін в організаційну діяльність підприємств і безпосередньо процес надання туристичних послуг метою яких є розширення ланцюгів створення туристичних продуктів шляхом залучення нових стейкхолдерів та ділових партнерів. Йдеться про встановлення стратегічних партнерств з готелями, авіакомпаніями та транспортними компаніями, ресторанами та іншими партнерами на міжнародному туристичному ринку.

Ефективність реалізації політики стратегічного партнерства, слід розглядати крізь призму ефектів клієнторієнтованого підходу та з позиції задоволення споживчих очікувань шляхом визначення потенційних

можливостей розширення споживчої цінності туристичних послуг і адресного просування туристичних продуктів. Останнє забезпечить якомога повне задоволення вимог споживачів та підвищить привабливість пропозицій.

Стратегічною метою для розвитку в'їзного міжнародного туризму в Україні є створення конкурентоспроможного туристичного продукту, який максимально зміг би задовольнити потреби споживачів і надав би можливість здійснювати подорожі за умов гарантування безпеки. Нині потенціал для розвитку в'їзного туризму має діловий, волонтерській і солідарний туризм. Метою двох останніх видів туризму є реалізація соціальної позиції туриста, активна громадська діяльність і підтримка туристичної діяльності місцевих громад і локальних бізнесів. Крім можливості висловити солідарність та підтримку Україні, солідарний та волонтерський туризм сприятиме інформуванню світової спільноти про наслідки військових дій та формуванню попиту на подальше відвідування України. У першому півріччі 2023 року український кордон перетнуло 1,3 млн відвідувачів, які приїжджали з Молдови, Румунії, Польщі, Угорщини та Словаччини, а також Нової Зеландії, Мексики, Мадагаскару, Бангладеш та інших країн [46].

Зазначимо, що перевагами впровадження запропонованої Концепції є орієнтація її цілей, на зміцнення резилентності підприємницької діяльності у міжнародному туристичному бізнесі України. У довгостроковій перспективі її реалізація забезпечить: збалансованість портфелю пропозицій туристичних продуктів і орієнтацію на актуальні тренди туристичного попиту; проектування нових турпродуктів і диверсифікація пропозицій з огляду на можливості, вимоги та вподобання туристів; мінімізацію ризиків функціонування суб'єктів підприємницької діяльності у міжнародному туризмі; забезпечення безпеки туристів у надзвичайних і кризових ситуаціях; визначення довгострокових перспектив реалізації продуктової туристичної політики; лояльність міжнародних партнерів до вітчизняних суб'єктів підприємницької діяльності в сфері міжнародного туризму; вдосконалення менеджменту туристичних компаній. В умовах війни продовжується робота над формуванням туристичного іміджу України.

Так, наприклад, Україна взяла участь у Міжнародній туристичній виставці ITB Berlin 2024, яка є найбільшою профільною виставкою- біржею і цьогогоріч в ній прийняло участь понад 5500 експонентів з більш як 170 країн світу. Цей захід спрямований на популяризацію українського туризму в різних регіонах країни він став платформою для підписання низки угод і меморандумів про співпрацю [43]. До подібних іміджевих заходів відноситься також проведення туристичних форумів в різних регіонах країни.

3.2. Удосконалення стратегічних напрямків відновлення економічного потенціалу суб'єктів сфери послуг в умовах невизначеності

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

- разом зі спеціалістами потрібно розробляти нові концепції міжнародного туризму з акцентом на зміцнення резилентності підприємств туристичного бізнесу;

- швидке оформлення віз для іноземних туристів, або розгляд впровадження безвізового режиму між країнами. Вже встановлено безвізовий режим в'їзду в Україну та транзитного проїзду через територію України для громадян Австралії, Нової Зеландії, Королівства Бахрейн, Держави Кувейт, Султанату Оман, Королівства Саудівська Аравія [10];

- підтримка в належному стані та реконструкція всіх архітектурних пам'яток України;
- оновлення стандартів обслуговування, нормативно-правової бази, дотримання і розвиток якості обслуговування;
- працювати на збільшення потоку іноземних туристів до українських міст.

Концепції зміцнення резилентності підприємств туристичного бізнесу, базується на реалізації низки стратегій основними з яких є маркетингова, інформаційно-комунікаційна, інноваційна та безпекова (рис. 3.1.). Вказані стратегії стосуються вирішення низки проблем у розвитку міжнародного туристичного бізнесу та діяльності вітчизняних туристичних підприємств, зокрема, щодо налагодження горизонтальної і вертикальної інтеграції суб'єктів індустрії гостинності, диверсифікації туристичного продукту, вдосконалення стратегічного менеджменту безпосередньо на рівні підприємств тощо.

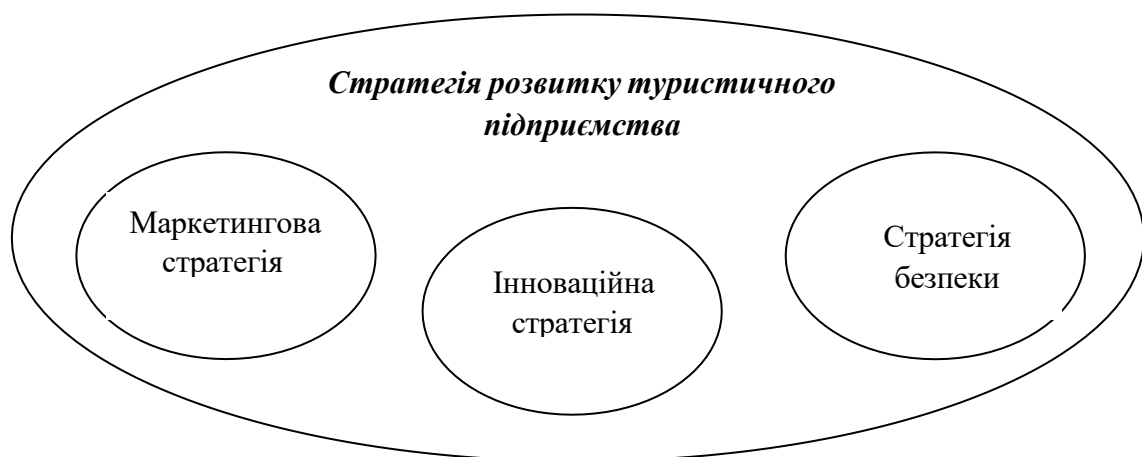


Рис. 3.1. Складові стратегії розвитку туристичного підприємства

**Джерело: розроблено автором.*

Зрозуміло, що у короткостроковій перспективі, вплив війни на діяльність туристичних підприємств є вкрай негативним, оскільки суттєво обмежує обсяги туристичних потоків, гальмує інвестиційну активність та обмежує можливості відновлення втрачених культурних пам'яток та об'єктів туристичної інфраструктури. Однак у довгостроковій перспективі перемога України у війні може позитивно впливати на імідж країни і, відповідно, на міжнародний туризм через підвищення інтересу іноземців до України. Прикладами підвищення інтересу до туризму у постконфліктних країнах, може слугувати Грузія, Хорватія, Чорногорія, Ізраїль та низка африканських країн, які відновили

туристичну галузь, зберегли свій імідж туристичних центрів і активно розвивають цей бізнес.

Для підвищення резилентності підприємництва в сфері міжнародного туризму, доцільно сконцентрувати увагу на розробці маркетингових стратегій підприємств і виробленні стратегічних управлінських рішень, які дозволять конкурувати певному підприємству на туристичному ринку реалізуючи раціональну цінову, збутову і рекламну політику (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Цілі та засоби реалізації маркетингових стратегій туристичних підприємств

	Цілі маркетингу в сфері туристичного підприємництва	Засоби реалізації
Продуктовий маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> • Створення бренду та його позиціонування на туристичному ринку. • Створення широкого асортименту туристичного продукту. • Збільшення прибутку туристичного бізнесу на основі зростання обсягів продажів туристичного продукту. 	<ul style="list-style-type: none"> • Формування бренду та бенчмаркінгу. • Аналіз асортименту туристичних продуктів і попиту на них. • Аналіз та оцінка потенціалу основних ринкових сегментів. Аналіз бази клієнтів. • Розробка нового туристичного продукту. • Диверсифікація туристичних послуг. • Контроль за якістю турпродукту та наданих послуг. Цінова політика. PR і реклама.
Маркетинг відносин	<ul style="list-style-type: none"> • Зниження витрат на залучення клієнтів. • Зростання якості обслуговування клієнтів. • Довготривалі взаємовідносини та співпраця ділових партнерів. • Утримання тривалих зв'язків з клієнтами. 	<ul style="list-style-type: none"> • Формування мережі виробництва і збуту туристичного продукту. • Комунікація та взаємовигідне співробітництво. • Аутсорсинг основних і допоміжних бізнес процесів та ресурсний аутсорсинг. • Проведення спеціалізованих виставок, форумів та інших заходів з популяризації туристичної сфери України та обміну досвідом.

**Джерело: розроблено автором.*

Отже, маркетингова стратегія туристичних підприємств є основою планування її діяльності. Розробка продуктових маркетингових стратегій туристичних підприємств, забезпечить зростання їх прибутку, а маркетинг відносин спрямований на отримання операційних вигод підприємством, зокрема, оптимізацію витрат та формування стабільних відносин із стратегічними партнерами, в тому числі міжнародного середовища.

Зростання резилентності туристичного підприємництва забезпечить реалізація інноваційної стратегії, яка спрямована на залучення інновацій використання яких спрямоване на задоволення потреб споживачів, налагодження ефективної інформаційно-комунікативної системи у виробництві і реалізації туристичного продукту та підвищення ефективності функціонування підприємств, які її впроваджують.

Інноваційна стратегія пов'язана із формуванням інформаційно-комунікаційних систем за допомогою різноманітних каналів, зокрема таких як:

- соціальні мережі (Фейсбук, WhatsApp, Viber, Telegram, Instagram), де клієнти лишають відгуки про здійснені подорожі;
- онлайн-реклами, діяльність яких спрямована на просування туристичного продукту та потреб певних цільових груп споживачів;
- мобільні додатки, що надають туристам зручний та інформативний інструмент для планування та здійснення подорожей;
- інтерактивні інформаційні системи (чат-Боти, онлайн-консультанти які надають відповіді на запитання та рекомендації, реалізуючи перевагу круглодобового зв'язку з клієнтами;
- електронні системи платежів та транспорту, які використовують впровадження сучасних систем оплати та управління транспортом; системи безпеки та моніторингу, що підвищують рівень безпеки подорожей і репутації приймаючих країн, сприяючи формуванню конкурентних переваг держав на світовому ринку туристичних послуг.

Використання вказаних технічних інновацій сприятиме не тільки розвитку підприємництва у туристичній індустрії, а й міжнародних партнерських відносин для обміну туристичними потоками та підтримки спільних ініціатив (табл.3. 2).

Цілі та засоби реалізації інноваційної стратегії розвитку туристичних підприємств

	Цілі інноваційної стратегії	Засоби реалізації
Інноваційна стратегія	<ul style="list-style-type: none"> ● Покращення інформаційно-комунікаційного забезпечення діяльності в сфері туризму. ● Удосконалення менеджменту та операційної діяльності туристичних підприємств. ● Налагодження бізнес-взаємодій із стратегічними партнерами. ● Підвищення рівня кваліфікації працівників. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Веб-платформи: веб-сайт і мобільні додатки. ● Електронний документообіг. ● Розробка віртуальних турів. ● Інтелектуальний аналіз даних (Data Analytics). ● Соціальні мережі. ● Застосування VR або AR контенту для вивчення та віртуального огляду місць призначення. ● Інноваційні платіжні системи. ● Інтерактивні роботи для реєстрації туристів або подачі їжі і напоїв відвідувачам. ● Он-лайн навчання для персоналу. ● Інструменти штучного інтелекту.

**Джерело: розроблено автором.*

Безпеку туризму слід розглядати як основу стійкості підприємницької діяльності у туризмі і споживчу вартість, якою об'єктивно і реально повинна володіти туристична послуга [73]. До того ж безпеку вважають важливим компонентом туризму оскільки вона має не аби яке значення для створення якісного туристичного продукту. З огляду на це, вона виокремлена як окремий стратегічний пріоритет Концепції, який передбачає насамперед, забезпечення безпечного та захищеного середовища для відвідувачів України та інших країн світу. Реалізація цього пріоритету потребує вливання фінансових ресурсів у безпеку туристів приймаючих країн, впровадження на державному рівні системи моніторингових та охоронних заходів для створення безпечного середовища.

Безпекову стратегію в сфері туризму в сучасних концепціях розглядають двояко, як стратегію безпеки туристів і як безпеку туристичного підприємництва (табл. 3. 3).

Цілі та засоби реалізації стратегії безпеки міжнародного туризму

	Цілі стратегії безпеки	Засоби реалізації
Стратегія безпеки туристів	<ul style="list-style-type: none">• Зміцнення безпеки та створення комфортних умов для в'їзних і виїзних туристів.• Мінімізація наслідків надзвичайних ситуацій та уникнення загроз небезпечного середовища.	<ul style="list-style-type: none">• Страхування особистої безпеки туристів (медичне та від нещасного випадку).• Компенсація матеріальної та моральної шкоди, заподіяної життю, здоров'ю туриста або його майну.• Електронна система візової підтримки.• Законодавчі та нормативні акти з надання гарантій і заходів безпечного перебування туристів на території України.• Міжнародні декларації з безпеки туризму.
Стратегія безпеки туристичного підприємництва	<ul style="list-style-type: none">• Зміцнення безпеки туристичного бізнесу.	<ul style="list-style-type: none">• Дотримання вимог технічної, пожежної, інформаційної, кадрової безпеки.• Економічні умови підприємницької діяльності.

**Джерело: розроблено автором.*

Отже, забезпечення безпеки в туризмі потребує чіткої, спланованої роботи підприємств цієї сфери, задля безпечного і комфортного відпочинку та мандрівок туристів, а також низку вимог щодо виконання безпекових вимог для діяльності самого підприємства, його працівників. Зазначимо, що розглянуті вище стратегії є вкрай важливою в період війни, яка зумовила кризові явища у розвитку туристичної сфери і, зокрема, міжнародного туризму. Одні суб'єкти підприємницької діяльності призупинили свою роботу через відсутність попиту, інші - внаслідок перебування в зонах активних бойових дій. Однак, працюючі компанії, хоча і змушені адаптуватися до нових реалій приймають креативні управлінські рішення для збереження ресурсного потенціалу та відповідної ніші на туристичному ринку.

ВИСНОВКИ

На розвиток сучасного міжнародного туризму у світі здійснюють вплив ряд факторів, серед яких слід виділити природно-географічні, культурно-

історичні, економічні, соціальні, демографічні, політико-правові, технологічні, екологічні та внутрішні фактори. Слід також зазначити, що фактори розвитку міжнародного туризму суттєво відрізняються залежно від регіону. Так, Південноамериканський регіон може бути привабливим для туристів своєю сучасною архітектурою, а Середземноморський регіон, навпаки, більше буде цікавий хто, які обирає паломницький туризм.

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

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

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

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

рівня своєї ефективності буде здатна вивести міжнародний туризм до конкурентоспроможного рівня.

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

- вплив на інновації на різних підприємствах надання туристичних послуг: готельне підприємство, ресторанне підприємство та рекреація;

- уніфікація підходів органів управління та туристичних підприємств;

- розробка та пошук інновацій та постійне впровадження їх в туристичний ринок України.

На сьогодні досить складно формулювати певні висновки щодо розвитку туризму через нестабільну ситуацію в Україні, викликану війною. З цієї ж причини складно робити якісь прогнози щодо впливу воєнних дій на міжнародний туризм в Україні. Але можна впевнено сказати, що сфера туризму буде однією з сфер, яка допоможе пережити кризу після війни, якщо український уряд реалізує Концепцію зміцнення резилентності підприємництва у міжнародному туризмі, за умов впровадження стратегічних цілей та заходів реалізації маркетингової, інноваційної та безпекової стратегій. Ці стратегії передбачають диверсифікацію портфеля пропозицій туристичних продуктів, визначення стратегічних пріоритетів продуктової маркетингової політики та маркетингу відносин на засадах лояльності міжнародних партнерів, залучення інструментів інформатизації задля вдосконалення комунікаційних зв'язків між підприємствами і клієнтами та забезпечення безпеки туристів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 №324/95-ВР (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – ст. 24. №7(3). URL: <https://doi.org/10.51599/is.2023.07.03.07>

2. Бондаренко Л.А. Міжнародний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nauka>.

com.ua/?op=1&z=5289

3. Бордун О. Аналіз міжнародних туристичних потоків України. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2013. Вип. 43. Ч.2. С.137-146
4. Бориславець О.Г., Ілляшенко І.О., Опанащук Ю.Я. Протекційні заходи держави для підтримки туристичного бізнесу в умовах пандемії: світовий досвід та українські реалії. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/38163/1/стаття%207.pdf>
5. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.
6. Бригілевич Г.М. Міжнародний туризм як інструмент підвищення ефективності функціонування економіки: досвід країн ЄС. *Наукові перспективи*. 2022. № 6(24). С. 253-262.
7. Бригілевич Г.М. Стратегія як інструмент антикризового управління туристичним підприємством. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. №11(25). С. 57-64.
8. Бригілевич Г.М., Войтенко О.А. Стратегічне управління підприємницькою діяльністю в туристичній сфері. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2021. №12(247). С. 106-112.
9. Бригілевич Г.М., Мальська М.П. Роль електронної торгівлі послугами як складової міжнародної туристичної індустрії в умовах нестабільності. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. №8(10). С. 202-211.
10. Бригілевич Г.М., Шульц С.Л. Аналіз мегатрендів та сучасних викликів розвитку підприємницької діяльності в сфері міжнародного туризму. *Інтернаука. Серія: Економічні науки*. 2023. №11. С. 26-33.
11. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2013. 396 с.
12. Василець Н. М. Наукові підходи до розвитку малого бізнесу в умовах війни. 2022. С.110–121. URL: <https://doi.org/10.54929/monograph-02-2022-01-08>
13. Вдовічен А.А., Вдовічена О.Г. Триєдиний вектор стабілізації економіки України в умовах неконтрольованих глобальних викликів. *Вісник*

Чернівецького торговельно-економічного інституту. Серія: Економічні науки. 2020. Вип. І(77). С. 12-30.

14. Ведення бізнесу під час війни в Україні. URL: <https://chamber.ua/ua/news/rezultaty-ostannoho-opytuvannia-palaty-87-kompaniy-chleniv-hotovi-aktyvno-doluchatysia-do-vidbudovy-ekonomiky-ukrainy-pislia-viyny>.

15. Визначення «Національний туризм» [Електронний ресурс]. – Режимдоступу до ресурсу: <https://ips.ligazakon.net/document/TM019910>.

16. Витвицька О., Суворова С., Корюгін А. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємництва в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. №40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1518>

17. Війна vs туризм: як українці змінюють індустрію подорожей в Україні та світі. URL: <https://delo.ua/opinions/viina-vs-turizm-yak-ukrayinci-zminyuyut-industriyu-podorozei-v-ukrayini-ta-sviti-416994/>

18. Данильчук В.Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса / В.Ф. Данильчук. – Донецк: ДИТБ, 2010. – 146 с.

19. ДАРТ оприлюднює масштабні туристичні дослідження. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-oprilyudnyuie-masshtabni-turistichni-doslidzhennya>

20. Зарубіна, А., Сіра, Е., Демчук, Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану : *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. 8 с.

21. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. //Навчальний посібник. – 2003. – 219 с.

22. Лойко В.В., Александров Б.В. Підтримка та розвиток малого та середнього бізнесу в Україні в умовах війни. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2023. №1(11). DOI: <http://doi.org/10.32750/2023-0119>

23. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.

24. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Київ: Знання, 2008. 661с.

25. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Антонюк Н.В. Медичний і

оздоровчий туризм: навч. посіб.. Київ: Вид-во Каравела, 2022. 234 с.

26. Мельник А.Ф. Міжнародна торгівля послугами і створення глобального ринку послуг. *Вісник Тернопільської академії народного господарства*. 2003. №8-1. С. 94-102.

27. Мельник Т. Український бізнес в умовах війни: сучасний стан, проблеми та шляхи їх вирішення. *Journal of Innovations and Sustainability*. 2023.

28. Офіційний сайт Statista. URL: <https://www.statista.com/> –

29. Родак К. «Українцям бронюють лише ті готелі, де немає росіян» URL: https://zaxid.net/statti_tag50974.

30. Тонкошкур М. В. Міжнародний туризм / Тонкошкур М. В. // Навчальний посібник. – 2013. – 348 с.

31. Чаркіна Т. Ю., Зайцева В. М., Пікуліна О. В., Реукова А. О. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. *Агросвіт*. 2022. № 3. С. 12-17.

32. Шамара І. М., Гапоненко Г. І., Кривулькіна Д. І. Проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку України в контексті загальносвітових тенденцій. *Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2020. № 11. С. 32-36.

33. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. / Школа І.М. // Навчальний посібник. – 2017. – 662 с.

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

35. Globetrender Intelligence. How the war in Ukraine will affect European tourism. Globetrender official website. URL: <https://globetrender.com/2022/04/28/how-the-war-in-ukraine-will-affect-european-tourism/>

36. Impact of the russian offensive in ukraine on international tourism. URL: <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism>.

37. Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/16-05-22-impact-russia-ukraine.pdf?q7kCpUZsLi4Su_Zlo1d2b08bH0_L0Pln=

38. International Tourism Highlights. URL: <https://www.e->

unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456.

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

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

41. Tourism URL: <https://www.britannica.com/topic/tourism>.

42. Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf.

43. Ukraine Launches War Tourism For Those That Are Brave Enough To Visit. URL: <https://www.traveloffpath.com/ukraine-launches-war-tourism-for-those-that-are-brave-enough-to-visit/>

44. Ukraine war: international tourism hit as Russian travellers disappear. URL: <https://theconversation.com/ukraine-war-international-tourism-hit-as-russian-travellers-disappear-187121>

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

46. UNWTO. Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism, 2022. UNWTO official website. URL: <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-inukraine-on-tourism>.

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**Кафедра харчових технологій, готельно-ресторанного і туристичного
сервісу**

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____ Каріна ПАЛАМАРЕК
(підпис)

«22» вересня 2023 р.

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу студентів
Олександрю Лало**

(прізвище, ім'я, по-батькові)

- 1. Тема кваліфікаційної роботи:
РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ
НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

Затверджена наказом директора від «18» вересня 2023 р. № 336

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 29 травня 2024 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до кваліфікаційної роботи:

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

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

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

4. Зміст кваліфікаційної роботи

ВСТУП

**РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ З УРАХУВАННЯМ УМОВ
НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

1.1. Сутність та еволюційний розвиток міжнародного туризму

1.2. Класифікація міжнародного туризму

**РОЗДІЛ 2 МОНІТОРИНГ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

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

2.2. Аналіз динаміки розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності

2.3. Оцінка стану міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

3.1. Перспективні напрями розвитку туристичних послуг в Україні

3.2. Удосконалення стратегічних напрямків відновлення економічного потенціалу суб'єктів сфери послуг в умовах невизначеності

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи	18.09.2023 – 22.09.2023	22.09.2023
2	Оформлення і затвердження завдання на кваліфікаційну роботу	22.09.2023	22.09.2023
3	Написання 1 розділу кваліфікаційної роботи	06.05. – 09.05.2024	09.05.2024
4	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	10.05 – 13.05.2024	13.05.2024
5	Написання 3 розділу кваліфікаційної роботи	14.05 – 19.05.2024	19.05.2024
6	Подання кваліфікаційної роботи на плагіат	20.05.2024	20.05.2024
7	Попередній захист кваліфікаційної роботи у комісії	28.05.2024	28.05.2024
8	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	29.05.2024	29.05.2024
9	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	03.06-14.06.2024	___.06.2024

6. Дата видачі завдання: 22 вересня 2023 року

Керівник кваліфікаційної роботи _____

Василь КИФЯК

Завдання прийняв до виконання студент _____

Олександр ЛАЛО

Відгук керівника кваліфікаційної роботи

За час виконаних наукових досліджень здобувач визначив перелік питань, які висвітлені в низці відповідей у поставлених завданнях роботи. Такий підхід, безумовно, посилює її значення. Автором у роботі розкриті теоретико-методологічні аспекти дослідження міжнародного туризму з урахуванням умов невизначеності, здійснено моніторинг сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності. Зокрема, студент запропонував шляхи розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності: визначив перспективні напрями розвитку

туристичних послуг в Україні, запропонував удосконалення стратегічних напрямків відновлення економічного потенціалу суб'єктів сфери послуг в умовах невизначеності.

Отже, проаналізовані та запропоновані здобувачем кваліфікаційної роботи теоретичні розробки та рекомендації стосовно розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності є актуальними та практично орієнтованими для діяльності практиків сфери послуг, а також цінними у загальному підході аналогічних практичних рекомендацій для науковців у галузі туризмознавства. Виконана кваліфікаційна робота Олександра Лало рекомендується до захисту на позитивну оцінку.

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (підпис, дата)

Висновок про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота студента Олександра Лало може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри

_____ *Каріна ПАЛАМАРЕК*

« ____ » _____ 20__ р.

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
ІНСТИТУТ ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**ІНФОРМАЦІЙНА КАРТА ТА АНОТАЦІЯ НА
КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Студента (ки) Олександра Лало
Кафедра харчових технологій, готельно-ресторанного і
туристичного сервісу
Спеціальність 242 «Туризм»

**Тема проекту: РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В
УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

Керівник роботи: Василь КИФЯК
Термін захисту «__»_____20__р.
Робота захищена з оцінкою: _____

Анотація

У даній кваліфікаційній роботі розкрито сутність та еволюційний розвиток міжнародного туризму, наведено класифікацію міжнародного туризму; сформульовано напрямки та тренди розвитку туристичного бізнесу в Україні та світі з урахуванням кризових факторів; проаналізовано динаміку розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності, оцінено стан міжнародного туризму в Україні в умовах війни, узагальнено перспективні напрями розвитку туристичних послуг в Україні; визначено стратегічні перспективи відновлення економічного потенціалу суб'єктів індустрії гостинності і туризму в Україні в умовах невизначеності.

Практична значимість роботи. Результати проведеного дослідження створюють основу для подальших досліджень й практичного вирішення проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах невизначеності і можуть бути використані ним у процесі забезпечення його інноваційного розвитку на майбутній період.

Ключові слова: міжнародний туризм, потенціал, інноваційний розвиток, ринок туристичних послуг, пандемія, стратегія.

The summary

In this qualification work, the essence and evolutionary development of international tourism is revealed, the classification of international tourism is given; the directions and trends of tourism business development in Ukraine and the world are formulated, taking into account crisis factors; analyzed the dynamics of the development of international tourism in Ukraine in conditions of uncertainty, assessed the state of international tourism in Ukraine in conditions of war, summarized promising directions for the development of tourist services in Ukraine; the strategic prospects of restoring the economic potential of the subjects of the hospitality and tourism industry in Ukraine in conditions of uncertainty are determined.

Practical significance of the work. The results of the conducted research create a basis for further research and a practical solution to the problem of the development of international tourism in Ukraine in conditions of uncertainty and can be used by him in the process of ensuring its innovative development for the future period.

Key words: international tourism, potential, innovative development, tourist services market, pandemic, strategy.