

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

Факультет	Технології вина та туристичного бізнесу
Кафедра	Туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Міжнародний туризм



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
на тему «Проблеми та перспективи розвитку світового ринку
туристичних послуг в умовах нестабільної геополітичної ситуації»

Здобувачка
Демус Є.С.
5 курсу групи МТз- 51

Керівник: зав.каф. ТБ та Р,
д.е.н., професор
Добрянська Н.А.

Консультант:
професор каф. ЦТФО
Добрянська Н.А.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту
Рішення кафедри від 3 червня 2024 р., протокол № 9
Завідувачка кафедри ТБтаР _____

Наталя ДОБРЯНСЬКА

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ	
Факультет	Технології вина та туристичного бізнесу
Кафедра	Туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри ТБтаР

Наталя ДОБРЯНСЬКА

15 вересня 2023 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Демус Єлизаветі Сергіївні

1. Тема роботи: Проблеми та перспективи розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах нестабільної геополітичної ситуації
Затверджена наказом ОНТУ від «5» вересня 2023 р. № 502-03.
2. Термін здачі здобувачкою закінченої роботи «1» червня 2024 р.
3. Вихідні дані роботи: підручники, монографії та наукові статті з туризму, геополітики, закони, політичні декларації, стратегії розвитку туризму та інші документи національних та міжнародних рівнів.
4. Перелік питань, які потрібно розробити:
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи дослідження ринку туристичних послуг
РОЗДІЛ 2. Аналіз впливу геополітичної нестабільності на світовий ринок туристичних послуг
РОЗДІЛ 3. Стратегії адаптації та перспективи розвитку світового ринку туристичних послуг
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Презентація до кваліфікаційної роботи (20 слайдів)

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи, що стосуються їх

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	Наталя ДОБРЯНСЬКА	15.09.2023р	20.05.2024р

7. Дата видачі завдання 15.09.2023р.

Керівник _____ Добрянська Н.А.

Завдання прийняла до виконання _____ Демус Є.С.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Отримання теми для кваліфікаційної роботи	05.09.2023	виконано
2.	Затвердження плану кваліфікаційної роботи	15.09.2023	виконано
3.	Надання 1 розділу на перевірку	09.03.2024	виконано
4.	Надання 2 розділу на перевірку	21.04.2024	виконано
5.	Надання 3 розділу на перевірку	05.05.2024	виконано
6.	Формування висновку, списку використаних джерел, додатків	10.05.2024	виконано
7.	Здача закінченої кваліфікаційної роботи	31.05.2024	виконано
8.	Розробка презентації	01.06.2024	виконано

Здобувач-дипломник _____ Демус Є.С.

Керівник роботи _____ Добрянська Н.А.

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник _____ Демус Є.С.

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 76 сторінок, 9 таблиць, 10 рисунків, список літератури з 64 найменувань, 4 додатки.

Розгляд проблем та перспектив розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах нестабільної геополітичної ситуації дозволив виявити основні виклики та можливості для галузі. Це сприяло розробці ефективних стратегій для подолання криз та забезпечення стійкого розвитку туризму у майбутньому.

Мета виконання кваліфікаційної роботи полягає у всебічному дослідженні та аналізі впливу геополітичної нестабільності на світовий ринок туристичних послуг з метою розробки рекомендацій щодо адаптації та розвитку галузі в умовах кризових ситуацій.

Конкретні завдання, що впливають з цієї мети, включають:

- Ідентифікація основних проблем.
- Оцінка економічних наслідків.
- Аналіз тенденцій розвитку.
- Розробка стратегій адаптації.
- Дослідження ролі технологій.
- Підготовка практичних рекомендацій.

Отримані результати можуть стати важливим інструментом для розробки ефективних та стійких стратегій управління туристичною галуззю в умовах геополітичної нестабільності. А також послужити основою для прийняття рішень та розробки стратегій на різних рівнях: бізнес-сфера, урядові органи, міжнародні організації, академічна спільнота, громадські організації.

Рік захисту роботи 2024

ANNOTATION

to the qualification work of a bachelor

The work contains 76 pages, 9 tables, 10 figures, a bibliography of 64 items, 4 appendices.

Examining the problems and prospects for the development of the world market of tourist services in the conditions of an unstable geopolitical situation made it possible to identify the main challenges and opportunities for the industry. This contributed to the development of effective strategies for overcoming crises and ensuring the sustainable development of tourism in the future.

The purpose of the qualification work is a comprehensive study and analysis of the impact of geopolitical instability on the world market of tourist services in order to develop recommendations for adaptation and development of the industry in crisis situations.

Specific tasks arising from this objective include:

- Identification of the main problems.
- Assessment of economic consequences.
- Analysis of development trends.
- Development of adaptation strategies.
- Exploring the role of technology.
- Preparation of practical recommendations.

The obtained results can become an important tool for the development of effective and sustainable strategies for managing the tourism industry in conditions of geopolitical instability. And also serve as a basis for decision-making and development of strategies at various levels: the business sphere, government bodies, international organizations, the academic community, public organizations.

The year of job protection is 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1	
Теоретичні основи дослідження ринку туристичних послуг.....	11
1.1 Поняття і структура світового ринку туристичних послуг.....	11
1.2 Основні фактори впливу на розвиток туристичної галузі	18
1.3 Теоретичні підходи до вивчення геополітичної нестабільності та її впливу на туризм	25
Висновки до 1 розділу.....	32
РОЗДІЛ 2	
Аналіз впливу геополітичної нестабільності на світовий ринок туристичних послуг.....	33
2.1 Характеристика сучасної геополітичної ситуації у світі	33
2.2 Основні виклики та загрози для туристичної галузі в умовах геополітичної нестабільності	38
2.3 Аналіз змін у туристичних потоках під впливом геополітичних криз	44
Висновки до 2 розділу.....	50
РОЗДІЛ 3	
Стратегії адаптації та перспективи розвитку світового ринку туристичних послуг.....	51
3.1 Стратегії адаптації та управління ризиками в туристичній галузі	51
3.2 Впровадження технологій та інновацій у подоланні викликів геополітичної нестабільності	61
3.3 Розробка рекомендацій для туристичних компаній та урядових органів у нестабільних геополітичних умовах.....	67
Висновки до 3 розділу.....	73
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77
ДОДАТКИ.....	85

ВСТУП

Актуальність кваліфікаційної роботи. Геополітичні конфлікти, війни, терористичні акти та політична нестабільність значно впливають на туристичну галузь. Такі події можуть призводити до зменшення туристичних потоків, зміни маршрутів та переорієнтації туристів на більш безпечні напрямки. Аналіз цих впливів дозволяє краще розуміти механізми реагування ринку на кризові ситуації. Туризм є важливою складовою світової економіки, що створює робочі місця і стимулює розвиток суміжних галузей. Вивчення економічних наслідків нестабільності дозволяє передбачати зміни у глобальному ринку праці та економічному розвитку регіонів, що залежать від туризму. Технологічні інновації, такі як розвиток онлайн-платформ для бронювання, віртуальний туризм, використання штучного інтелекту та баз даних, трансформують туристичну індустрію. В умовах нестабільності ці технології можуть відігравати ключову роль у підтримці і розвитку ринку.

Аналіз проблем та перспектив розвитку ринку в умовах нестабільності дозволяє розробляти ефективні стратегії для управління ризиками. Це важливо для туристичних компаній, урядів та міжнародних організацій, які прагнуть забезпечити стабільний розвиток і конкурентоспроможність на ринку.

Глобальні екологічні проблеми та потреба у стійкому розвитку також є важливими аспектами. Туристична галузь повинна адаптуватися до вимог щодо зниження екологічного впливу, що ускладнюється геополітичною нестабільністю.

Розгляд проблем та перспектив розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах нестабільної геополітичної ситуації дозволяє виявити основні виклики та можливості для галузі. Це сприяє розробці ефективних стратегій для подолання криз та забезпечення стійкого розвитку туризму у майбутньому.

Таким чином, дана кваліфікаційна робота є актуальною і значущою як для наукового дослідження, так і для практичного застосування у сфері туризму.

Мета виконання кваліфікаційної роботи полягає у всебічному дослідженні та аналізі впливу геополітичної нестабільності на світовий ринок туристичних послуг з метою розробки рекомендацій щодо адаптації та розвитку галузі в умовах кризових ситуацій.

Конкретні завдання, що впливають з цієї мети, включають:

- Ідентифікація основних проблем.
- Оцінка економічних наслідків.
- Аналіз тенденцій розвитку.
- Розробка стратегій адаптації.
- Дослідження ролі технологій.
- Підготовка практичних рекомендацій.

Досягнення цієї мети дозволить глибше зрозуміти вплив геополітичної нестабільності на світовий ринок туристичних послуг та сприятиме розробці ефективних стратегій для подолання викликів та використання нових можливостей у цій важливій економічній галузі.

Предметом даної роботи є комплексний аналіз впливу геополітичної нестабільності на різні аспекти функціонування та розвитку світового ринку туристичних послуг, з метою розробки рекомендацій для подолання викликів та забезпечення стійкого розвитку галузі.

Для досягнення цілей дослідження в кваліфікаційній роботі використовувалися наступні методи: аналіз і синтез, порівняльний аналіз, статистичний метод, SWOT-аналіз, літературний огляд, документальний аналіз. Використання цих методів дозволило провести всебічне дослідження проблем та перспектив розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах нестабільної геополітичної ситуації та сформувані обґрунтовані рекомендації для подолання викликів і забезпечення стійкого розвитку галузі.

Новизна отриманих результатів полягає в їхній комплексності, актуальності та практичній значущості для розвитку туристичної галузі в умовах нестабільної геополітичної ситуації.

Інформаційна база дослідження включала широкий спектр джерел і даних, які допомагали зробити аналіз об'єктивним і дослідження повним, а саме підручники, монографії та наукові статті з туризму, геополітики, економіки, менеджменту та інших суміжних галузей, спеціалізовані наукові видання, де публікуються результати останніх досліджень з тематики туризму та геополітики, дані міжнародних організацій, національних статистичних служб та інших джерел щодо туристичних потоків, фінансових показників та інших аспектів туристичної галузі, закони, політичні декларації, стратегії розвитку туризму та інші документи національних та міжнародних рівнів.

Ця різноманітність джерел надала роботі об'єктивну та досконалу базу для аналізу проблем та перспектив розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах нестабільної геополітичної ситуації.

Апробація результатів наукового дослідження. Окремі положення наукового дослідження було включено та апробовано на V міжнародному конкурсі студентських науково-дослідних робіт з економіки, який відбувся 24 листопада 2023 року, організований Науково-дослідним Центром «Прогрес» при Комратському державному університеті, Республіка Молдова. Наукова робота на тему «Organizational and economic mechanism of wine tourism management» (Додаток А).

Практична цінність роботи. У результаті проведеної роботи надано конкретні стратегії та рекомендації для туристичних компаній щодо адаптації до умов нестабільної геополітичної ситуації. Це допомагає підприємствам зменшити вплив кризових ситуацій на їх діяльність та підтримує стійкий розвиток бізнесу. Дослідження може служити основою для формулювання політики у сфері туризму та допомагати урядам в прийнятті рішень щодо розвитку галузі в умовах нестабільної геополітичної ситуації.

Отримані результати можуть стати важливим інструментом для розробки ефективних та стійких стратегій управління туристичною галуззю в умовах геополітичної нестабільності. А також послужити основою для прийняття рішень та розробки стратегій на різних рівнях: бізнес-сфера, урядові органи, міжнародні організації, академічна спільнота, громадські організації.

Робота складається з вступу, 3 розділів, висновків. Містить 76 сторінок основного тексту, 10 рисунків, 9 таблиць. Список джерел включає 64 найменувань літератури.

РОЗДІЛ 1

Теоретичні основи дослідження ринку туристичних послуг

1.1 Поняття і структура світового ринку туристичних послуг

Туристичні послуги – це комплекс послуг, які надаються туристам з метою забезпечення їхніх потреб під час подорожей та перебування поза місцем постійного проживання. Ці послуги охоплюють широкий спектр діяльностей, які спрямовані на задоволення потреб туристів у проживанні, харчуванні, транспорті, розвагах, інформації, безпеці та інших аспектах [21].

Туристичні послуги можна визначити як послуги, які надаються з метою забезпечення комфортного та безпечного перебування туристів у певному місці або під час подорожі.

Туристичні послуги охоплюють широкий спектр діяльностей, які спрямовані на задоволення потреб туристів під час їхніх подорожей.

Кожна з цих категорій послуг грає важливу роль у забезпеченні позитивного досвіду туристів під час їхніх подорожей, забезпечуючи їхні потреби та сприяючи задоволенню їх очікувань від відпочинку чи поїздки.

Туристичні послуги відіграють ключову роль у формуванні туристичного продукту та впливають на загальний досвід і задоволення туристів під час їхніх подорожей. Їх якість та доступність є важливими факторами у виборі туристичних напрямків та формуванні туристичних потоків [22].

Класифікація світового ринку туристичних послуг

Категорії послуг	Характеристика
Транспортні послуги	Авіаційні перевезення: послуги авіакомпаній, що забезпечують перевезення туристів на внутрішніх та міжнародних рейсах. Наземні перевезення: послуги автобусів, поїздів, таксі та оренди автомобілів. Водні перевезення: послуги круїзних лайнерів, поромів та інших водних транспортних засобів.
Послуги розміщення	Готелі та мотелі: надання місць для проживання з різним рівнем комфорту та сервісу. Альтернативні види розміщення: апартаменти, хостели, кемпінги, оренда приватних житлових приміщень (наприклад, через Airbnb).
Послуги харчування	Ресторани та кафе: забезпечення харчуванням туристів у місцях їх перебування. Спеціалізовані послуги харчування: організація банкетів, тематичних вечерь, кейтеринг.
Екскурсійні та розважальні послуги	Екскурсії та тури: організація групових та індивідуальних екскурсій, турів по містах, музеях, природних парках тощо. Розважальні заходи: відвідування театрів, концертів, спортивних подій, тематичних парків.
Інформаційні послуги	Туристичні агентства: надання інформації про подорожі, бронювання квитків, організація турів. Інформаційні центри: надання туристам довідкової інформації, карт, путівників.
Послуги супроводу	Гіди та екскурсоводи: професійний супровід туристів під час екскурсій та турів. Туристичні супроводжуючі: забезпечення безпеки та комфорту туристів під час подорожей.
Послуги з організації дозвілля	Рекреаційні послуги: організація активного відпочинку, спорту, оздоровлення (йога, фітнес, спа-процедури). Культурні послуги: організація відвідування культурних об'єктів, участь у місцевих святах та фестивалях.
Страхові та медичні послуги	Медичне страхування: забезпечення туристів страховкою на випадок захворювань або нещасних випадків. Медична допомога: надання медичних послуг у випадку необхідності під час подорожі.
Додаткові послуги	Обмін валют: забезпечення туристів можливістю обміну валюти. Послуги зв'язку: забезпечення доступу до інтернету, мобільного зв'язку.

Основні характеристики туристичних послуг включають специфічні особливості, які відрізняють їх від інших видів послуг і товарів:

- Туристичні послуги не можуть бути відчутні на дотик чи оглянуті до їхнього споживання. Туристи купують не сам продукт, а досвід, який він забезпечує.
- Виробництво та споживання туристичних послуг відбуваються одночасно. Наприклад, послуги гіда або екскурсії надаються й споживаються одночасно з їх проведенням.
- Туристичні послуги тісно пов'язані з місцем їх надання. Наприклад, готельні послуги можуть бути спожиті лише у конкретному готелі, а екскурсії – лише у певному місці.
- Якість туристичних послуг може змінюватися залежно від багатьох факторів, включаючи рівень обслуговування, настроїв персоналу, сезонність та індивідуальні потреби туристів. Це означає, що одна й та сама послуга може бути сприйнята по-різному різними клієнтами або в різний час.
- Попит на туристичні послуги часто залежить від сезону, святкових періодів, кліматичних умов, що спричиняє коливання в завантаженості туристичних об'єктів і підприємств. Наприклад, пляжні курорти популярніші влітку, а гірськолижні – взимку.
- Важко створити унікальний туристичний продукт, який значно відрізнявся б від конкурентів, через стандартність багатьох послуг (готель, транспорт, харчування). Однак, додаткові елементи сервісу можуть стати вирішальними для конкурентоспроможності.
- Туристичні послуги не можна зберігати або нагромаджувати для подальшого використання. Якщо місце у готелі чи квиток на рейс не були продані, втрачені можливості вже не можна відновити.
- Якість наданих послуг значною мірою залежить від персоналу, який їх надає. Навички, ввічливість та професіоналізм працівників мають значний вплив на загальний досвід туристів.
- Туристичні послуги часто адаптуються під конкретні потреби та побажання клієнтів, що вимагає індивідуального підходу та гнучкості з боку постачальників послуг.

- Туристичні послуги пов'язані з емоційними переживаннями клієнтів. Досвід відпочинку або подорожі має важливий емоційний вплив, і задоволення від послуги часто залежить від загального враження та атмосфери.

- Туристичні послуги часто включають взаємодію представників різних культур, що вимагає знання мов, розуміння культурних відмінностей і врахування специфічних потреб різних національностей [23].

Розуміння та ефективне управління цими характеристиками є ключовим для успішної діяльності в туристичній галузі, оскільки вони визначають специфіку надання туристичних послуг та їх сприйняття клієнтами.

Світовий ринок туристичних послуг є багатогранною та складною системою, що складається з різних сегментів і субсегментів, які забезпечують різноманітні потреби туристів. Структура цього ринку включає:

1. Туристичні дестинації є основними елементами ринку і включають країни, регіони, міста та інші місця, які приваблюють туристів. Вони поділяються на різні типи залежно від особливостей і привабливих факторів:

- Міста з багатою історією, археологічні об'єкти, музеї, пам'ятки архітектури.

- Національні парки, природні заповідники, пляжі, гори, озера.

- Пляжні курорти, гірськолижні курорти, термальні курорти.

- Мегаполіси з розвинутою інфраструктурою для шопінгу, розваг, бізнесу.

2. Туристичні агентства та оператори - це організації, що займаються плануванням, організацією та продажем туристичних пакетів і послуг.

- Туроператори - розробляють туристичні продукти (тури), що включають транспорт, розміщення, екскурсії та інші послуги, і продають їх через туристичні агентства або напряму споживачам.

- Туристичні агентства - реалізують туристичні продукти, надають консультаційні послуги, допомагають з вибором турів, бронюванням квитків і готелів.

3. Транспортні компанії забезпечують перевезення туристів до DESTИНАЦІЙ та між ними.

- Авіакомпанії пропонують міжнародні та внутрішні авіаперельоти.
- Залізничні компанії - надання залізничних перевезень на короткі та довгі дистанції.

• Автобусні перевізники пропонують міжміські та екскурсійні автобусні перевезення.

- Круїзні лінії організують круїзні подорожі на кораблях.
- Рент-а-кар компанії забезпечують оренду автомобілів.

4. Готельно-ресторанний сектор забезпечує розміщення та харчування туристів.

• Готелі та курорти - пропонують різні рівні комфорту від бюджетних до люксових варіантів.

- Гостелі - надають економні варіанти розміщення.
- Ресторани та кафе - пропонують місцеву та міжнародну кухню.
- Оренда житла - приватні квартири, будинки, апартаменти, орендовані через платформи типу Airbnb.

5. Екскурсійні та розважальні послуги – це організації, що надають дозвілля та розваги для туристів.

- Екскурсійні компанії - пропонують групові та індивідуальні екскурсії.
- Розважальні центри - тематичні парки, аквапарки, зоопарки.
- Культурні установи - музеї, театри, галереї, концертні зали.

6. Інфраструктура та супутні послуги – це елементи, що забезпечують підтримку і комфорт туристів.

• Туристичні інформаційні центри - надають інформацію, карти, путівники.

- Банківські послуги - обмін валют, банкомати, послуги кредитних карт.
- Медичні послуги - страхування, медичні центри та клініки.
- Послуги зв'язку – це Інтернет, мобільний зв'язок, оренда пристроїв.

7. В епоху цифрових технологій важливу роль відіграють онлайн платформи та сервіси.

- Онлайн туристичні агенції - платформи для бронювання квитків, готелів, турів (наприклад, Booking.com, Expedia).
- Туристичні блоги та форуми - надають відгуки, поради, інформацію від мандрівників.
- Мобільні додатки – це інформаційні сервіси, навігатори, гід.

8. Державні та міжнародні організації – це організації, що регулюють та підтримують туристичну індустрію, розробляють політики, спрямовані на розвиток туризму (Всесвітня туристична організація (UNWTO), Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA)) [24].

Кожен із зазначених сегментів грає важливу роль у загальній структурі ринку туристичних послуг, забезпечуючи комплексний підхід до задоволення потреб туристів та сприяючи розвитку туристичної галузі на глобальному рівні.

Туристичні ринки можна класифікувати за географічними ознаками, що дозволяє розділити їх на регіональні, національні та міжнародні ринки. Ця класифікація допомагає краще зрозуміти особливості попиту та пропозиції в різних частинах світу та ефективніше планувати туристичну діяльність.

1. Регіональні туристичні ринки охоплюють обмежені географічні території, часто всередині однієї країни або в межах декількох суміжних країн.

Внутрішньорегіональні ринки - туристичні потоки всередині одного регіону або області. Наприклад, подорожі жителів Західної України по Карпатському регіону.

Міжрегіональні ринки - туристичні потоки між різними регіонами в межах однієї країни. Наприклад, подорожі жителів Києва до південних областей України.

Особливості:

- Зазвичай короткі дистанції подорожей.
- Відносно низькі витрати на транспорт.

- Високий рівень знайомства туристів з місцевою культурою і мовою.
- Переважно вихідні тури та короткострокові поїздки.

2. Національні туристичні ринки охоплюють туристичні потоки в межах однієї країни. Це включає внутрішній туризм, де громадяни подорожують всередині своєї країни.

Особливості:

- Покриває всі регіони країни, включаючи столицю, великі міста, курорти, історичні та культурні центри.
- Туристи зазвичай знайомі з мовою, культурою та законами.
- Різноманітність туристичних продуктів: культурні, екологічні, спортивні, рекреаційні тури.
- Важлива роль державної політики у розвитку інфраструктури та промоції туризму.

3. Міжнародні туристичні ринки охоплюють туристичні потоки між різними країнами. Вони поділяються на вихідний туризм (туристи виїжджають з рідної країни) та в'їзний туризм (туристи приїжджають до іншої країни).

Особливості:

- Включають міжконтинентальні та міжрегіональні подорожі.
- Високі витрати на транспорт та інші супутні послуги.
- Туристи стикаються з іншими мовами, культурами, законодавчими і фінансовими системами.
- Різноманітність туристичних продуктів: екзотичні тури, круїзи, бізнес-подорожі, навчальні тури.
- Значна роль міжнародних організацій та угод у полегшенні подорожей (наприклад, угоди про безвізовий режим) [25].

Регіональні – це туристичні потоки всередині Європейського Союзу, де громадяни подорожують між країнами-членами.

Національні – це внутрішній туризм у США, де громадяни подорожують між штатами.

Міжнародні – це туристичні потоки з Європи до Південно-Східної Азії, де туристи з різних європейських країн подорожують до Таїланду, В'єтнаму, Індонезії.

Класифікація туристичних ринків за географічними ознаками дозволяє більш точно планувати туристичну діяльність, розробляти спеціалізовані туристичні продукти та ефективніше просувати їх на відповідних ринках.

1.2 Основні фактори впливу на розвиток туристичної галузі

Розвиток туристичної галузі залежить від багатьох факторів, які можуть як сприяти її зростанню, так і стримувати. Основні фактори можна поділити на економічні, політичні, соціальні, технологічні, екологічні та інфраструктурні.

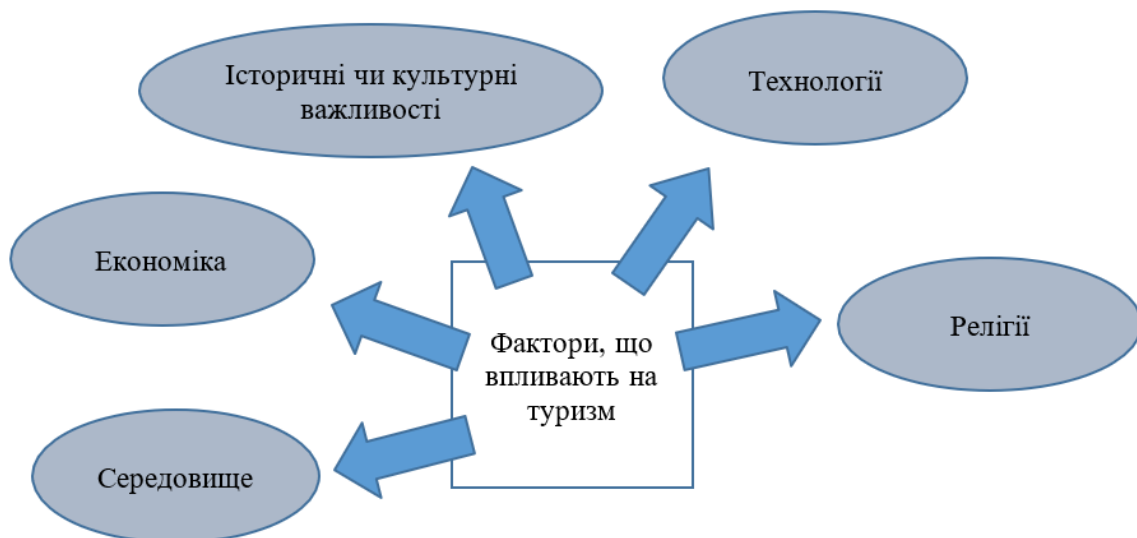


Рис. 1.1 Фактори впливу на розвиток туристичної галузі

Рівень доходів населення є одним з ключових економічних факторів, що визначають можливість і бажання людей подорожувати. Зі збільшенням

доходів люди мають більше можливостей витратити гроші на дозвілля, включаючи подорожі. Високий рівень доходів дозволяє більше витратити на якісні туристичні послуги, такі як готелі високого класу, екскурсії, ресторани тощо. Навпаки, в періоди економічних криз, коли доходи населення знижуються, туристичний попит може суттєво скоротитися [31].

Вартість туристичних послуг, включаючи транспорт, проживання, харчування та розваги, значно впливає на доступність та привабливість DESTИНАЦІЙ. Доступні ціни можуть стимулювати туристичний попит, особливо серед бюджетних мандрівників. У той же час, високі ціни можуть обмежувати кількість туристів або змушувати їх шукати альтернативні, більш економічні варіанти відпочинку. Тому ціноутворення є важливим аспектом маркетингової стратегії туристичних компаній і DESTИНАЦІЙ.

Коливання обмінних курсів валют також впливають на туристичний ринок. Сприятливий обмінний курс може зробити поїздки до певної країни більш вигідними для іноземних туристів, що стимулює приплив туристів і зростання доходів від туризму. З іншого боку, несприятливий курс може зробити подорожі дорожчими і менш привабливими для туристів з інших країн. Наприклад, ослаблення національної валюти може привабити більше іноземних туристів, оскільки їхні витрати на місці стануть дешевшими.

Економічна стабільність країни сприяє розвитку туристичної галузі. В умовах стабільної економіки інвестори охочіше вкладають кошти в розвиток туристичної інфраструктури, такі як будівництво готелів, розвиток транспортної мережі, покращення туристичних об'єктів. Економічна стабільність також підвищує довіру туристів до безпеки своїх поїздок, що стимулює зростання туризму. У періоди економічної нестабільності, навпаки, можуть виникати проблеми з фінансуванням туристичних проєктів, а туристи можуть віддавати перевагу менш витратним видам відпочинку або взагалі відмовлятися від поїздок [32].

Інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури, такої як будівництво готелів, транспортних вузлів, туристичних атракцій, безпосередньо впливають

на привабливість дестинації. Добре розвинена інфраструктура забезпечує комфорт та безпеку туристів, що підвищує їхнє задоволення від подорожі та сприяє зростанню повторних відвідувань. Крім того, інвестиції в інфраструктуру створюють нові робочі місця, що позитивно впливає на місцеву економіку.

Економічні фактори мають вирішальне значення для розвитку туристичної галузі. Вони визначають можливості та обмеження для туристів, впливають на попит і пропозицію на ринку туристичних послуг та сприяють або перешкоджають залученню інвестицій в інфраструктуру. Розуміння цих факторів допомагає приймати обґрунтовані рішення для підтримки і розвитку туризму на різних рівнях – від локального до глобального.

Соціально-демографічні зміни, такі як зміни в структурі населення, старіння населення, зростання середнього класу, впливають на туристичну галузь. Наприклад, старіння населення може призвести до збільшення попиту на туристичні послуги для людей похилого віку, такі як медичний туризм або туризм для пенсіонерів. Зростання середнього класу може сприяти збільшенню попиту на подорожі, оскільки більше людей матимуть можливість витратити гроші на туристичні відпустки [41].

Освітній рівень населення також впливає на туристичну активність. Люди з вищим рівнем освіти частіше подорожують та проявляють більший інтерес до культурних та освітніх подій. Вони можуть бути більш обізнані з історією та культурою різних країн, що стимулює попит на культурний туризм, музеї, виставки тощо.

Мода та тренди також впливають на туристичну галузь. Певні напрямки відпочинку можуть ставати модними і популярними завдяки рекламі, медіа або соціальним мережам. Наприклад, зростає популярність еко-туризму, пригодницького туризму, кулінарного туризму та інших специфічних видів відпочинку.

Зміни в стилі життя також впливають на туристичну активність. Зростання урбанізації та зміни в структурі робочого часу можуть призвести до

зміни відпочинкових звичок. Наприклад, люди можуть виявляти більший інтерес до короткострокових відпусток, міських відпочинкових площадок та розважальних заходів в недалеких від міста місцях.

Соціальні фактори грають важливу роль у формуванні попиту на туристичні послуги та визначенні тенденцій у туризмі. Розуміння цих факторів допомагає туристичним компаніям та DESTИНАЦІЯМ адаптуватися до змін у вимогах та інтересах споживачів, а також розробляти більш ефективні маркетингові стратегії.

Політична стабільність є ключовим фактором для розвитку туризму. Умови політичної стабільності та безпеки в країні впливають на рішення туристів про вибір місця для відпочинку. Туристи шукають дестинації, де вони можуть відчувати себе безпечно і захищено, тому політичні та соціальні конфлікти можуть відлякати туристів і впливати на рівень туристичної активності в країні.

Візова політика країни також впливає на туристичну галузь. Складні візові вимоги або високі вартості віз можуть ускладнювати процес подорожей та відлякують потенційних туристів. На відміну від цього, спрощення візових процедур та безвізовий в'їзд для певних категорій громадян можуть стимулювати туристичний попит та збільшувати кількість приїжджих туристів [36].

Державна підтримка туристичної галузі включає в себе різноманітні заходи, такі як фінансова підтримка, рекламні кампанії, інвестиції в інфраструктуру та заходи безпеки. Урядова підтримка може сприяти розвитку туризму, залучати інвестиції та збільшувати конкурентоспроможність країни як туристичного напрямку.

Законодавчі акти, податкові політики та інші регуляторні заходи можуть впливати на розвиток туристичної галузі. Наприклад, прийняття законів, спрямованих на захист довкілля або заборону певних видів туризму, може впливати на види та обсяги туристичних послуг. Податкові ставки також можуть впливати на витрати туристів та на прибутки туристичних компаній.

Політичні та правові фактори мають значний вплив на розвиток туристичної галузі. Політична стабільність, візова політика, державна підтримка та регуляторні заходи формують умови для розвитку туризму та визначають конкурентні переваги країни на міжнародному туристичному ринку. Розуміння цих факторів допомагає туристичним компаніям та державам приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку та просування туризму.

З поширенням Інтернету та мобільних технологій туристи отримали широкий доступ до інформації про подорожі. Вони можуть шукати, порівнювати та бронювати готелі, квитки на транспорт, екскурсії та інші послуги в будь-якому місці та в будь-який час. Це сприяє зростанню самостійного туризму та збільшенню конкуренції серед туристичних компаній [21].

Технології геопозиціонування, такі як GPS, а також мобільні додатки для навігації, допомагають туристам зорієнтуватися в незнайомих місцях, знаходити цікаві місця та визначати оптимальні маршрути. Це полегшує подорожі та робить їх більш комфортними для туристів.

Віртуальна реальність та доповнена реальність відкривають нові можливості для туристичної індустрії. Туристи можуть зазирнути в місця, які вони планують відвідати, за допомогою віртуальних турів або віртуальних додатків. Це дозволяє їм заздалегідь оцінити атмосферу та архітектуру місця та прийняти більш обґрунтовані рішення про свої подорожі.

Аналітика та Big Data - збір та аналіз великих обсягів даних дозволяє туристичним компаніям краще розуміти потреби та попит туристів, прогнозувати тенденції та розробляти персоналізовані пропозиції. Це допомагає підвищити ефективність маркетингових кампаній та забезпечити кращий сервіс для клієнтів.

Технологічні інновації грають важливу роль у розвитку туристичної галузі. Інтернет, мобільні технології, геопозиціонування, віртуальна

реальність, аналітика та Big Data створюють нові можливості для туристичних компаній та полегшують подорожі для туристів.

Таблиця 1.2

Основні фактори впливу на розвиток туристичної галузі

Фактори	Загальна характеристика
Економічні фактори	<p>Збільшення доходів підвищує можливість витратити кошти на подорожі, тоді як економічні кризи можуть зменшувати туристичну активність.</p> <p>Ціни на транспорт, проживання, харчування та розваги впливають на рішення туристів.</p> <p>Коливання валютних курсів можуть зробити певні дестинації більш або менш привабливими для іноземних туристів.</p> <p>Стабільна економічна ситуація сприяє інвестиціям в туристичну інфраструктуру та розвиток галузі.</p>
Політичні фактори	<p>Політична стабільність та безпека в країні приваблюють туристів, тоді як конфлікти та нестабільність відлякують їх.</p> <p>Спрощення візових режимів сприяє збільшенню туристичних потоків.</p> <p>Урядові програми підтримки туризму, промоція країни на міжнародному рівні, інвестиції в інфраструктуру та заходи сприяють розвитку галузі.</p> <p>Законодавчі акти, податкові політики та інші регуляції можуть як сприяти, так і стримувати розвиток туризму.</p>
Соціальні фактори	<p>Зміни в структурі населення, такі як старіння, зростання середнього класу, впливають на попит на різні види туризму.</p> <p>Вищий рівень освіти та обізнаність населення сприяють збільшенню інтересу до культурного та освітнього туризму.</p> <p>Популярність певних дестинацій або видів відпочинку (наприклад, еко-туризм, пригодницький туризм) впливає на туристичний попит.</p> <p>Урбанізація, зміни в структурі робочого часу, збільшення тривалості відпусток сприяють зростанню туризму.</p>
Технологічні фактори	<p>Інновації в авіаційній, залізничній, автомобільній та морській галузях роблять подорожі швидшими, зручнішими та доступнішими.</p> <p>Інтернет, мобільні додатки, онлайн-бронювання, соціальні мережі сприяють плануванню подорожей, обміну досвідом та інформацією.</p> <p>Нові технології дозволяють потенційним туристам віртуально відвідувати місця перед реальними поїздками, що може вплинути на їх вибір.</p>
Екологічні фактори	<p>Природні катастрофи, кліматичні зміни, рівень забруднення можуть значно впливати на туристичні потоки.</p> <p>Зростаючий інтерес до збереження природи та екологічно чистих турів впливає на розвиток екотуризму.</p> <p>Кліматичні умови та сезонні зміни впливають на туристичну активність у певних регіонах.</p>
Інфраструктурні фактори	<p>Якість доріг, доступність аеропортів, залізничних станцій, портів впливає на зручність подорожей.</p> <p>Рівень розвитку готелів, ресторанів, розважальних закладів впливає на комфорт і привабливість дестинацій.</p> <p>Наявність інформаційних центрів, туристичних маршрутів, знаків, місць для паркування, доступ до інтернету тощо.</p>

Розуміння та використання технологій допомагає бізнесу та державам ефективно відповідати на потреби та очікування сучасного туриста.

Туристична діяльність може мати значний вплив на навколишнє середовище, включаючи забруднення повітря, води та ґрунтів, втрату біорізноманіття та деградацію природних ландшафтів. Тому важливо розвивати туризм, зосереджуючись на збереженні та охороні природних ресурсів, використовуючи екологічно чисті технології та практики.

Зростання інтересу до екологічно чистого та сталого туризму сприяє розвитку екологічно орієнтованих туристичних продуктів та послуг. Екологічний туризм сприяє збереженню природи та культурного спадку, сприяє розвитку маленьких місцевих громад, залучає увагу до проблеми екологічного збереження [50].

Ефективне управління туристичними місцями є ключовим фактором для збереження природних та культурних цінностей. Це включає в себе розробку та виконання планів управління туристичними ресурсами, встановлення правил та обмежень для мінімізації негативного впливу туристичної діяльності.

Сталий розвиток туризму передбачає забезпечення збалансованого використання природних ресурсів, захист екологічно чутливих областей та сприяння місцевому економічному та соціокультурному розвитку. Стале розвиток туризму враховує потреби сучасних туристів, не піддаючи ризику можливості майбутніх поколінь.

Екологічні фактори відіграють важливу роль у розвитку туристичної галузі. Збереження природних ресурсів, розвиток екологічно орієнтованого туризму, ефективне управління туристичними місцями та сприяння сталому розвитку допомагають забезпечити баланс між розвитком туризму та охороною довкілля. Це важливо для збереження краси та різноманітності нашої планети для майбутніх поколінь.

Кожен з цих факторів може мати різний ступінь впливу на розвиток туристичної галузі залежно від конкретних умов і контексту. Важливо

враховувати комплексну взаємодію цих факторів для ефективного планування та управління розвитком туризму.

1.3 Теоретичні підходи до вивчення геополітичної нестабільності та її впливу на туризм

Теоретичні підходи до вивчення геополітичної нестабільності та її впливу на туризм можна розділити на декілька основних напрямків:

1. Реалізм в міжнародних відносинах - цей підхід розглядає держави як основних акторів у міжнародній системі, а конфлікти між ними розглядаються як нормальна і необхідна частина міжнародних відносин. Згідно з цим підходом, геополітична нестабільність може виникати з конфліктів між державами або внутрішніх конфліктів в межах країн, що може призвести до обмеження туристичних потоків через збільшення ризиків для безпеки.

2. Лібералізм – це ліберальні підходи стверджують, що міжнародні відносини можуть бути покращені за допомогою співпраці та інституційних механізмів. Вони вважають, що торгівля, інвестиції та туризм можуть стати інструментами для зменшення конфліктів та збільшення стабільності. Проте, геополітична нестабільність може створювати перешкоди для такої співпраці та призводити до зменшення туристичних потоків.

3. Конструктивізм - цей підхід підкреслює роль ідентичності та ідей у формуванні міжнародних відносин. Геополітична нестабільність може бути результатом конфлікту ідей або культурних розбіжностей. Такі конфлікти можуть впливати на туристичну індустрію через зміну уявлень та переваг туристів щодо конкретних дестинацій.

4. Геополітичний аналіз - цей підхід спрямований на дослідження геополітичних чинників, таких як географічне розташування, територіальні

претензії, ресурси тощо, які можуть впливати на політичну стабільність регіону. Геополітичний аналіз допомагає розуміти, які регіони можуть бути більш вразливими до конфліктів та як це може вплинути на туристичну індустрію [47].

Вивчення геополітичної нестабільності та її впливу на туризм важливо для розуміння та прогнозування тенденцій у галузі туризму, а також для розроблення стратегій управління ризиками та забезпечення безпеки туристів.

Дослідженням проблем і перспектив розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах нестабільної геополітичної ситуації займалися багато відомих зарубіжних науковців та експертів.

Таблиця 1.3

Наукові погляди зарубіжних вчених щодо розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах нестабільної геополітичної ситуації

Автори	Наукові погляди
Річард Батлер	Річард Батлер є відомим своїми дослідженнями у сфері туризму, особливо його моделлю життєвого циклу туристичних дестинацій. Його праці досліджують, як різні фактори, включаючи політичні та економічні кризи, впливають на розвиток туристичних напрямків.
Джеффри Волл	Джеффри Волл відомий своїми дослідженнями у сфері сталого розвитку туризму і впливу глобальних змін на туристичну галузь. Він вивчає, як геополітична нестабільність та екологічні виклики можуть змінювати туристичний ринок.
Пітер Бернс	Пітер Бернс спеціалізується на культурному туризмі та впливі конфліктів на туризм. Його дослідження фокусуються на тому, як туристичні дестинації адаптуються до політичної нестабільності та як це впливає на культурні і соціальні аспекти туризму.
Джон Трібе	Джон Трібе досліджує широкий спектр питань, пов'язаних з туризмом, включаючи управління туризмом і вплив глобалізації на туристичну індустрію. Він також аналізує, як політичні та економічні кризи впливають на поведінку туристів і туристичний бізнес.
Едвард Інслі	Едвард Інслі займається вивченням туристичної безпеки та управління кризами в туризмі. Його роботи допомагають зрозуміти, як туристичні компанії і уряди можуть підготуватися і реагувати на геополітичні кризи та інші форс-мажорні обставини.
Сара Гілберт	Сара Гілберт досліджує вплив глобальних викликів, таких як пандемії і природні катастрофи, на туристичну галузь. Її праці охоплюють стратегії адаптації туристичних компаній до нестабільних умов.
Дональд Маклейн	Дональд Маклейн спеціалізується на економічному аналізі туризму і досліджує вплив економічної та політичної нестабільності на туристичний ринок. Його роботи надають цінну інформацію про те, як змінюються туристичні потоки під впливом глобальних подій.

Ці вчені внесли значний вклад у розуміння того, як геополітична нестабільність та інші глобальні виклики впливають на розвиток туристичної галузі. Їхні дослідження допомагають формувати стратегії адаптації і розвитку туристичних послуг у складних умовах.

В Україні дослідженням проблем і перспектив розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах нестабільної геополітичної ситуації займаються також відомі вітчизняні науковці. Серед них можна виділити наступних дослідників:

Таблиця 1.4

Наукові погляди вітчизняних вчених щодо розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах нестабільної геополітичної ситуації

Автори	Наукові погляди
Володимир Кифяк	Доктор економічних наук, професор, ректор Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Його дослідження зосереджені на проблемах розвитку туризму в умовах економічної та політичної нестабільності, а також на стратегічному управлінні туристичними підприємствами.
Микола Рутинський	Доктор економічних наук, професор Київського національного торговельно-економічного університету. Він займається питаннями сталого розвитку туризму, економічних аспектів туристичної діяльності та впливу глобальних викликів на туристичну галузь.
Олена Сич	Доктор економічних наук, професор Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Її дослідження стосуються впливу міжнародних економічних відносин на розвиток туризму та адаптації туристичних підприємств до умов кризи.
Ірина Олексюк	Доктор економічних наук, професор Львівського національного університету імені Івана Франка. Вона спеціалізується на дослідженні регіонального розвитку туризму, впливу геополітичних змін на туристичний ринок та стратегіях адаптації до нестабільних умов.
Ольга Радченко	Кандидат економічних наук, доцент Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця. Її наукові інтереси охоплюють проблеми управління туристичними підприємствами в умовах кризових ситуацій та економічної нестабільності.
Наталія Пироженко	Доктор економічних наук, професор Одеського національного економічного університету. Вона досліджує вплив глобальних і регіональних криз на розвиток туристичного бізнесу та можливості його адаптації до нових умов.
Сергій Мельничук	Доктор економічних наук, професор Тернопільського національного економічного університету. Його роботи зосереджені на аналізі впливу міжнародних економічних процесів та геополітичної нестабільності на туристичний ринок України.

Ці вітчизняні науковці внесли значний вклад у розвиток теорії і практики туризму в Україні, зокрема, у вивчення проблем і перспектив розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах геополітичної нестабільності. Їхні дослідження є важливими для розробки стратегій і політик, спрямованих на подолання викликів і забезпечення стійкого розвитку туристичної галузі в Україні.

Аналіз цих теоретичних підходів демонструє, що геополітична нестабільність суттєво впливає на туристичну галузь. Вона може знизити туристичні потоки, змінити уявлення туристів про безпечні та привабливі DESTINATIONI, а також призвести до економічних втрат у туристичній індустрії. Тому розуміння та врахування геополітичних факторів є критично важливими для ефективного управління ризиками та планування стратегії розвитку туризму.

Геополітична нестабільність - це стан, коли взаємовідносини між державами або внутрішні політичні, економічні та соціальні умови в країні або регіоні характеризуються нестабільністю, конфліктами, напруженістю або непередбачуваністю. Це може бути викликано різними факторами, такими як територіальні конфлікти, політичні кризи, економічні колапси, етнічні або релігійні напруження, терористичні загрози, природні катастрофи та інші події [21].

Геополітична нестабільність може мати серйозний вплив на різні сфери життя, включаючи туризм. Вона може призвести до збільшення ризику для безпеки туристів, зменшення туристичних потоків, втрати довіри до конкретних регіонів чи країн, зміни в уявленнях та перевагах туристів щодо подорожей. Також вона може впливати на розвиток інфраструктури та інвестицій в туризм у певних регіонах.

Геополітична нестабільність потребує уважного аналізу та відповідних стратегій управління ризиками для туристичної індустрії. Туристичні компанії, уряди та міжнародні організації повинні бути готові реагувати на

події, що виникають внаслідок геополітичної нестабільності, та приймати заходи для забезпечення безпеки та захисту туристів.

Теоретичні моделі впливу геополітичної нестабільності на економіку можуть включати різні аспекти і механізми:

1. Модель ризику та нестабільності в інвестиціях розглядає, як геополітична нестабільність може впливати на рішення щодо інвестицій. Високий рівень геополітичного ризику може призвести до зменшення інвестиційного попиту через зростання невизначеності та ризику для бізнесу. Це може призвести до зменшення обсягів інвестицій, зміни напрямків інвестиційних потоків та збільшення вартості капіталу.

2. Модель торгівлі та міжнародних відносин розглядає взаємозв'язок між геополітичною нестабільністю та міжнародною торгівлею. Конфлікти, санкції та інші форми геополітичної напруги можуть призвести до зменшення обсягів торгівлі між країнами, впливати на ціни на товари та послуги, а також на доступ до ринків.

3. Модель впливу на макроекономічні показники розглядає вплив геополітичної нестабільності на макроекономічні показники, такі як ВВП, інфляція, безробіття тощо. Наприклад, конфлікти та політичні кризи можуть призвести до спаду економічної активності, зростання інфляції та зниження довіри споживачів та інвесторів.

4. Модель впливу на секторальну структуру економіки розглядає, як геополітична нестабільність може впливати на розвиток різних секторів економіки. Наприклад, деякі сектори, такі як оборонна промисловість або енергетика, можуть зазнати підвищеного попиту у зв'язку зі збільшенням витрат на оборону або ризиків для енергетичних постачань [36].

Ці моделі допомагають розуміти складні взаємозв'язки між геополітичною нестабільністю та економічними процесами, а також розробляти стратегії управління ризиками та реагування на негативні впливи таких умов на економіку.

Методи оцінки та управління ризиками у туристичній галузі включають різноманітні підходи та інструменти, які допомагають ідентифікувати, аналізувати, оцінювати та керувати ризиками, що можуть виникати у процесі туристичної діяльності.

1. SWOT-аналіз (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) допомагає визначити сильні та слабкі сторони туристичної компанії або дестинації, а також можливості та загрози, що впливають на неї. Це дозволяє зрозуміти, які ризики можуть виникнути та як їх можна управляти.

2. Аналіз минулих інцидентів та подій допомагає визначити потенційні ризики для подібних ситуацій у майбутньому. Вивчення причин та наслідків подій дозволяє покращити стратегії управління ризиками.

3. Моделювання сценаріїв - цей метод включає створення різних сценаріїв можливих ризикових ситуацій та їх наслідків. Він дозволяє підготуватися до можливих подій та розробити стратегії відповіді на них.

4. Страхування є ефективним засобом перенесення фінансових ризиків на страхову компанію. Туристичні підприємства можуть страхувати свої активи, відповідальність та інші ризики, пов'язані з діяльністю.

5. Стратегії мінімізації ризиків - це включає розробку стратегій та політик, спрямованих на мінімізацію впливу ризиків на діяльність та довіру клієнтів. Це може включати заходи безпеки, навчання персоналу, розробку кризових планів тощо.

6. Постійний моніторинг та аналіз ризиків допомагають виявляти нові загрози, оцінювати ефективність заходів управління ризиками та вчасно реагувати на зміни в обстановці [39].

Ці методи допомагають туристичним компаніям та дестинаціям ефективно управляти ризиками, забезпечуючи безпеку та стабільність у сфері туризму.

Вплив геополітичної нестабільності на туризм може бути значним і багатограним.

Вплив геополітичної нестабільності на туризм

Напрямки	Наслідки
Зменшення туристичних потоків	Геополітичні конфлікти, терористичні загрози, політичні кризи та інші форми нестабільності можуть призвести до зменшення кількості туристів, які обирають конкретний регіон чи країну для відпочинку. Туристи можуть утримуватися від подорожей через занепокоєння щодо своєї безпеки та стабільності місця призначення.
Зміна уявлень та переваг	Геополітична нестабільність може вплинути на уявлення та переваги туристів щодо конкретних дестинацій. Туристи можуть уникати регіонів або країн, де існують конфлікти або напруженість, і вибирати безпечніші альтернативи.
Вплив на туристичну інфраструктуру	Геополітична нестабільність може призвести до змін у розвитку туристичної інфраструктури. Туристичні компанії можуть переглянути свої інвестиційні плани або відкласти проекти розвитку через невизначеність щодо майбутніх перспектив у зазначених регіонах.
Економічні втрати	Геополітична нестабільність може мати економічні наслідки для туристичної галузі, зокрема, зменшення доходів туристичних підприємств, втрату робочих місць та зниження внеску туризму у ВВП країни.
Зміна туристичних трендів	Геополітична нестабільність може призвести до змін у туристичних трендах та попиті. Туристи можуть шукати більш безпечні та стабільні регіони для подорожей, або звертатися до альтернативних форм туризму, таких як внутрішній туризм або екологічний туризм.

У цілому, геополітична нестабільність має потенціал суттєво вплинути на туристичну галузь, і туристичні компанії, уряди та міжнародні організації повинні бути готові реагувати на події та приймати заходи для забезпечення безпеки та захисту туристів.

Висновки до 1 розділу

У розділі "Теоретичні основи дослідження ринку туристичних послуг" було проведено дослідження різноманітних аспектів туристичної галузі. Зокрема, було розглянуто поняття та структуру світового ринку туристичних послуг, що дозволило уявити його складові елементи та основні напрямки розвитку. Крім того, були розглянуті основні фактори, які впливають на розвиток туристичної галузі, включаючи економічні, соціальні, політичні, технологічні та екологічні аспекти.

Окрему увагу було приділено теоретичним підходам до вивчення геополітичної нестабільності та її впливу на туризм. Це включало аналіз реалістичних, ліберальних, конструктивістських та геополітичних підходів, які допомогли зрозуміти природу геополітичних конфліктів та їх можливі наслідки для туристичної діяльності.

У результаті аналізу цих аспектів стало очевидним, що туристична галузь є дуже чутливою до зовнішніх впливів, зокрема геополітичної нестабільності. Порушення стабільності у світі може призвести до змін у туристичних потоках, уявленнях та перевагах туристів, а також вплинути на розвиток інфраструктури та інвестицій в туризм. Тому важливо враховувати геополітичні аспекти при розробці стратегій розвитку туристичної галузі та управлінні ризиками.

РОЗДІЛ 2

Аналіз впливу геополітичної нестабільності на світовий ринок туристичних послуг

2.1 Характеристика сучасної геополітичної ситуації у світі

Геополітична нестабільність, що включає військові конфлікти, тероризм, політичні кризи та інші форми політичної та соціальної нестабільності, має значний вплив на світовий ринок туристичних послуг [36].

Зменшення туристичних потоків:

- Геополітична нестабільність часто супроводжується загрозами для безпеки туристів, такими як терористичні атаки, військові дії та політичні заворушення. Це призводить до зниження кількості туристів, які обирають нестабільні регіони для відпочинку.

- Туристичні потоки перенаправляються до більш безпечних і стабільних регіонів. Наприклад, під час Арабської весни багато туристів змінили свої плани щодо відвідування Північної Африки на користь інших регіонів.

Економічні наслідки:

- Зменшення туристичних потоків призводить до втрат доходів для місцевих економік, оскільки туризм часто є важливим джерелом валютних надходжень. Це особливо відчутно в країнах, де туризм становить значну частину ВВП.

- Геополітична нестабільність зменшує привабливість інвестування в туристичну інфраструктуру, що може призвести до стагнації або скорочення розвитку туристичних послуг.

Зміни у поведінці туристів:

- Туристи можуть змінювати свої уподобання та обирати інші дестинації або види туризму, такі як внутрішній туризм або екологічний туризм, де вони відчують себе безпечніше.

- Підвищується попит на туристичне страхування, що включає покриття від ризиків, пов'язаних із геополітичною нестабільністю.

Вплив на дестинації:

- Регіони, що зазнали геополітичної нестабільності, можуть втратити свою репутацію як безпечні туристичні дестинації, що може мати довготривалий негативний вплив.

- Відновлення туристичних потоків після періоду нестабільності вимагає значних зусиль та ресурсів для відновлення довіри туристів.

Регулятивні та політичні заходи:

- Уряди можуть впроваджувати заходи для підтримки туристичної галузі в умовах нестабільності, такі як фінансова підтримка, маркетингові кампанії та забезпечення безпеки туристів.

- Міжнародна співпраця та підтримка можуть допомогти країнам, які постраждали від геополітичної нестабільності, відновити туристичний сектор.

Для забезпечення безпеки туристів готельні підприємства, туристичні агентства та інші учасники галузі змушені інвестувати значні кошти в охоронні заходи, що збільшує їхні операційні витрати.

Негативні новини про конфлікти та нестабільність у певному регіоні можуть створити довготривалу негативну репутацію цього регіону як туристичного напрямку, що ускладнює його відновлення навіть після стабілізації ситуації [42].

Геополітична нестабільність має глибокий і багатогранний вплив на світовий ринок туристичних послуг. Вона може призводити до значного зменшення туристичних потоків, економічних втрат, змін у поведінці туристів та зниження інвестиційної привабливості регіонів. Для мінімізації негативних наслідків необхідні комплексні заходи, включаючи урядову підтримку,

міжнародну співпрацю та стратегічне планування розвитку туризму в умовах підвищених ризиків.

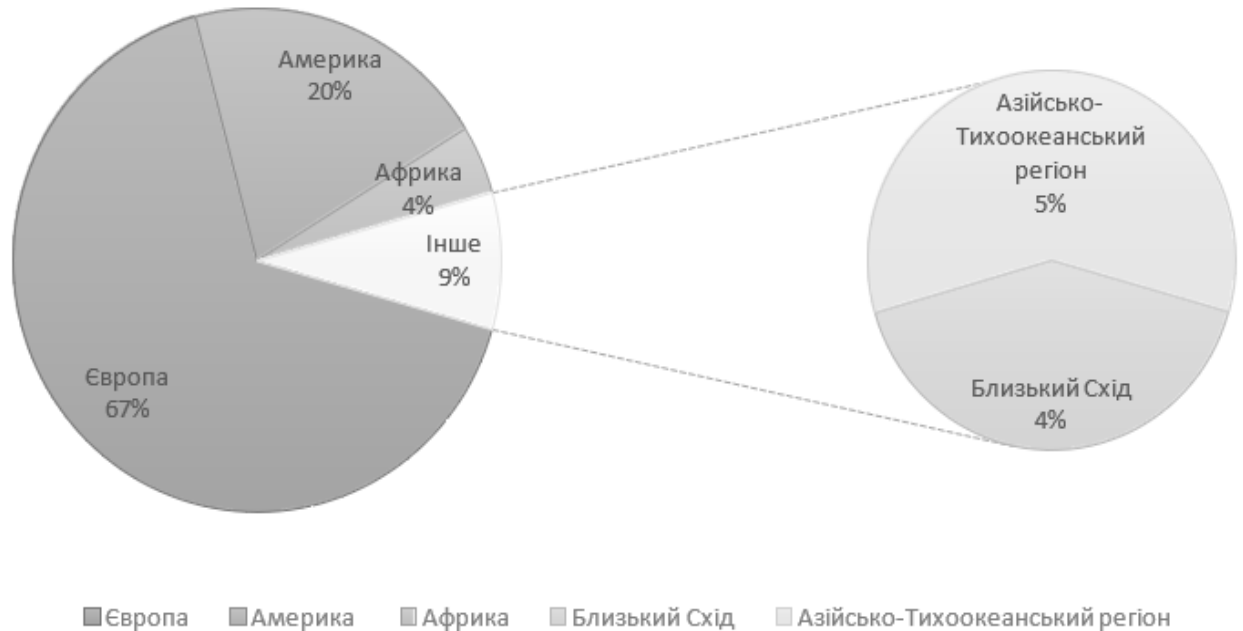


Рис. 2.1 Структура міжнародних туристичних потоків за регіональною ознакою у 2022 р., % [55]

Сучасна геополітична ситуація у світі характеризується складністю та багатогранністю.

Військові конфлікти та регіональна нестабільність:

- Війна в Україні - російське вторгнення в Україну у 2022 році спричинило значну нестабільність в Європі, вплинувши на глобальні енергетичні ринки, продовольчу безпеку та геополітичні альянси.
- Конфлікти на Близькому Сході - продовжуються конфлікти в Сирії, Ємені та інших країнах Близького Сходу, що викликають гуманітарні кризи та міграційні потоки, а також впливають на глобальні ціни на нафту.

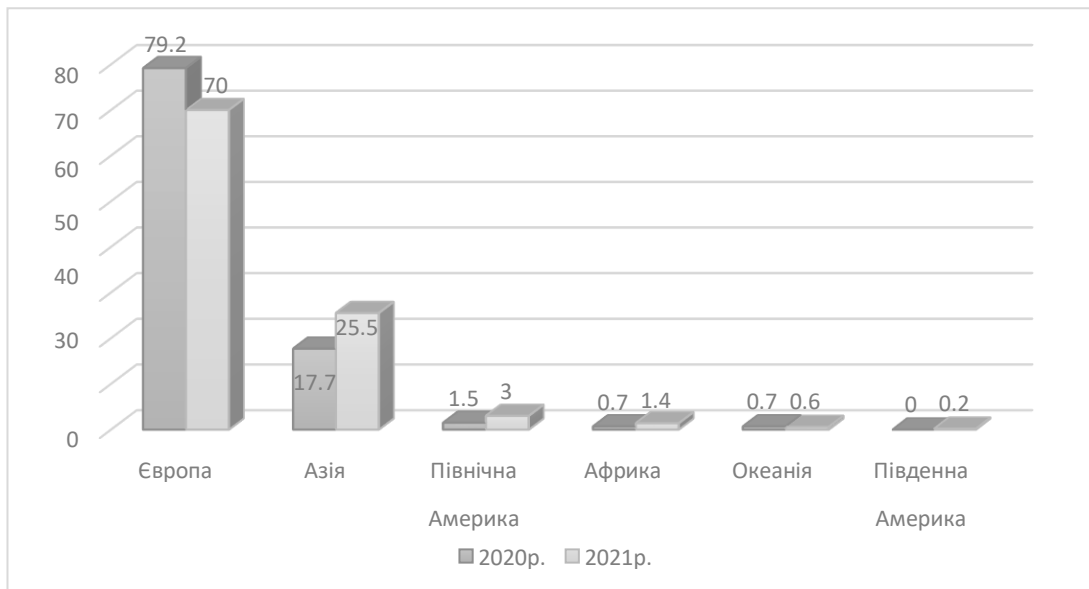


Рис. 2.2 Питома вага іноземних туристів в Україну з різних регіонів в 2020-2021 рр., % [57]

Геополітичне суперництво великих держав:

- США та Китай - загострення конкуренції між США і Китаєм, яке охоплює економічні, технологічні та військові аспекти. Торговельні війни, технологічні санкції та військові демонстрації в Південно-Китайському морі є прикладами цієї напруженості.

- росія та Захід - посилення санкцій проти росії у відповідь на її агресивні дії, включаючи анексію Криму та підтримку сепаратистів на сході України. Відповідні санкції та контрсанкції впливають на глобальну економіку.

Тероризм і радикалізація:

- Терористичні загрози - незважаючи на послаблення ІДІЛ та Аль-Каїди, загроза тероризму залишається актуальною. Терористичні атаки та радикалізація продовжують впливати на безпеку в різних регіонах світу.

- Локальні екстремістські угруповання - у різних регіонах світу активізуються локальні екстремістські групи, що загрожують стабільності та безпеці.

Глобальні економічні виклики:

- Вплив пандемії COVID-19 на глобальну економіку продовжує відчуватися, зокрема у вигляді збоїв у ланцюгах постачань, зростання інфляції та економічних труднощів для багатьох країн.

- Зростання цін на енергоносії, викликане геополітичними конфліктами та глобальними економічними змінами, впливає на світову економіку та викликає занепокоєння щодо енергетичної безпеки.

Екологічні виклики та зміни клімату:

- Зміни клімату викликають природні катастрофи, такі як повені, посухи та урагани, що призводить до соціальної та економічної нестабільності в різних регіонах світу.

- Геополітична нестабільність впливає на міжнародні зусилля щодо боротьби зі зміною клімату, оскільки різні країни мають різні підходи та інтереси в цій сфері.

Геополітичні конфлікти та економічна нестабільність призводять до збільшення кількості біженців та мігрантів, що створює додатковий тиск на країни, які приймають мігрантів, і викликає соціальні та політичні напруження [21].

Сучасна геополітична ситуація у світі є складною та мінливою. Вона визначається різноманітними конфліктами, суперництвом між великими державами, терористичними загрозами, економічними викликами, екологічними проблемами та міграційними кризами. У цьому контексті ефективне управління геополітичними ризиками та співпраця на міжнародному рівні стають критично важливими для забезпечення стабільності та безпеки у світі.

2.2 Основні виклики та загрози для туристичної галузі в умовах геополітичної нестабільності

Туристична галузь в умовах геополітичної нестабільності стикається з численними викликами і загрозами, які можуть суттєво вплинути на її розвиток і функціонування. Під час геополітичної нестабільності багато туристів уникають подорожей до регіонів, що знаходяться в зоні конфлікту або поблизу нього. Це призводить до зменшення кількості відвідувачів і, відповідно, до зниження доходів від туризму.

Геополітична нестабільність часто супроводжується коливаннями валютних курсів, що може впливати на вартість подорожей та бюджет туристів. Через геополітичні ризики туристи можуть відмінити або перенести свої подорожі, що призводить до втрати замовлень і доходів для туристичних компаній.

Інвестори можуть бути неохочими вкладати кошти в туристичні проекти в регіонах з високим рівнем геополітичної нестабільності через високі ризики. Туристи можуть змінювати свої пріоритети, обираючи більш безпечні місця для відпочинку, що впливає на популярність окремих напрямків. Компанії змушені підвищувати страхові премії для покриття ризиків, пов'язаних з геополітичною нестабільністю, що також збільшує вартість подорожей для туристів [28].

Для подолання цих викликів туристична галузь повинна розробляти та впроваджувати ефективні стратегії управління ризиками, адаптувати свої бізнес-моделі та активно комунікувати з потенційними туристами, підкреслюючи заходи безпеки та унікальні переваги своїх напрямків.

Геополітична нестабільність створює численні виклики та загрози для туристичної галузі.

Таблиця 2.1

Виклики та загрози для туристичної галузі в умовах геополітичної нестабільності

Чинники	Загальна характеристика
Зниження туристичних потоків	
Безпека	Загрози тероризму, військові конфлікти та політичні заворушення призводять до зниження привабливості регіонів як туристичних дестинацій. Туристи обирають безпечніші альтернативи, що негативно впливає на потоки до нестабільних регіонів.
Психологічний фактор	Новини про нестабільність і конфлікти підвищують рівень страху серед туристів, що знижує їхнє бажання подорожувати до певних країн.
Економічні втрати	
Доходи	Зменшення кількості туристів безпосередньо впливає на доходи туристичних підприємств, зокрема готелів, ресторанів, туроператорів та транспортних компаній.
Інвестиції	Геополітична нестабільність знижує привабливість регіонів для інвесторів, що призводить до скорочення інвестицій у туристичну інфраструктуру та зменшення розвитку галузі.
Іміджеві ризики	
Репутація дестинацій	Регіони, які зазнали геополітичної нестабільності, часто стикаються з труднощами у відновленні своєї репутації як безпечних та привабливих туристичних дестинацій.
Маркетинг та промоція	Значні зусилля та ресурси необхідні для відновлення довіри туристів через маркетингові кампанії та промоційні заходи.
Логістичні проблеми	
Транспорт	Військові дії та політичні кризи можуть призводити до закриття аеропортів, портів та інших транспортних вузлів, ускладнюючи пересування туристів.
Інфраструктура	Пошкодження або руйнування туристичної інфраструктури, включаючи готелі, туристичні об'єкти та інші об'єкти інфраструктури, впливають на здатність регіону приймати туристів.
Правові та регуляторні бар'єри	
Візові обмеження	Введення візових обмежень або заборон на поїздки до певних країн у зв'язку з геополітичною нестабільністю може ускладнити подорожі.
Регуляції безпеки	Підвищені вимоги до безпеки можуть призводити до додаткових витрат для туристичних компаній та незручностей для туристів.
Соціально-культурні наслідки	
Втрата культурної спадщини	Конфлікти можуть призводити до руйнування культурних та історичних пам'яток, що зменшує туристичну привабливість регіону.
Вплив на місцеві громади	Зменшення туристичних потоків впливає на добробут місцевих громад, що залежить від доходів від туризму.
Екологічні наслідки	
Негативний вплив на природні ресурси	Військові дії та нестабільність можуть призводити до деградації природних ресурсів, які є основою для екотуризму та інших видів туризму, пов'язаних з природою.

Геополітична нестабільність створює суттєві виклики та загрози для туристичної галузі, включаючи зниження туристичних потоків, економічні втрати, іміджеві ризики, логістичні проблеми, правові та регуляторні бар'єри, соціально-культурні та екологічні наслідки. Для мінімізації цих негативних впливів важливо впроваджувати ефективні стратегії управління ризиками, розробляти кризові плани та забезпечувати міжнародну співпрацю у сфері туризму.

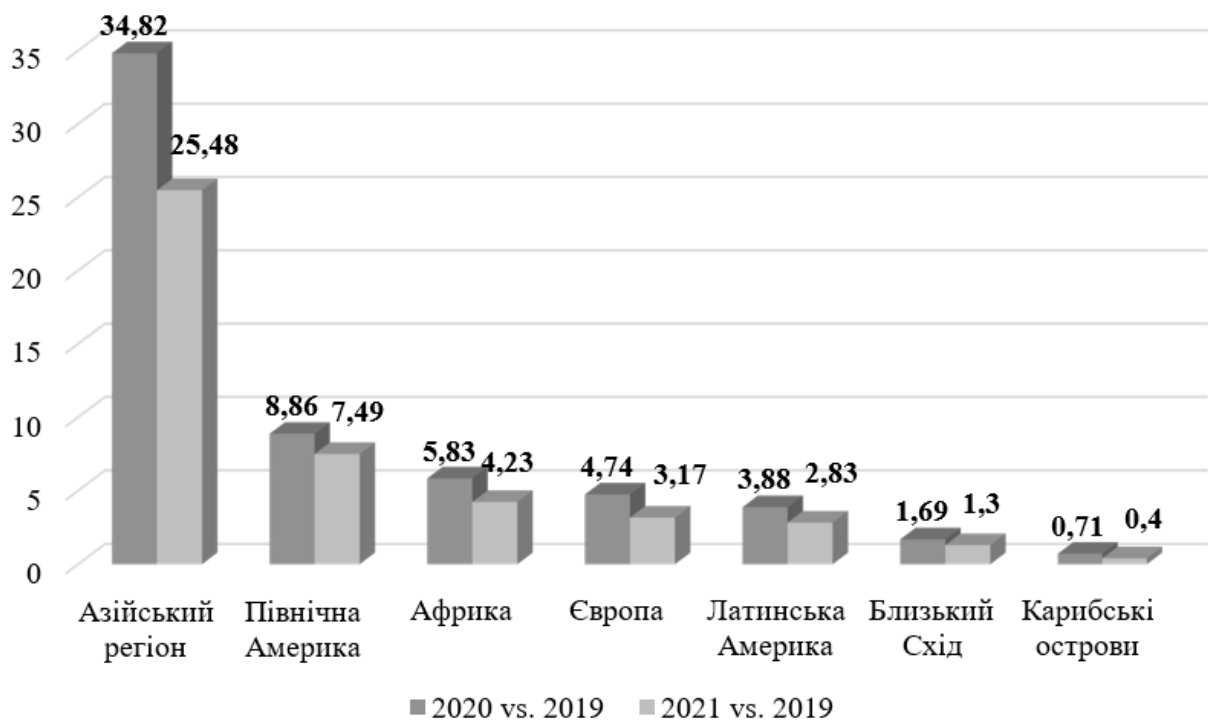


Рис. 2.3. Зміна кількості робочих місць у сфері туризму за період 2020-2021 років в різних регіонах світу, млн. осіб [55]

Геополітична нестабільність суттєво впливає на фінансові показники туристичних підприємств.

Для мінімізації негативних впливів геополітичної нестабільності туристичні підприємства повинні розробляти ефективні стратегії управління ризиками, диверсифікувати свої ринки, впроваджувати інновації в обслуговуванні клієнтів і активно працювати над відновленням довіри туристів.

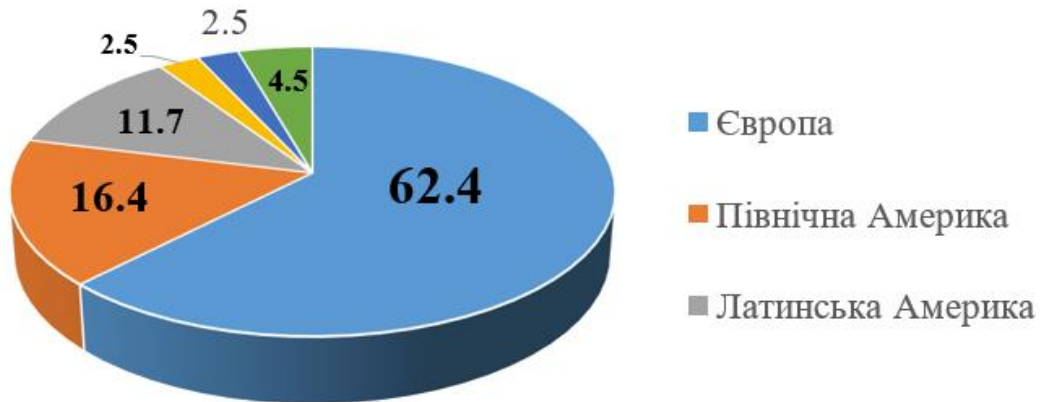


Рис. 2.4 Питома вага розподілу прибутків від туризму у світі в 2022р., % [57]

У разі військових конфліктів, терористичних атак або політичних криз кількість туристів суттєво знижується, що призводить до втрат доходів для готелів, авіакомпаній, ресторанів та інших підприємств туристичної галузі.

Туристи часто скасовують свої бронювання, що безпосередньо впливає на доходи туристичних компаній. Наприклад, під час пандемії COVID-19 було скасовано безліч поїздок, що призвело до серйозних фінансових втрат.

Для забезпечення безпеки туристів підприємства змушені витратити більше коштів на посилення заходів безпеки, включаючи охорону, встановлення додаткових систем безпеки та страхування.

Після кризових ситуацій туристичні підприємства часто вкладають значні кошти у маркетингові кампанії та заходи для відновлення довіри туристів.

Низький рівень заповнюваності номерів призводить до зниження прибутків готелів. Навіть при зменшенні цін на проживання туристи можуть уникати поїздок до небезпечних регіонів.

Туроператори часто змушені скорочувати кількість турів та спеціальних пропозицій, що знижує їх прибутковість.

Підприємства можуть стикатися з проблемами ліквідності через затримки платежів від клієнтів та партнерів. Це ускладнює виконання фінансових зобов'язань.

Зниження доходів і збільшення витрат можуть призвести до проблем з обслуговуванням боргів та зменшення кредитоспроможності підприємств.

Інвестори уникають вкладень у регіони та підприємства, що зазнали впливу геополітичної нестабільності, через високий рівень ризику. Це обмежує можливості для розвитку та модернізації туристичної інфраструктури.

Деякі інвестори можуть вивести свої інвестиції з туристичних підприємств, що додатково ускладнює фінансове становище компаній.

Геополітична нестабільність часто призводить до коливань валютних курсів, що може негативно впливати на фінансові показники підприємств, особливо тих, які залежать від іноземних туристів.

Зростання рівня інфляції та впровадження економічних санкцій можуть підвищити вартість операцій та матеріалів, що використовується в туристичній галузі, збільшуючи операційні витрати [21].

Геополітична нестабільність значно впливає на фінансові показники туристичних підприємств. Вона призводить до зниження доходів, зростання витрат, падіння прибутків, проблем з ліквідністю та кредитоспроможністю, зниження інвестиційної привабливості та виникнення фінансових ризиків. Для подолання цих викликів підприємствам важливо впроваджувати стратегії управління ризиками, розробляти кризові плани та забезпечувати фінансову стійкість через диверсифікацію послуг та ринків, а також ефективно використання ресурсів.

В умовах геополітичної нестабільності світовий ринок туристичних послуг зазнає значних змін, які відображаються на споживчих уподобаннях, нових напрямках та формах туризму. Ці тенденції демонструють адаптивність галузі до нових викликів та можливостей.

Однією з основних тенденцій є зростання попиту на безпечні напрямки. Туристи все більше звертають увагу на безпеку місць відпочинку, обираючи регіони з стабільною політичною ситуацією та низьким рівнем злочинності. Такі країни, як Японія, Нова Зеландія, Канада, Швейцарія, часто з'являються у рейтингах безпечних туристичних напрямків, що призводить до збільшення туристичних потоків у ці регіони.

Зміни у споживчих уподобаннях також виявляються в зростаючій популярності екологічного туризму. Туристи все більше цікавляться відвідуванням природних заповідників, національних парків та інших природних об'єктів, надаючи перевагу екологічно чистим видам відпочинку. Це пов'язано з підвищеною екологічною свідомістю та бажанням зберегти природу для майбутніх поколінь.

На тлі геополітичної нестабільності з'являються нові напрямки туризму, які раніше не були настільки популярними. Наприклад, Балкани, Грузія, Албанія, В'єтнам та деякі країни Африки стають привабливими для туристів, що шукають нові враження та унікальні культури. Ці напрямки пропонують цікаві туристичні маршрути, часто за більш доступними цінами порівняно з традиційними туристичними центрами [47].

Нові форми туризму також стають все більш популярними в умовах нестабільності. Однією з таких форм є віртуальний туризм. Завдяки розвитку технологій віртуальної та доповненої реальності, туристи можуть здійснювати віртуальні подорожі до різних куточків світу, не виходячи з дому. Це особливо актуально під час пандемій чи політичних криз, коли фізичні подорожі стають обмеженими або небезпечними.

Крім того, спостерігається зростання інтересу до локального туризму. Багато туристів обирають подорожі в межах своєї країни, що зумовлено обмеженнями на міжнародні подорожі та бажанням підтримати місцеву економіку. Локальний туризм сприяє розвитку регіонів, які раніше не були основними туристичними центрами.

Таким чином, основні тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах нестабільності включають зростання попиту на безпечні напрямки, популяризацію екологічного туризму, відкриття нових туристичних маршрутів та розвиток нових форм туризму, таких як віртуальний і локальний туризм. Ці тенденції відображають адаптивність туристичної галузі до змінних умов та нових викликів.

2.3 Аналіз змін у туристичних потоках під впливом геополітичних криз

Геополітичні кризи значно впливають на туристичні потоки, змінюючи напрямки подорожей, пріоритети туристів і загальну картину міжнародного туризму. Основні зміни, які відбуваються в туристичних потоках під впливом геополітичних криз, включають:

1. Перенаправлення туристичних потоків:

Туристи уникають регіонів, які постраждали від геополітичних криз, таких як військові конфлікти, терористичні загрози або політичні заворушення. Наприклад, після Арабської весни країни Північної Африки (Єгипет, Туніс, Лівія) зазнали значного зменшення кількості туристів.

Туристи переорієнтовуються на безпечніші дестинації. Це призводить до збільшення туристичних потоків до країн, які пропонують стабільну політичну ситуацію та високий рівень безпеки. Наприклад, після подій 2011 року туристичні потоки з Північної Африки значно переорієнтувалися на країни Південної Європи, такі як Іспанія, Італія та Греція. Наприклад, під час політичних криз в Єгипті (2011) та Туреччині (2016) спостерігалось різке зниження числа туристів, що відразу ж відобразилося на прибутках місцевих туристичних підприємств.

2. Зміни у видах туризму:

Під час геополітичних криз зростає популярність внутрішнього туризму, оскільки туристи надають перевагу подорожам у межах своєї країни, де вони відчують себе безпечніше.

Туристи часто обирають менш популярні, але безпечні напрямки для екотуризму та автентичного туризму, уникаючи великих міст та відомих туристичних зон.

3. Короткострокові та довгострокові ефекти:

Одразу після початку геополітичної кризи туристичні потоки змінюються миттєво, відбувається масове скасування поїздок та бронювань. Наприклад, під час пандемії COVID-19 в 2020 році спостерігалось миттєве зниження міжнародних подорожей.

Довготривала нестабільність може призвести до стійких змін у туристичних потоках, наприклад, переформатування популярних туристичних маршрутів та DESTИНАЦІЙ. Країни, які швидко відновлюються після кризи, можуть відновити свою туристичну привабливість, тоді як ті, що залишаються нестабільними, втрачають туристів на тривалий період.

4. Економічні та соціальні наслідки:

Зниження туристичних потоків призводить до втрат доходів у туристичній галузі, зменшення робочих місць та скорочення інвестицій в інфраструктуру.

Місцеві громади, які залежать від доходів від туризму, стикаються з економічними труднощами, що може призвести до соціальної напруженості та зниження якості життя.

5. Відновлення туристичних потоків:

Країни, які постраждали від геополітичних криз, часто розробляють стратегії відновлення туристичних потоків, включаючи маркетингові кампанії, інвестиції в безпеку та інфраструктуру, а також співпрацю з міжнародними організаціями.

Наприклад, після завершення конфліктів у Балканському регіоні в 1990-х роках, Хорватія та Чорногорія змогли відновити свою туристичну

привабливість завдяки інтенсивним маркетинговим кампаніям та інвестиціям в інфраструктуру [43].

Геополітичні кризи мають значний і багатогранний вплив на туристичні потоки. Вони змінюють напрямки подорожей, призводять до зниження туристичних потоків у постраждалих регіонах, збільшують популярність безпечних дестинацій і змінюють види туризму. Економічні та соціальні наслідки цих змін є значними, тому важливо розробляти ефективні стратегії відновлення та управління ризиками для мінімізації негативного впливу на туристичну галузь.

Оцінка економічних наслідків геополітичної нестабільності для різних регіонів може включати аналіз впливу на ВВП, туристичні потоки, інвестиції, безробіття та інші економічні показники. Наведемо приклади для різних регіонів:

1. Близький Схід та Північна Африка (MENA)

Військові конфлікти та політична нестабільність:

Громадянська війна в Сирії призвела до значного зниження ВВП, масового відтоку інвестицій та руйнування інфраструктури. Туристичний сектор практично зник через високий рівень небезпеки.

В Лівії після падіння режиму Муаммара Каддафі, політична нестабільність і внутрішні конфлікти значно знизили рівень інвестицій і знищили туристичний сектор.

2. Східна Європа

Конфлікти та економічні санкції:

Конфлікт на сході України та анексія Криму росією в 2014 році призвели до економічного спаду, зниження інвестицій та зменшення туристичних потоків. Санкції, накладені на росію, після вторгнення на територію України, також мали негативний вплив на економіку країни.

В Грузії конфлікт з росією у 2008 році призвів до тимчасового зниження туристичних потоків та інвестицій, але швидке відновлення було можливе завдяки реформам і покращенню безпеки.

3. Західна Європа

Терористичні атаки:

Терористичні атаки в Парижі у 2015 році призвели до значного зниження туристичних потоків, особливо з країн, які найбільше занепокоєні питанням безпеки. Це негативно вплинуло на готельний бізнес, ресторани та інші сфери, пов'язані з туризмом.

Після терактів у Брюсселі (Бельгія) в 2016 році туристичний сектор зазнав значних збитків, а багато туристів уникали відвідування столиці через побоювання за свою безпеку.

4. Азіатсько-Тихоокеанський регіон

Геополітичні напруження:

Напруженість між Південною Кореєю та Північною Кореєю, особливо у періоди загострення, призводила до зниження туристичних потоків, оскільки туристи обирали більш стабільні регіони для подорожей.

Протести у Гонконзі у 2019-2020 роках призвели до значного зниження кількості туристів, особливо з материкового Китаю, що суттєво вдарило по готельному та роздрібному секторах.

5. Латинська Америка

Політичні та економічні кризи:

Венесуела - економічна та політична криза в країні призвела до гіперінфляції, масового відтоку населення та значного зниження туристичних потоків. Безпека туристів стала однією з головних проблем, що призвело до майже повного припинення туризму.

Бразилія - політичні скандали та економічні труднощі призвели до зниження туристичних потоків, але завдяки заходам безпеки та інвестиціям у туризм під час підготовки до Олімпійських ігор у 2016 році країна змогла частково компенсувати втрати [33].

Ці приклади демонструють, як геополітична нестабільність може мати серйозні економічні наслідки для різних регіонів світу, впливаючи на туристичні потоки, інвестиції та загальний рівень економічного розвитку.

В умовах геополітичної нестабільності світовий ринок туристичних послуг демонструє кілька основних тенденцій, що впливають на споживчі уподобання, нові напрямки та форми туризму.

1. Зміни у споживчих уподобаннях

Туристи все більше обирають безпечні напрямки, уникаючи регіонів з високим рівнем ризику, таких як зони конфліктів або регіони з частими терористичними атаками. Наприклад, після терактів у Франції багато туристів переорієнтувались на інші європейські країни, такі як Іспанія та Португалія.

Під час геополітичної нестабільності багато туристів надають перевагу подорожам всередині своєї країни. Наприклад, у США під час пандемії COVID-19 спостерігався значний ріст внутрішнього туризму, включаючи поїздки до національних парків та менш відомих туристичних місць.

2. Нові напрямки та форми туризму

Зростає популярність еко- та агротуризму, що пов'язано зі збільшенням усвідомленості щодо екологічних проблем і бажанням відвідувати менш населені та природні місця. Наприклад, Коста-Рика активно розвиває еко-туризм, пропонуючи туристам відвідування природних заповідників і екологічно чистих готелів.

Медичний туризм стає популярнішим у зв'язку з можливістю отримати якісні медичні послуги за нижчою ціною та уникаючи довгих черг у своїй країні. Наприклад, Туреччина та Індія стали відомими напрямками для медичного туризму, пропонуючи високоякісні медичні процедури за привабливими цінами.

3. Використання технологій та інновацій

Сучасні технології, такі як віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR), дозволяють туристам отримувати віртуальні екскурсії та попередньо ознайомлюватися з місцями відпочинку. Наприклад, платформи як Google Earth VR пропонують користувачам можливість віртуально подорожувати світом.

Онлайн-платформи для бронювання, такі як Airbnb, Booking.com та Expedia, стають все більш популярними, надаючи зручні інструменти для планування подорожей та бронювання житла. Це дозволяє туристам швидко змінювати свої плани відповідно до поточної геополітичної ситуації.

4. Гнучкість та адаптація

Туристичні компанії почали пропонувати гнучкі умови бронювання та скасування, щоб залучити клієнтів в умовах невизначеності. Наприклад, багато авіакомпаній і готелів пропонують безкоштовне скасування або зміну дат бронювання.

Збільшується попит на короткотермінові поїздки та відпочинки, які легше планувати та реалізовувати в умовах нестабільності. Це також включає одноденні тури та вікенд-подорожі, які не вимагають складної логістики та довгострокового планування.

5. Відродження та розвиток нових туристичних напрямків

Нестабільність у традиційних туристичних зонах сприяє розвитку нових напрямків, які раніше були менш популярними. Наприклад, зростання популярності Балканських країн, таких як Албанія та Чорногорія, які стали альтернативою популярним, але нестабільним туристичним напрямкам.

Урядові програми та ініціативи стимулюють розвиток туризму в менш відомих регіонах для зниження навантаження на популярні туристичні місця та підтримки місцевої економіки. Наприклад, в Італії розробляються програми для залучення туристів до менших міст і селищ, щоб зменшити перенасиченість таких місць як Венеція та Рим.

Ці тенденції демонструють, як світовий ринок туристичних послуг адаптується до умов геополітичної нестабільності, забезпечуючи туристам безпечні та привабливі варіанти для подорожей.

Висновки до 2 розділу

Сучасна геополітична ситуація у світі характеризується зростаючою нестабільністю через конфлікти, терористичні загрози, геополітичні протистояння та інші фактори. Це призводить до змін у світовій політичній карті та міжнародних відносинах, що впливає на розвиток туризму.

Основні виклики та загрози для туристичної галузі включають зменшення туристичних потоків до регіонів з високим рівнем нестабільності, збільшення ризику для безпеки туристів, втрати довіри споживачів та зміни в попиті на туристичні послуги.

Геополітичні кризи можуть призводити до раптових змін у туристичних потоках, зменшуючи попит на туристичні послуги в конкретних регіонах або країнах та спричиняючи збільшення попиту на інші напрямки.

В цілому, геополітична нестабільність має значний вплив на світовий ринок туристичних послуг, створюючи нові виклики та загрози для галузі, але також відкриваючи нові можливості для адаптації та розвитку. Для туристичних підприємств та урядових органів важливо активно працювати над розробкою стратегій та заходів для подолання цих викликів та забезпечення стійкості туристичної галузі в умовах геополітичної нестабільності.

РОЗДІЛ 3

Стратегії адаптації та перспективи розвитку світового ринку туристичних послуг

3.1 Стратегії адаптації та управління ризиками в туристичній галузі

Стратегії адаптації розвитку світового ринку туристичних послуг:

1. Розширення туристичних пропозицій на нові, менш ризиковані ринки, щоб зменшити залежність від регіонів з високою геополітичною нестабільністю.
2. Розробка нових туристичних продуктів, таких як екотуризм, медичний туризм, культурний туризм та гастрономічний туризм, щоб привабити різні сегменти ринку.
3. Використання VR та AR технологій для створення віртуальних турів, що дозволяє туристам відвідувати визначні місця дистанційно.
4. Розробка мобільних додатків для покращення досвіду туристів, включаючи бронювання, гідів, карти та рекомендації.
5. Впровадження смарт-технологій у готелях та туристичних об'єктах для підвищення комфорту та безпеки туристів (смарт-ключі, автоматизовані системи обслуговування, безконтактні платежі).
6. Встановлення додаткових систем безпеки в аеропортах, готелях та туристичних об'єктах, включаючи відеоспостереження, металодетектори та перевірки багажу.
7. Розробка спеціалізованих програм страхування для туристів, що покривають ризики, пов'язані з геополітичною нестабільністю.
8. Прозора та регулярна комунікація з туристами щодо заходів безпеки, ситуації в регіоні та надання актуальної інформації про стан справ.

9. Спільна робота з урядами для створення сприятливих умов для розвитку туризму, включаючи зниження податків, фінансову підтримку та спрощення візових процедур.

10. Використання міжнародних програм та грантів для відновлення туристичної інфраструктури та розвитку нових туристичних маршрутів.

11. Проведення цільових маркетингових кампаній, спрямованих на відновлення позитивного іміджу туристичних напрямків, які постраждали від геополітичної нестабільності.

12. Активне просування нових та безпечних туристичних напрямків через соціальні мережі, блогерів, інфлюенсерів та партнерські програми.

13. Ребрендинг туристичних продуктів та послуг для підвищення їхньої привабливості та відповідності сучасним трендам та вимогам ринку.

14. Створення та впровадження планів дій у випадку кризових ситуацій, включаючи евакуаційні плани, програми відшкодування та заходи з підтримки туристів.

15. Проведення регулярних тренінгів для працівників туристичної галузі щодо дій у кризових ситуаціях, забезпечення безпеки та обслуговування туристів.

16. Впровадження екологічно дружніх практик у діяльність туристичних підприємств, включаючи зменшення викидів, переробку відходів та збереження природних ресурсів.

17. Участь у соціальних програмах та ініціативах, спрямованих на підтримку місцевих громад, розвиток інфраструктури та покращення умов життя місцевих жителів [48].

Застосування цих стратегій дозволить туристичним компаніям не тільки вижити в умовах геополітичної нестабільності, але й розвиватися, адаптуватися до нових реалій та забезпечувати стійке зростання в майбутньому.

Управління ризиками в туристичній галузі включає в себе розробку та впровадження стратегій, спрямованих на ідентифікацію, оцінку, управління та мінімізацію ризиків, що можуть вплинути на успішність бізнесу.

Першим кроком управління ризиками є ідентифікація потенційних загроз і визначення їхнього впливу на бізнес. Це включає аналіз економічних, політичних, соціокультурних, природних та інших факторів, які можуть вплинути на туристичну діяльність.

Підприємства повинні розробляти кризові плани, які включають в себе дії в разі виникнення непередбачуваних подій, таких як терористичні атаки, природні катастрофи або політичні кризи. Ці плани повинні бути готовими до негайного виконання та орієнтовані на збереження безпеки та мінімізацію збитків.

Важливо мати адекватні страхові поліси, щоб захистити бізнес від фінансових втрат у разі непередбачуваних подій. Крім того, підприємства можуть використовувати фінансові інструменти, такі як резервні фонди та кредитні лінії, для зменшення фінансових ризиків.

Зменшення концентрації ризиків шляхом розширення ділових операцій та ринків може допомогти зменшити вплив негативних подій на бізнес. Наприклад, розширення географічного присутності або введення різноманітних туристичних послуг [36].

Важливо навчати персонал управлінню ризиками та ефективному виконанню кризових планів. Це включає навчання персоналу процедурам безпеки, комунікаційним стратегіям у разі кризи та взаємодії з місцевими органами влади та рятувальними службами.

Підприємства повинні постійно моніторити ситуацію в регіонах, де вони діють, та аналізувати потенційні загрози для бізнесу. Це дозволяє своєчасно реагувати на зміни та приймати відповідні заходи.

Управління ризиками в туристичній галузі вимагає постійного вдосконалення та адаптації до змін у геополітичному, економічному та

соціокультурному середовищі. Це дозволяє забезпечити стійкість та успішність бізнесу навіть у непередбачуваних умовах [29].

Розробка стратегій адаптації для туристичних компаній та урядових органів в умовах геополітичної нестабільності є ключовою для збереження конкурентоспроможності та стійкості галузі.

Для туристичних компаній:

1. Диверсифікація ринків та напрямків. Приклад: Велика туристична компанія TUI Group, зіткнувшись із нестабільністю в Північній Африці та Близькому Сході, розширила свої пропозиції в Європі та Азії. Це допомогло зменшити залежність від нестабільних ринків і забезпечити стабільний дохід.

2. Інвестування у безпеку та страхування. Приклад: Готельні мережі, такі як Marriott International, посилили заходи безпеки у своїх готелях, включаючи встановлення систем відеоспостереження та навчання персоналу з кризового реагування. Крім того, було впроваджено страхові пакети, що покривають ризики, пов'язані з тероризмом та політичною нестабільністю.

3. Використання технологій та інновацій. Приклад: Туристичні компанії, такі як Expedia, активно використовують базу даних та аналітику для прогнозування змін у туристичних потоках та адаптації своїх пропозицій до нових умов. Це дозволяє швидко реагувати на зміни попиту та підвищувати ефективність маркетингових кампаній.

4. Створення гнучких продуктів та послуг. Приклад: Авіакомпанії, такі як Qatar Airways, пропонують гнучкі тарифи та політики зміни бронювань без штрафів, що дозволяє пасажиром коригувати свої плани подорожей у разі виникнення непередбачених обставин.

За аналізом даних, наведених на рисунку 3.1, можна зробити висновок, що в сфері готельної індустрії провідним суб'єктом є готельна мережа Wyndham Hotels & Resorts, яка посідає перше місце. У 2021 році цей готельний ланцюг відіграв ключову роль у галузі гостинності, відкривши приблизно 9000 номерів під час пандемії.

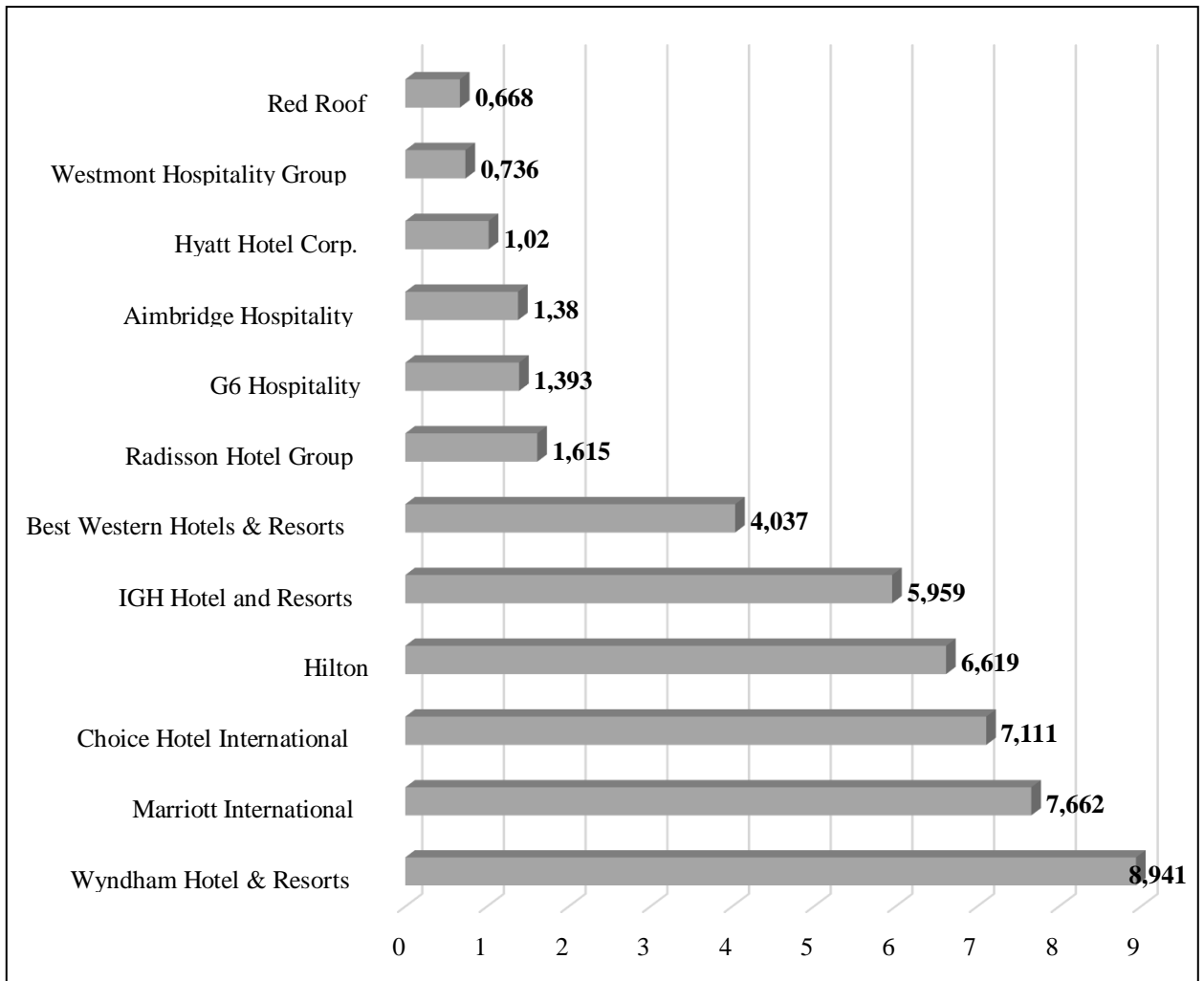


Рис. 3.1 Перелік провідних світових готельних корпорацій у 2021 р. [56]

Друге і третє місця за наповненістю займають Marriott International та Choice Hotels International відповідно. Навіть у період пандемії готель Wyndham La Quinta зумів відкрити близько 937 готельних номерів, демонструючи стійкість та розвиток. Наприклад, у Сполучених Штатах Америки, у місті Нью-Йорк, був розроблений один з найбільших проектів з будівництва міста, який охопив близько 5000 різних об'єктів (див. рис. 3.2).

Впровадження систем безконтактного вхідного та вихідного контролю, які використовують мобільні додатки або біометричні дані, щоб знизити фізичний контакт між гостями та персоналом. Використання платформ для онлайн-бронювання, які інтегровані з автоматизованими системами оплати, що дозволяє гостям зручно і швидко здійснювати бронювання та розрахунки.

Встановлення смарт-технологій у номерах, таких як системи контролю клімату, освітлення та мультимедіа, які можуть бути керовані через мобільні додатки.

Впровадження IoT для моніторингу та управління готельними системами в реальному часі, що дозволяє оптимізувати витрати на енергію та підвищити комфорт гостей.

Використання сучасних систем відеоспостереження з аналітичними функціями для забезпечення безпеки гостей та персоналу.

Встановлення електронних замків і систем доступу на основі біометрії або RFID-технологій для забезпечення високого рівня безпеки.

Використання VR для створення віртуальних турів по готелю, які дозволяють потенційним гостям ознайомитися з умовами проживання перед бронюванням. Впровадження AR-додатків, які надають інформацію про готель та місцеві визначні місця через смартфони або інші пристрої.

Використання роботів для прибирання номерів та громадських зон, що зменшує ризик інфекцій та підвищує рівень гігієни. Встановлення автоматичних дезінфекційних станцій в ключових точках готелю, що сприяє підтримці чистоти та здоров'я гостей.

Використання AI для аналізу даних про гостей та персоналізації їхнього досвіду, включаючи рекомендації щодо харчування, розваг та додаткових послуг. Впровадження чат-ботів для надання цілодобової підтримки та відповіді на запитання гостей в реальному часі [21].

Встановлення систем сонячних панелей, енергоефективного освітлення та водозбереження для зниження екологічного сліду готелю. Впровадження програм з отримання міжнародних екологічних сертифікатів, таких як LEED або Green Key, що підвищують привабливість готелю серед екологічно свідомих туристів.

Використання динамічних цінових моделей, які адаптуються до поточного попиту та ринкових умов, щоб забезпечити конкурентоспроможність і максимізацію прибутків. Впровадження гнучких

умов скасування бронювання, що надають гостям впевненість у можливості зміни планів без значних фінансових втрат.

Ці інновації не тільки допомагають готельним підприємствам адаптуватися до умов геополітичної нестабільності, але й підвищують їхню конкурентоспроможність, забезпечують безпеку та комфорт гостей, а також сприяють сталому розвитку індустрії гостинності.

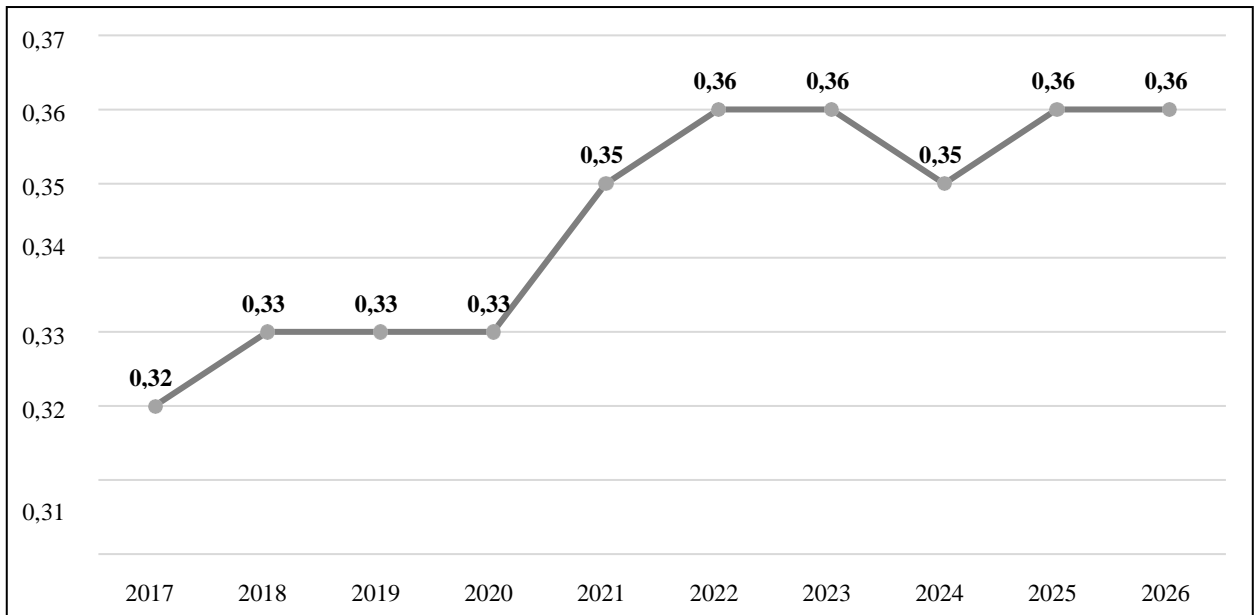


Рис. 3.2 Зміна середнього доходу готельних підприємств від одного клієнта, який користується туристичними послугами на перспективу до 2026 р., %

Інновації, які впроваджуються в готельному бізнесі, значно полегшують не лише перебування гостей, але й роботу співробітників. На світовому готельному ринку спостерігається зростання міжнародної конкуренції, що ускладнює пошук клієнтів та утримання лідерських позицій. Таким чином, готель повинен бути унікальним і не мати аналогів у світі.

Впровадження інновацій та створення готелю такого типу суттєво змінює уявлення про готельний бізнес. Через свою унікальність готель не має конкурентів, що, в свою чергу, сприяє успішному розвитку серед готельєрів.

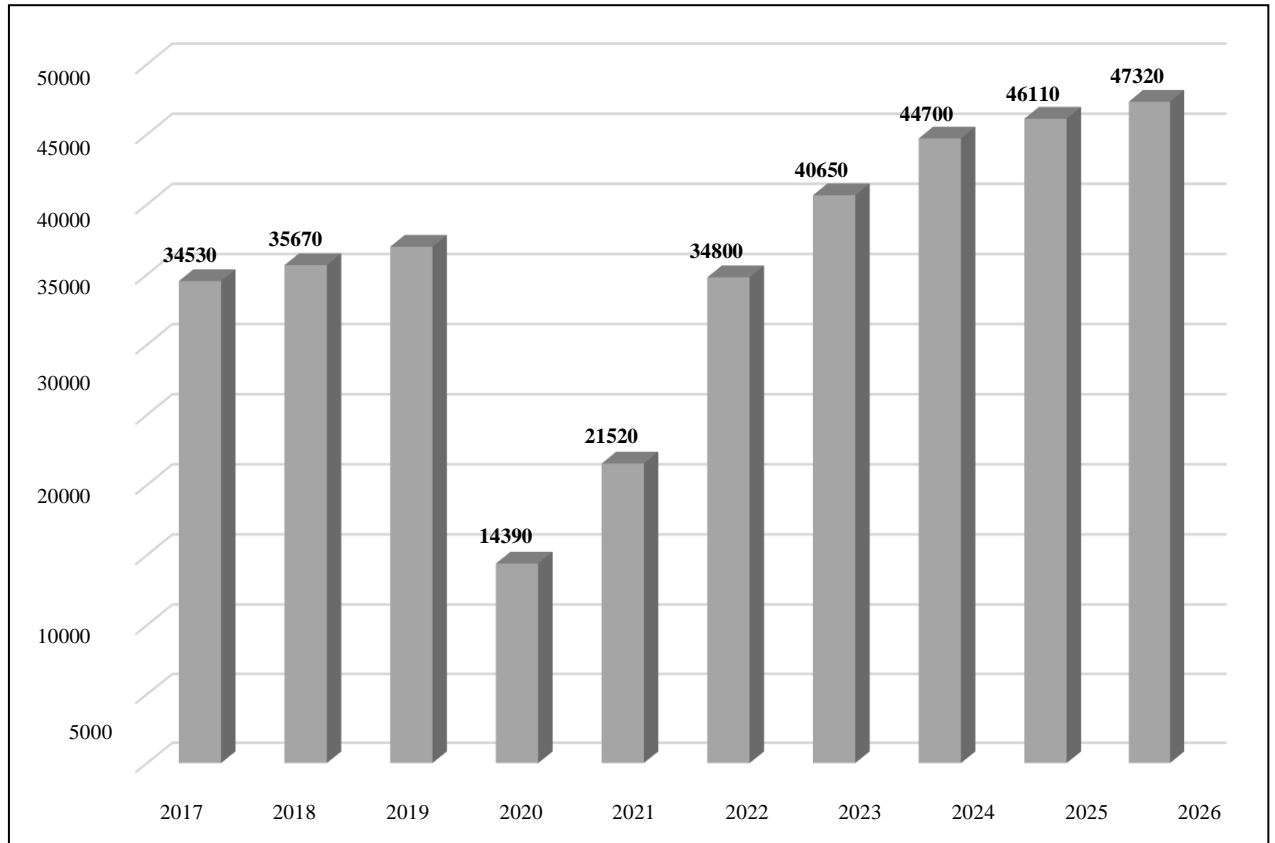


Рис. 3.3. Зміна обсягів доходів готельних підприємств у світі протягом на перспективу до 2026 р., млрд. дол. США [56]

Для урядових органів:

1. Розробка кризових планів та стратегій реагування. Приклад: Уряд Таїланду після політичної кризи 2014 року розробив детальні плани з управління кризами у туристичній галузі, включаючи створення спеціальних комітетів для координації дій під час надзвичайних ситуацій.

2. Підтримка та стимулювання місцевого туризму. Приклад: Уряд Іспанії під час пандемії COVID-19 запустив кампанію «Spain for You» для стимулювання внутрішнього туризму, надаючи знижки та спеціальні пропозиції для місцевих туристів. Це допомогло підтримати туристичну галузь під час глобальної кризи.

3. Інвестиції у розвиток інфраструктури та безпеки. Приклад: Уряд Туреччини інвестував значні кошти у модернізацію аеропортів, транспортної

інфраструктури та посилення заходів безпеки після серії терактів. Це сприяло відновленню довіри туристів та збільшенню туристичних потоків.

4. Просування нових туристичних напрямків та продуктів. Приклад: Уряд В'єтнаму активно просуває нові туристичні напрямки, такі як Фукуок, через міжнародні виставки та рекламні кампанії. Це допомогло знизити залежність від традиційних туристичних центрів, які можуть бути більш вразливими до політичних та економічних змін [21].

Стратегії співпраці між урядами та приватним сектором:

1. Партнерство з міжнародними організаціями. Приклад: Партнерство між урядом Греції та Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO) для просування безпечного та стійкого туризму. Це включає розробку програм з навчання та сертифікації для підвищення рівня безпеки та якості послуг.

2. Створення спеціальних фондів для підтримки туризму. Приклад: Уряд Італії створив фонд підтримки туристичної галузі, який надає гранти та пільгові кредити малим та середнім туристичним підприємствам для відновлення після кризових ситуацій.

Ці приклади стратегій адаптації допомагають туристичним компаніям та урядовим органам ефективно реагувати на виклики геополітичної нестабільності, забезпечуючи стійкий розвиток галузі та збереження конкурентоспроможності.

Розробка стратегії адаптації для туристичної галузі України в умовах воєнного стану є критично важливою для збереження та відновлення її економічного потенціалу. Нижче наведено комплексну стратегію, яка включає короткострокові та довгострокові заходи, спрямовані на подолання викликів і забезпечення стійкого розвитку.

Таблиця 3.1

Впровадження стратегії адаптації для туристичної галузі України в умовах
воєнного стану

Напрями стратегії	Загальна характеристика
<i>Короткострокові заходи</i>	
1. Забезпечення безпеки туристів	Впровадження додаткових заходів безпеки на ключових туристичних об'єктах, у готелях, транспортних вузлах.
	Розробка та поширення рекомендацій для туристів щодо поведінки у кризових ситуаціях.
	Залучення підтримки міжнародних організацій, таких як UNWTO, для забезпечення безпеки туристів та підвищення рівня довіри до країни.
2. Інформаційна підтримка	Запуск інформаційних кампаній для роз'яснення поточної ситуації та заходів, що вживаються для забезпечення безпеки туристів.
	Відкриття центрів надання інформації та підтримки для туристів у ключових туристичних місцях.
3. Стимулювання внутрішнього туризму	Надання грантів та субсидій для розвитку внутрішнього туризму, зокрема у відносно безпечних регіонах країни.
	Створення та просування нових туристичних маршрутів у безпечних регіонах, акцентуючи увагу на культурних, історичних та природних пам'ятках.
<i>Довгострокові заходи</i>	
1. Інвестування у відновлення та модернізацію інфраструктури	Ремонт та відновлення туристичної інфраструктури, зруйнованої внаслідок воєнних дій.
	Поліпшення якості доріг, залізничних шляхів, аеропортів та інших транспортних вузлів для забезпечення зручності та безпеки туристичних перевезень.
2. Розробка спеціальних туристичних програм	Розробка програм, що висвітлюють історичні події та героїзм українського народу, зокрема у контексті сучасних подій.
	Розвиток екотуризму у відносно безпечних регіонах, що сприяє збереженню природи та залученню туристів, які цікавляться природними красотами.
3. Використання технологій та інновацій	Створення онлайн платформ для бронювання послуг та проведення віртуальних турів, що дозволяють туристам ознайомитися з українськими пам'ятками на відстані.
	Використання технологій IoT та великих даних для оптимізації туристичних маршрутів, забезпечення безпеки та покращення якості послуг.
4. Підтримка міжнародної співпраці та інвестицій	Залучення міжнародних проектів та грантів для відновлення та розвитку туристичної галузі.
	Активна співпраця з українською діаспорою для просування туристичних можливостей України на міжнародній арені.

Розроблена стратегія адаптації передбачає комплексний підхід, що включає як невідкладні заходи для забезпечення безпеки та підтримки туристичної галузі у короткостроковій перспективі, так і довгострокові ініціативи, спрямовані на відновлення та стійкий розвиток туризму в Україні. Ця стратегія повинна бути гнучкою та адаптивною до змінних умов, зокрема до можливого завершення воєнного стану та перехідного періоду відновлення країни.

3.2 Впровадження технологій та інновацій у подоланні викликів геополітичної нестабільності

Технології та інновації можуть відігравати ключову роль у подоланні викликів, пов'язаних з геополітичною нестабільністю в туристичній галузі. Ось деякі з найважливіших способів, які технології можуть використовуватися для цієї мети:

Завдяки інтернету та соціальним медіа, туристичні компанії можуть залучати нових клієнтів та зберігати існуючих, незважаючи на геополітичну нестабільність. Ефективне використання цифрового маркетингу, пошукової оптимізації та соціальних мереж дозволяє підприємствам збільшувати свою видимість та привертати туристів.

Сучасні системи бронювання та управління дозволяють підприємствам ефективно керувати своїми ресурсами, включаючи готельні номери, транспорт та екскурсійні послуги. Це дозволяє компаніям швидко реагувати на зміни в попиті та мінімізувати фінансові втрати.

Використання аналітичних інструментів дозволяє підприємствам прогнозувати тенденції ринку та адаптувати свої стратегії відповідно до геополітичних змін. Це допомагає зменшити ризики та оптимізувати витрати.

Використання VR та AR технологій дозволяє туристичним компаніям привертати увагу клієнтів та створювати унікальні враження без фактичного перебування в небезпечних або нестабільних регіонах.

Використання криптовалют та технології блокчейну може забезпечити безпечні та анонімні фінансові транзакції для туристів у країнах зі складною політичною ситуацією або валютними обмеженнями.

Впровадження IoT розв'язків у готелях, ресторанах та інших туристичних підприємствах дозволяє забезпечити більшу зручність та безпеку для гостей, а також оптимізувати витрати на управління ресурсами.

Технології та інновації можуть бути потужними інструментами для подолання викликів, пов'язаних з геополітичною нестабільністю. Ефективне використання цих інструментів дозволяє туристичним підприємствам адаптуватися до змінного середовища та забезпечувати стабільну та успішну діяльність навіть у непередбачуваних умовах [48].

В умовах воєнного стану впровадження сучасних технологій та інновацій є критично важливим для підтримки та розвитку туристичної галузі України. Нижче наведено конкретні технології та інновації, які можуть бути корисними у цій ситуації.

Технології для забезпечення безпеки.

1. Системи відеоспостереження та аналітики. Приклад: Встановлення сучасних камер відеоспостереження з функцією розпізнавання облич та аналітичними можливостями для моніторингу туристичних об'єктів та громадських місць. Це допоможе забезпечити безпеку туристів та швидко реагувати на можливі загрози.

2. Мобільні додатки для безпеки. Приклад: Розробка мобільних додатків, які надають туристам інформацію про безпечні маршрути, найближчі укриття, пункти першої допомоги та інші важливі об'єкти. Додатки можуть також включати функції екстреного зв'язку з відповідними службами.

Технології для просування туризму

1. Віртуальні тури та віртуальна реальність (VR). Приклад: Створення віртуальних турів ключовими туристичними об'єктами України. Використання VR-технологій дозволить потенційним туристам віртуально відвідати визначні місця та культурні пам'ятки, що може підвищити їх зацікавленість у подорожах після стабілізації ситуації.

2. Доповнена реальність (AR). Приклад: Впровадження AR-додатків, які надають додаткову інформацію про туристичні об'єкти в реальному часі через смартфони чи інші пристрої. Це може включати історичні довідки, вказівники, мультимедійні матеріали тощо.

Технології для підтримки бізнесу

1. Онлайн платформи для бронювання та продажу послуг. Приклад: Розробка та вдосконалення онлайн платформ для бронювання готелів, екскурсій, транспортних послуг та інших туристичних активностей. Такі платформи можуть інтегрувати різні послуги, пропонуючи туристам зручні інструменти для планування подорожей.

2. Системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). Приклад: Використання CRM-систем для туристичних компаній, які допоможуть ефективно управляти взаємодією з клієнтами, персоналізувати пропозиції та підвищити рівень обслуговування.

Технології для інформування та підтримки туристів

1. Чат-боти та голосові асистенти. Приклад: Впровадження чат-ботів та голосових асистентів на основі штучного інтелекту, які надаватимуть туристам інформацію про маршрути, місця відпочинку, поточну ситуацію та відповідатимуть на інші запитання в режимі реального часу.

2. Геолокаційні сервіси. Приклад: Використання геолокаційних сервісів для відстеження та координації туристів у реальному часі. Це може включати повідомлення про безпечні зони, маршрути евакуації та інші важливі дані.

Технології для підтримки внутрішнього туризму

1. Платформи для спільного використання ресурсів (sharing economy). Приклад: Розвиток платформ для спільного використання житла, транспорту

та інших ресурсів. Наприклад, розширення можливостей для оренди приватного житла через сервіси типу Airbnb, що може бути зручним та економічним варіантом для внутрішніх туристів.

2. Цифрові маркетингові кампанії. Приклад: Використання цифрових маркетингових інструментів для просування туристичних напрямків всередині країни. Це може включати соціальні мережі, контент-маркетинг, таргетовану рекламу та інші онлайн-канали для залучення туристів [33].

Інновації для стійкого розвитку

1. Розвиток екотуризму. Приклад: Впровадження інноваційних практик для розвитку екотуризму, включаючи використання відновлюваних джерел енергії, екологічно чистого транспорту та збереження природних ресурсів.

2. Освітні програми та тренінги. Приклад: Організація освітніх програм та тренінгів для працівників туристичної галузі з метою підвищення їх кваліфікації та обізнаності щодо сучасних технологій, управління кризами та забезпечення безпеки туристів.

Впровадження цих технологій та інновацій допоможе туристичній галузі України адаптуватися до умов воєнного стану, зберегти конкурентоспроможність та забезпечити стійкий розвиток у довгостроковій перспективі.

У сучасному світі стикаємося з військовою агресією настільки жорстокою, що не мали прикладу з часів Другої світової війни, тому для України немає жодного порівняльного досвіду з такою сильною військовою агресією та кризою. Можливо, український уряд може взяти на увагу досвід Грузії, де розвиток туризму тривав навіть під час війни, або досвід Ізраїлю.

Серед ключових заходів для стимулювання туристичної галузі можна виокремити наступні:

1. Урядова підтримка та фінансова підтримка туристичної галузі, а також полегшення умов кредитування бізнесу;

2. Зменшення податків для сектору туризму та скасування податкових зборів для туристів, які вже знаходяться в подорожі;

3. Зниження податкового тягаря або надання пільг для бізнесу, який найбільше постраждав внаслідок кризи;
4. Спрощення процедури отримання віз та зниження їх вартості;
5. Впровадження технологій, що дозволять зменшити час очікування в аеропорту та швидко пройти паспортний контроль;
6. Збереження тісного зв'язку з клієнтами.

Український уряд може взяти на увагу досвід країн, які пережили військові дії або постійно знаходяться в стані конфлікту, для розробки стратегій стимулювання туристичної галузі в умовах воєнного стану. Хорватія, наприклад, вдало використовувала маркетингові кампанії для популяризації своїх туристичних ресурсів, що допомогло повернути іноземних туристів і збільшити ВВП країни. Ізраїль і Грузія, хоча знаходяться в умовах довгострокового військового конфлікту, розвивають туризм і використовують його як ключовий елемент економіки. Україні важливо навчитися від цих країн і прийняти антикризові заходи, щоб відновити туристичний сектор у відповідь на поточну військову агресію [21].

Багато туристів переглядають відеоблоги на YouTube, де блогери відвідують різні країни та розповідають про їх особливості. Українські блогери стали відомими по всьому світу завдяки тому, що перекладають свої відео на англійську мову та активно висвітлюють ситуацію в Україні, а деякі навіть подорожують містами.

Очевидно, що після завершення війни ринок туризму в Україні пройде повну трансформацію. Завдяки великій кількості зруйнованих пам'яток і появі нових меморіальних місць для українців, сфера туризму перейде на новий рівень. Вже зараз з'являються ідеї щодо відвідування місць, які були під окупацією або частково знищені.

Українському уряду слід створити бренд України як безпечної країни для відвідування, оскільки після 2014 року ситуація стала менш привабливою для туристів. Також потрібно активно просувати туристичні об'єкти, такі як

гірськолижні курорти та морські пляжі, а також велику кількість замків у Західній Україні.

Україна має значний потенціал у нетрадиційних сферах туризму. Наприклад, для шанувальників урбаністичної культури Київ може бути привабливим, оскільки в столиці знаходиться велика кількість муралів, Чорнобильська зона та постмодерністські будівлі великих міст; екотуризм розвинений в Карпатах та Центральній Україні; для любителів спокійного відпочинку доступні природні парки, навіть в годині їзди від столиці. Розвиток мілітарного туризму також має потенціал для приваблення туристів. Однією з ідей для просування українського туризму є створення туристичних офісів у розвинених країнах. Важливо постійно підтримувати туристичний імідж України за допомогою маркетингових кампаній та реклами [35].

Умови війни в Україні вимагають комплексного підходу до стимулювання туристичної галузі, а саме:

1. Підтримка внутрішнього туризму може допомогти зменшити залежність від зовнішніх туристичних потоків. Уряд може запровадити програми та ініціативи для просування вітчизняного туризму та підтримки місцевих туристичних підприємств.

2. Уряд може надати фінансову допомогу туристичним підприємствам, які постраждали від війни. Це може включати субсидії, низькопроцентні кредити або інші форми фінансової допомоги.

3. Проведення маркетингових кампаній для привертання туристів у відомі туристичні регіони України, які залишаються безпечними для відвідування, може сприяти відновленню туристичних потоків.

4. Співпраця з іноземними інвесторами може допомогти розвинути туристичну інфраструктуру та залучити нові інвестиції у галузь.

5. Спрощення процедур відкриття та управління туристичним бізнесом може стимулювати розвиток сектору в умовах війни.

Ці заходи можуть допомогти зберегти і розвинути туристичну галузь України навіть у складних умовах війни.

3.3 Розробка рекомендацій для туристичних компаній та урядових органів у нестабільних геополітичних умовах

У нестабільних геополітичних умовах туристичні послуги можуть розвиватися в напрямках, що враховують зміни в політичних, економічних та соціокультурних умовах. Перспективи розвитку туристичних послуг у таких умовах:

1. Туристичні компанії можуть звертатися до нових ринків, які раніше можуть бути виключені через політичні обмеження або конфлікти. Наприклад, розвиток туризму до регіонів, які відкриваються на новий політичний або економічний розвиток.

2. Туристичні підприємства можуть шукати нові способи привертати та обслуговувати клієнтів в умовах, коли певні регіони або країни стають недоступними або менш привабливими через політичні обмеження.

3. Умови геополітичної нестабільності можуть спонукати до розвитку альтернативних форм туризму, таких як екологічний туризм, культурний туризм або гастрономічний туризм, які можуть бути менш чутливими до політичних ризиків (рис. 3.4).

4. Розвиток цифрових технологій може сприяти збільшенню віртуальних подорожей, онлайн-туризму та інших форм дистанційного спілкування з різних куточків світу, що може зменшити вплив геополітичних обмежень на мобільність та доступ до туристичних ресурсів.

5. Умови геополітичної нестабільності можуть спонукати до розвитку безпечного туризму, з використанням новітніх технологій та інноваційних підходів до забезпечення безпеки та захисту туристів у відкритих або нестабільних регіонах.

6. Умови геополітичної нестабільності можуть сприяти розвитку міжнародної співпраці та обміну досвідом між країнами та регіонами, що може

стимулювати інновації та підвищувати конкурентоспроможність туристичної індустрії [46].

У нових геополітичних умовах туристична індустрія може знаходити нові можливості та шляхи розвитку, а також стикається з новими викликами та ризиками. Важливо для підприємств бути готовими до адаптації та пошуку інноваційних рішень для подолання цих викликів і використання нових можливостей.

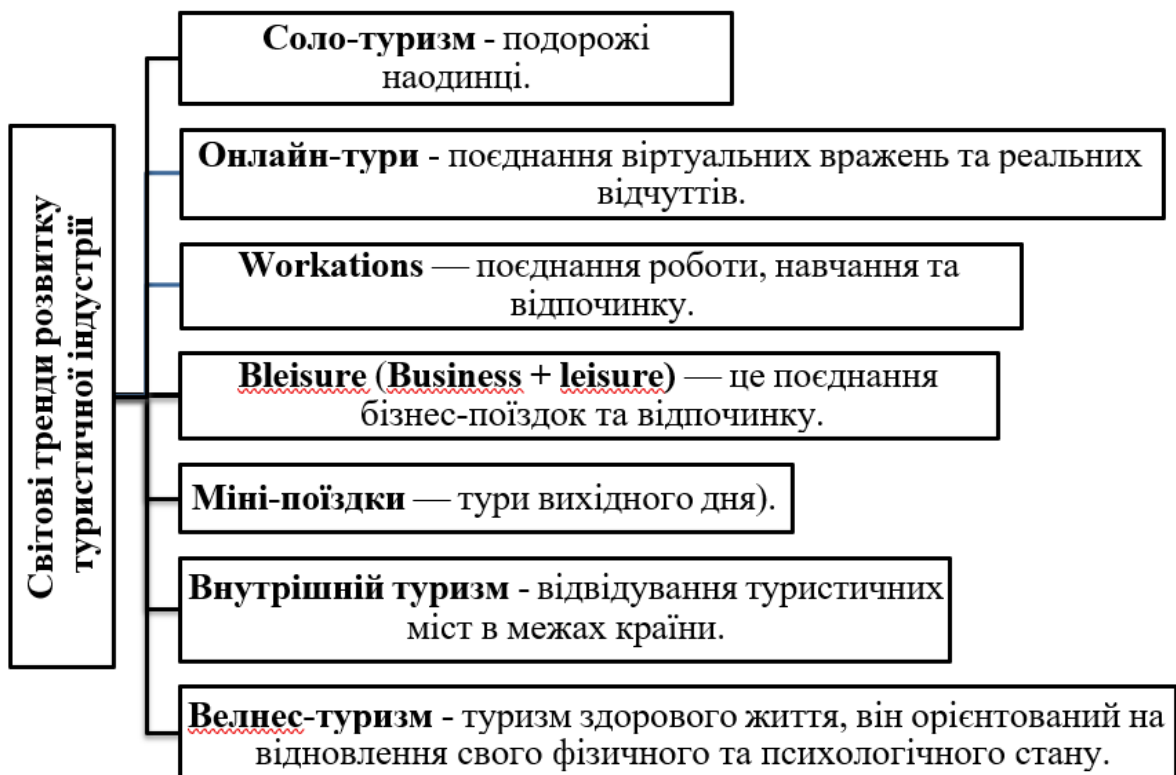


Рис. 3.4 Перспективні глобальні тенденції у розвитку туристичної галузі

SWOT-аналіз демонструє, що світове середовище туризму в умовах нестабільної геополітичної ситуації стикається з серйозними викликами, але також має потенціал для адаптації та розвитку. Важливо зосередитися на використанні сильних сторін та можливостей, таких як розвиток внутрішнього туризму та інноваційні маркетингові стратегії, для подолання слабких сторін та загроз.

Таблиця 3.2

SWOT - аналіз світового середовища туризму в умовах нестабільної геополітичної ситуації

Strengths (Сильні сторони)	Weaknesses (Слабкі сторони)
<p>Природні та культурні ресурси: Незважаючи на геополітичну нестабільність, багато країн мають унікальні природні ландшафти, історичні пам'ятки та культурні ресурси, які продовжують приваблювати туристів.</p> <p>Розвинена інфраструктура: В багатьох регіонах світу існує добре розвинена туристична інфраструктура, включаючи транспортні мережі, готелі та рекреаційні об'єкти.</p> <p>Інноваційні технології: Використання сучасних технологій, таких як віртуальна реальність, мобільні додатки та онлайн-платформи, сприяє залученню туристів та підвищенню рівня обслуговування.</p>	<p>Залежність від політичної стабільності: Туризм дуже залежить від політичної стабільності, і навіть невеликі конфлікти можуть негативно вплинути на туристичні потоки.</p> <p>Інфраструктурні проблеми: У деяких регіонах інфраструктура недостатньо розвинена або пошкоджена через конфлікти, що знижує привабливість для туристів.</p> <p>Економічна нестабільність: Економічні проблеми, такі як інфляція та безробіття, можуть обмежити можливості для розвитку туризму та зменшити купівельну спроможність потенційних туристів.</p>
Opportunities (Можливості)	Threats (Загрози)
<p>Розвиток внутрішнього туризму: У кризових умовах країни можуть зосередитися на розвитку внутрішнього туризму, що допоможе підтримати галузь і зменшити залежність від міжнародних туристів.</p> <p>Диверсифікація туристичних продуктів: Розробка нових видів туризму, таких як екотуризм, агротуризм та культурний туризм, може залучити нових туристів та забезпечити стійкий розвиток.</p> <p>Інноваційні маркетингові стратегії: Використання цифрових маркетингових інструментів та соціальних мереж для просування туристичних напрямків і залучення нових клієнтів.</p>	<p>Безпекові ризики: Терористичні атаки, збройні конфлікти та політична нестабільність можуть суттєво знизити кількість туристів.</p> <p>Економічні кризи: Глобальні економічні кризи можуть призвести до зменшення кількості міжнародних туристів через зниження доходів населення.</p> <p>Зміни у споживчих уподобаннях: Під впливом нестабільності туристи можуть змінювати свої вподобання, обираючи більш безпечні напрямки або змінюючи види відпочинку.</p>

Розробка рекомендацій для туристичних компаній та урядових органів може допомогти підвищити стійкість туристичної галузі до геополітичної нестабільності та забезпечити її подальший розвиток. Наведемо рекомендації для кожної з груп зацікавлених сторін.

Для туристичних компаній:

1. Розширення ринків збуту та розвитку нових напрямків туризму для зменшення ризиків, пов'язаних з політичною нестабільністю у вже існуючих регіонах.

2. Інвестування в інноваційні технології для покращення маркетингу, обслуговування клієнтів та управління бізнесом. Віртуальна реальність, інтерактивні додатки та онлайн-платформи можуть допомогти збільшити конкурентоспроможність вашої компанії.

3. Оцінка потенційних ризиків, які пов'язані з геополітичною нестабільністю, та розробка кризових планів, які допоможуть забезпечити стійкість бізнесу в разі непередбачуваних подій.

4. Можливість співпраці з місцевими органами влади, туристичними асоціаціями та іншими зацікавленими сторонами для спільного розв'язання проблем, пов'язаних з геополітичною нестабільністю.

Для урядових органів:

1. Створення сприятливого інвестиційного середовища для інвестицій у туристичну галузь, що сприятиме її стабільності та розвитку навіть у геополітично складних умовах.

2. Розробка програми та ініціативи, які спрямовані на підтримку малих та середніх туристичних підприємств, що можуть бути особливо вразливими до геополітичних змін.

3. Інвестування у розвиток туристичної інфраструктури, такої як транспортні зв'язки, готелі, ресторани та інші послуги, що створить сприятливе середовище для подальшого розвитку галузі.

4. Проведення ефективних маркетингових кампаній для туристів у нові або відновлювані регіони, що зазнали впливу геополітичної нестабільності [21].

Разом туристичні компанії та урядові органи можуть спільно працювати для забезпечення стійкості та розвитку туристичної галузі в умовах

геополітичної нестабільності. Це вимагає співпраці, інновацій та готовності до адаптації до змін у середовищі.

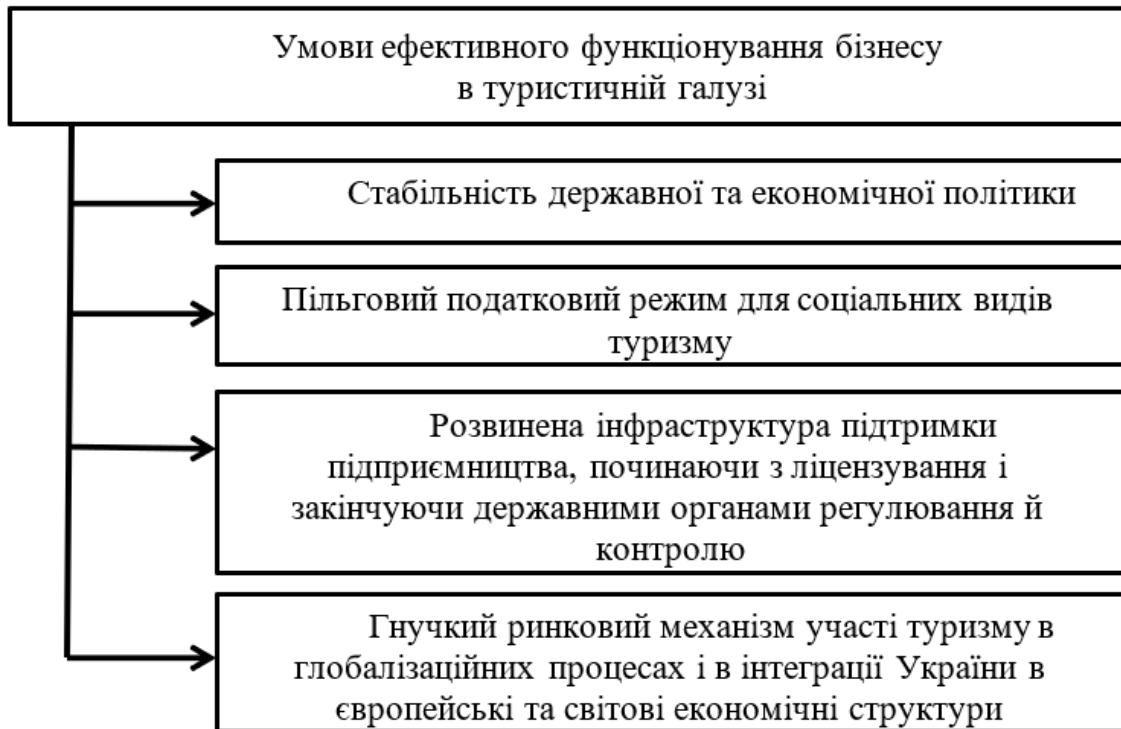


Рис. 3.5. Перспективні умови ефективного функціонування туристичного бізнесу в Україні

Після завершення війни і початку процесу відновлення внутрішній туризм може зазнати економічного спаду. Однак з часом він відновиться і пройде певні зміни. Багато осіб зацікавляться відвідуванням місць, які стали символами війни. Якщо раніше люди подорожували до місць козацької слави, таких як Холодний Яр, Черкащина, Хортиця, то тепер до них можуть додатися місця сучасної слави. Тому важливо вже зараз розробляти подібні туристичні програми, щоб українці розуміли те, що відбулося, і передавали історію боротьби та перемоги наступним поколінням.

Розробка конкретних рекомендацій для туристичних компаній України в умовах воєнного стану включає заходи, спрямовані на забезпечення безпеки туристів, адаптацію бізнес-моделей, підтримку клієнтів та ефективне використання технологій.

Рекомендації для туристичної сфери України в умовах воєнного стану

Рекомендації	Напрямки
Забезпечення безпеки туристів	
1. Оцінка ризиків та планування безпеки	Провести детальну оцінку ризиків для кожного туристичного маршруту та об'єкту. Розробити та впровадити плани евакуації та кризового управління для туристів та персоналу.
2. Впровадження технологій безпеки	Встановити сучасні системи відеоспостереження на об'єктах розміщення та ключових туристичних місцях. Розробити мобільні додатки для надання туристам інформації про безпечні маршрути, укриття та пункти першої допомоги.
Адаптація бізнес-моделей	
1. Диверсифікація послуг	Розширити спектр послуг, включаючи внутрішній туризм та екотуризм, щоб знизити залежність від міжнародних туристів. Розробити нові туристичні маршрути у відносно безпечних регіонах країни.
2. Гнучкість у бронюванні	Запровадити гнучкі умови бронювання, які дозволяють змінювати або скасовувати бронювання без штрафів у випадку непередбачених обставин.
Підтримка клієнтів	
1. Прозора комунікація	Регулярно інформувати клієнтів про поточну ситуацію в країні та заходи, що вживаються для їхньої безпеки. Відповідати на запити клієнтів оперативно та надавати детальну інформацію щодо можливих ризиків та безпечних маршрутів.
2. Створення інформаційних центрів	Відкрити центри надання інформації та підтримки для туристів у ключових туристичних місцях.
Використання технологій	
1. Віртуальні тури та VR	Створити віртуальні тури ключовими туристичними об'єктами України для залучення потенційних туристів. Використовувати VR-технології для презентації туристичних можливостей країни на міжнародних виставках та онлайн-платформах.
2. Геолокаційні сервіси	Впровадити геолокаційні сервіси для відстеження та координації туристів у реальному часі, забезпечуючи їхню безпеку та надаючи актуальну інформацію про ситуацію.
Маркетинг та просування	
1. Цифрові маркетингові кампанії	Використовувати соціальні мережі, контент-маркетинг, таргетовану рекламу та інші онлайн-канали для просування туристичних напрямків всередині країни. Активно просувати нові туристичні маршрути та безпечні зони для внутрішніх та іноземних туристів.
2. Співпраця з інфлюенсерами та блогерами	Співпрацювати з місцевими та міжнародними інфлюенсерами та блогерами для популяризації туристичних можливостей України.
Підтримка співробітників	
1. Навчання та тренінги	Організувати регулярні навчальні програми та тренінги для персоналу щодо безпеки, кризового управління та використання сучасних технологій. Підвищувати кваліфікацію співробітників у сфері надання туристичних послуг та роботи з клієнтами.
2. Психологічна підтримка	Надавати психологічну підтримку співробітникам, які працюють в умовах підвищеного стресу, забезпечуючи доступ до консультацій та психологічної допомоги.
Співпраця з урядовими та міжнародними організаціями	
1. Партнерство з урядовими структурами	Співпрацювати з урядовими структурами для отримання актуальної інформації про безпеку, рекомендації та підтримку. Брати участь у державних програмах підтримки туристичної галузі.
2. Залучення міжнародної підтримки	Співпрацювати з міжнародними організаціями, такими як UNWTO, для отримання грантів та технічної допомоги. Брати участь у міжнародних проектах та ініціативах, спрямованих на розвиток туризму в умовах кризи.

Щодо в'їзного туризму після війни відкриються значні можливості. Якщо зможемо правильно комунікувати, то люди будуть цікавитися нами. Початково популярними будуть маршрути, пов'язані з війною і ключовими післявоєнними локаціями. Це буде відноситися до пізнавального туризму - відвідувати та спостерігати на власні очі. Потім слід буде показати, що ще можемо запропонувати. Паралельно будемо презентувати іншу Україну - гостинну, з неймовірною природою, давньою культурою та чудовою кухнею. Цей баланс буде збережено.

Після війни туризм зазнає змін. Зміниться підхід до міського планування, де потрібно буде враховувати аспекти з укриттями. В музеях будуть розроблені повноцінні плани евакуації цінностей. Зараз інтерес до України у світі великий, і ми обов'язково перетворимо його на потужний потік туристів [21].

Ці рекомендації допоможуть туристичним компаніям України адаптуватися до умов воєнного стану, забезпечити безпеку туристів та співробітників, а також зберегти конкурентоспроможність та стійкий розвиток у складних умовах.

Висновки до 3 розділу

Управління ризиками в туристичній галузі є критичним для забезпечення стійкості бізнесу в умовах геополітичної нестабільності. Основні стратегії включають аналіз та оцінку ризиків, розробку кризових планів, використання страхування та фінансових заходів, диверсифікацію ризиків, навчання та підготовку персоналу, а також постійний моніторинг та аналіз ситуації. Ці стратегії допомагають підприємствам швидко реагувати на зміни та мінімізувати можливі збитки.

Технології та інновації відіграють важливу роль у подоланні викликів геополітичної нестабільності. Використання онлайн-маркетингу, електронних систем бронювання, аналітики та прогнозування, віртуальної та доповненої реальності, криптовалют та блокчейну, а також Інтернету речей (IoT) дозволяє туристичним компаніям покращувати свої послуги, забезпечувати безпеку та зручність для клієнтів і оптимізувати управління ресурсами. Це допомагає зменшити вплив геополітичних ризиків і створювати нові можливості для зростання бізнесу.

У нових геополітичних умовах туристична галузь має розвиватися, враховуючи поточні виклики та можливості. Основні перспективи включають диверсифікацію ринків, адаптацію до змін політичних обмежень, розвиток альтернативного та безпечного туризму, збільшення ролі цифрового туризму та співпраця та обмін досвідом між країнами.

Рекомендації для туристичних компаній:

- Диверсифікувати ринки та розширювати ділові операції.
- Інвестувати в новітні технології та інноваційні підходи.
- Розробляти кризові плани та оцінювати ризики.
- Страхувати бізнес від можливих фінансових втрат.
- Встановлювати партнерства для спільного вирішення проблем.

Рекомендації для урядових органів:

- Створювати сприятливе інвестиційне середовище.
- Підтримувати малий та середній бізнес у туристичній галузі.
- Інвестувати у розвиток туристичної інфраструктури.
- Проводити ефективні маркетингові кампанії.
- Сприяти міжнародній співпраці та обміну досвідом.

Успішне впровадження цих стратегій та рекомендацій допоможе туристичним компаніям та урядовим органам ефективно долати виклики, пов'язані з геополітичною нестабільністю, та забезпечити стабільний розвиток туристичної галузі в нових умовах.

ВИСНОВКИ

Світовий ринок туристичних послуг є складною системою, що включає різноманітні види послуг, такі як транспортні, готельні, екскурсійні, рекреаційні та розважальні. Його структура визначається взаємодією між постачальниками туристичних послуг, споживачами та регулюючими органами. Цей ринок зазнає впливу глобальних економічних, політичних і соціокультурних тенденцій, що визначає його динамічний розвиток.

Розвиток туристичної галузі залежить від різних факторів, включаючи економічні (рівень доходів, валютний курс), соціальні (демографічні зміни, міграційні потоки), політичні та правові (регуляторна політика, безпека), технологічні (інновації, інтернет) та екологічні (кліматичні зміни, природні ресурси). Взаємодія цих факторів визначає попит на туристичні послуги та їхню доступність.

Геополітична нестабільність включає конфлікти, політичні кризи, терористичні загрози та інші дестабілізуючі фактори. Теоретичні моделі впливу геополітичної нестабільності на економіку та туризм акцентують на прямому та непрямому впливі таких подій на туристичні потоки, фінансові показники підприємств та загальну стабільність галузі. Методи оцінки та управління ризиками включають аналіз політичної ситуації, прогнозування та розробку кризових планів.

Сучасна геополітична ситуація характеризується зростанням кількості регіональних конфліктів, політичних криз і терористичних загроз. Ці події значно впливають на туристичні потоки та змінюють привабливість окремих напрямків.

Основні виклики включають зменшення кількості туристів у регіонах з високим рівнем небезпеки, підвищення вартості страхування, необхідність додаткових заходів безпеки, а також втрати доходів і робочих місць у

постраждалих регіонах. Ці виклики вимагають від галузі адаптаційних стратегій та оперативного управління кризами.

Геополітичні кризи призводять до суттєвих змін у туристичних потоках. Наприклад, туристи уникають небезпечних регіонів, що призводить до зниження доходів у цих зонах та перерозподілу туристичних потоків до більш стабільних країн. Це вимагає гнучкості та швидкої адаптації від туристичних компаній.

Управління ризиками включає розробку та впровадження кризових планів, страхування, диверсифікацію ринків, проведення постійного моніторингу політичної ситуації та навчання персоналу для швидкого реагування на кризи. Ефективне управління ризиками допомагає зменшити негативні наслідки геополітичної нестабільності.

Технології та інновації, такі як віртуальна реальність, онлайн-системи бронювання, аналітичні інструменти та криптовалюти, сприяють підвищенню стійкості туристичної галузі до геополітичних викликів. Вони дозволяють туристичним компаніям залишатися конкурентоспроможними та надавати якісні послуги навіть в умовах нестабільності.

Нові геополітичні умови вимагають від туристичних компаній та урядових органів розробки стратегій адаптації та диверсифікації. Рекомендації для туристичних компаній включають диверсифікацію ринків, інвестування в новітні технології, управління ризиками та співпрацю з іншими гравцями ринку. Урядові органи повинні стимулювати інвестиції, підтримувати малий та середній бізнес, розвивати інфраструктуру та просувати туристичні напрямки на міжнародному рівні. Спільні зусилля забезпечать стабільний розвиток галузі в умовах геополітичної нестабільності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Dobrianska N., Nikoliuk O., Lebedieva V. Organizational and economic measures of tourism development on the example of the Avangard United Territorial Community of Odessa region// Food Industry Economics. 2019. Vol.11, Issue 3. P. 88-96 <https://journals.onaft.edu.ua/index.php/fie/article/view/1466/1674> <https://doi.org/10.15673/fie.v11i3.1466>
2. Добрянська Н.А. Сучасний стан та перспективи розвитку морського круїзного туризму в Одеській області / Н. А. Добрянська, А. С. Володівщук, Р. А. Добрянський // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 4 (10). – С. 50-56. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejoru/2019/No4/50.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.6483207
3. Dobrianska N.A. Functional directions of development of the system of investment attraction in the economy of the regions of Ukraine / N.A. Dobrianska, L.A. Torishnya, D.O. Pulcha // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2021. – № 1 (15). – С. 22-29. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejoru/2021/No1/22.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.01.2021.3. DOI: 10.5281/zenodo.4885136.
4. Dobrianska N.A. Management of investment processes in Ukraine at the regional level: the state and problems of improvement / N. A. Dobrianska, L. A. Torishnya, D. O. Pulcha // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2021. – № 1 (53). – С. 44-49. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/files/archive/2021/No1/44.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.01.2021.12. DOI: 10.5281/zenodo.4885322.
5. Dobrianska N.A. Analysis of illegal migration and government policy to eliminate it / N. A. Dobrianska, A. A. Demyanyuk, V. O. Shvets // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2021. – № 2 (54). – С. 24-31. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2021/No2/24.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.02.2021.3. DOI: 10.5281/zenodo.5115796.

6. Dobrianska N.A. Global migration trends, its causes and consequences for the country in the context of globalization / N. A. Dobrianska, O. M. Halytskyi, A. V. Makodzeb // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2021. – № 3 (17). – С. 35-42. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/ejopu/2021/No3/35.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.03.2021.5. DOI: 10.5281/zenodo.5751056
7. Добрянська, Н., Саркісян, Г., Ніколюк, О., & Єланська, К. (2021). Аналіз міжнародного ринку готельних послуг: проблеми і тенденції розвитку. *Food Industry Economics*, 13(4). <https://doi.org/10.15673/fie.v13i4.2193>
8. Dobrianska N.A. International and state regulation of migration processes and development of their strategies and development of its strategy / N. A. Dobrianska, O. V. Nikoliuk, N. V. Pryliepina // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2021. – № 3 (55). – С. 29-40. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2021/No3/29.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.03.2021.4. DOI: 10.5281/zenodo.6506189
9. Добрянська, Н., Саркісян, Г., Крупіца, І., & Бирка, К. (2022). Аналіз міжнародного ринку еготуристичних послуг. *Food Industry Economics*, 14(1). <https://doi.org/10.15673/fie.v14i1.2271>
10. Добрянська Н.А. Діджиталізація та смартизація як основні інструменти відновлення економіки підприємств / Н. А. Добрянська, Е. П. Янгулов // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2022. – № 1 (19). – С. 27-34. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/ejopu/2022/No1/27.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.01.2022.3. DOI: 10.5281/zenodo.7217434.
11. Добрянська Н.А. Новітні теорії управління конкурентоспроможністю персоналу в умовах діджиталізації та COVID-19 / Н.А. Добрянська, Н.М. Фоміна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2022. – № 1 (59). – С. 5-13. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No1/5.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.01.2022.1. DOI: 10.5281/zenodo.7226672.

12. Dobrianska N.A. Attraction of investments as a way of development of local self-government in Ukraine / N.A. Dobrianska, L.A. Torishnya, A.V. Stepanova // *Економіка: реалії часу. Науковий журнал.* – 2022. – № 5 (63). – С. 18-25. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No5/18.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.05.2022.2. DOI: 10.5281/zenodo.7492909.
13. Добрянська Н.А. Принципи і методи якісного обслуговування туристів в дегустаційному бізнесі / Н.А. Добрянська, І.С. Калмикова // *Економіка: реалії часу. Науковий журнал.* – 2022. – № 4 (62). – С. 67-76. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No4/67.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.04.2022.8. DOI: 10.5281/zenodo.7699093.
14. Добрянська Н. А., Лебедєва В. В., Крупіца І. В., Черноусова С. С. Аналіз ресурсного забезпечення оздоровчо-лікувальних туристичних дестинацій для дітей в умовах нестабільної геополітичної ситуації. *Український журнал прикладної економіки та техніки.* 2022. Том 7. № 4. С. 134-139 http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2023/03/ujae_2022_r04_a19.pdf.
15. Dobrianska N.A., Lebedieva V.V., Krupitsa I.V., Dombrovska V.M. State regulation of medical and health facilities. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology.* 2022. Volume 7. № 3, pp. 197-205.
16. Добрянська Н. А., Саркісян Г. О., Крупіца І. В., Нікіфорова С. І. Шляхи збільшення екотуристичних послуг на міжнародному туристичному ринку. *Український журнал прикладної економіки та техніки.* 2023. Том 8. № 4. С. 215 – 220. <http://ujae.org.ua/shlyahy-zbilshennya-ekoturystychnyh-poslug-na-mizhnarodnomu-turystychnomu-rynku/>
17. Dobrianska N.A. Innovation as a Tool for Making Management Decisions in the Tourism and Hospitality Industry Regarding Optimization and Modernization at the International Level / N.A. Dobrianska, S.S. Chernousova, L.R. Salenko // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету.* – 2023. – № 4(26). – С. 14-21. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/ejopu/2023/No4/14.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.04.2023.2. DOI: 10.5281/zenodo.10370898.

18. Dobrianska N.A. Analysis of the Need for Regional Health and Treatment Tourist Destinations for Children / N.A. Dobrianska, S.S. Chernousova, L.R. Salenko // *Економіка: реалії часу. Науковий журнал.* – 2024. – № 1 (71). – С. 87-95. – Режим доступу: <https://economics.net.ua/files/archive/2024/No1/87.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.01.2024.11. DOI: 10.5281/zenodo.10982674
19. Шепелева О.В., Саркісян Г.О., Добрянська Н. А. Комплексний аналіз потенціалу ревіталізації об'єктів Дніпропетровської області для розвитку туризму / *Географія та туризм.* 2024. Вип. 73, С. 9-17 <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2023.73.9-17>
20. Dobrianska N.A. Analysis of the Need for Regional Health and Treatment Tourist Destinations for Children / N.A. Dobrianska, S.S. Chernousova, L.R. Salenko // *Економіка: реалії часу. Науковий журнал.* – 2024. – № 1 (71). – С. 87-95. – Режим доступу: <https://economics.net.ua/files/archive/2024/No1/87.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.01.2024.11. DOI: 10.5281/zenodo.10982674.
21. Аппельт Г. В. Визначення змін у туристичній галузі, що сформувалися під впливом загальноприйнятих заходів безпеки у зв'язку з пандемією COVID-19. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент».* 2020. Вип. 43. С. 58–62.
22. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. *Бізнес Інформ.* 2020. №4. С. 21–27.
23. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. *Бізнес Інформ.* 2020. № 5. С. 94–99.
24. Волошин Ю.О. Legal globalization and interstate integration as a leading factor of the formation of state security and sovereignty. *Atlantic Press. 2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership .* – 2018, № 11. – P. 351-358.
25. Бігус М. М., Гальків Л. І., Добушовський П. А. Туристичний бізнес під впливом сучасних змін, зумовлених світовими викликами. *Науковий погляд: економіка та управління.* 2020. № 3. С. 7–12.

26. Божидарник Т. Міжнародний туризм: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
27. Бондаренко Ю. Г., Романюк Е. В. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в умовах пандемії. *Journal of Lviv Polytechnic National University Series of Economics and Management Issues*. 2021. Vol. 5. No. 1. С. 132-143.
28. Бондаренко Ю. Г., Кулиняк І. Я., Гвоздь М. Я. Роль і вплив державних важелів управління на сферу відпочинку населення в кризовій ситуації. *Review of Transport Economics and Management*. 2020. Вип. 3. С. 33–47.
29. Головкова Л. С., Юхновська Ю. О. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. *Бізнес Інформ*. 2020. №2. С. 179–186.
30. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. *Агросвіт*. 2021. № 5— 6. С. 63-67.
31. Гурська І.С., Герасимів Г.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. *Агросвіт*. 2019. № 20. С. 88–92.
32. Даниліна С. О., Коцюрубенко Г. М., Шикіна О. В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52-1. С. 29–34.
33. Демків Ю. М., Стукач Т. М. Українська туристична галузь у світовому середовищі: адаптація за умов впливу глобальної міжнародної кризи COVID-19. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 4. С. 18–25.
34. Дехтяр Н. А. Наявність вільного часу як чинник формування попиту на туристичні послуги. *Економічний простір*. 2020. № 160. С. 96–102.
35. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.
36. Кулиняк І. Я., Жигало І. І., Ярмола К. М. Туристична галузь в умовах

- пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. *Бізнес Інформ*. 2021. №1. С. 177–184..
37. Луцький М.Г., Марченко В.М., Давиденко В.В., Кам'янецька О.В. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: Сузір'я, 2007. – 484 с.
38. Машіка Г. В., Горюнова К. А. Правові та економічні аспекти туристичної галузі України під час пандемії COVID-19. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 3. С. 5–11.
39. Михайліченко Г., Клімова А. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. № 2. С. 21-37.
40. Панова І. О. Туризм під час пандемії: наслідки та перспективи. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 226–232.
41. Набок І.І. Проблеми відновлення світової авіаційної галузі внаслідок коронавірусної кризи / І.І.Набок // *Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph / Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W. Welskopa, Y.O.Voloshin – Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi*, 2021. – С. 186-192.
42. Побоченко Л.М. Втрати міжнародних авіакомпаній від пандемії COVID-19. Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: XII міжнародна науково-практична конференція, 14 травня 2021 року: тези доп. – К., 2021.– С.38-42.
43. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Шадурська Б. О., Петрович Й. М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми економіки та управління». 2020. Т. 4. № 1. С. 72–82.
44. Роїк О. Р., Лущик М.В. Розвиток туристичної сфери України в умовах підвищених епідемічних ризиків. *Економіка та суспільство*. 2020. №22. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-9>.

45. Світлична В.Ю., Тонкошкур М.В., Кравцова С.В. Туризм під час пандемії: стан та перспективи розвитку. Електронний фаховий науково-практичний журнал "Інфраструктура ринку". Вип. 49. 2020. С. 213—217.
46. Сидоренко К.В. Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі. Монографія /За редакцією Ареф'євої О.В. – К.: ФОП Маслаков, 2018. – С. 50-65.
47. Соколова З.С. Порівняльний аналіз цифрової конкурентоспроможності країн Європи та України / З.С.Соколова // І Всеукр. наук.-практ. конф. —Фінансова політика України в умовах європейської інтеграції, 20 лютого 2020 р., Львів. – Л.: Факультет управління фінансами та бізнесу ЛНУ ім. І. Франка, Кафедра фінансового менеджменту, 2020. – 332 с. – С. 317-320.
48. Чабан О. Р. Проблеми розвитку туристичного бізнесу в світі під впливом пандемії COVID-19 /О. Чабан // Сучасні міжнародні відносини: Актуальні проблеми теорії і практики – 2021. – 2021. – С. 327-331.
49. Чаркіна Т.Ю., Зайцева В.М., Реукова А.О., Пікуліна О.В. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. Економіка та держава. 2022. № 2. С. 49—56.
50. Юрченко Н.І. Сучасні тенденції маркетингових досліджень у туристичній галузі. Бізнес Інформ. 2020. №10. С. 450–459.
51. Lesya Pobochenko, Tetiana Gavrillo, Research on transnationalisation of economic activity innovative component influenced by the COVID-19 pandemic // Baltic Journal of Economic Studies, Volume 7 Number 5. Riga, Latvia: —Baltija Publishing, 2021, P.59-66.
52. M. Vysotska, O. Ovsak. External Economic Effects of Air Transport Development due to the Liberalization. Communications - Scientific Letters of the University of Žilina, 2021, №23/3, P.158-173.
53. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua>.

54. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>.
55. Офіційний сайт порталу відкритих даних Світового банку (World Bank Open Data). URL: <https://data.worldbank.org>.
56. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC). URL: <https://wtcc.org>.
57. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL: <https://dpsu.gov.ua>.
58. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
59. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua>.
60. Офіційний сайт аналітичного порталу Слово і діло. URL: <https://www.slovoidilo.ua>.
61. Бондаренко А. Г., Дугієнко Н. О (2020). Вплив пандемії COVID-19 на міжнародний туризм // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Світове господарство і міжнародні економічні відносини, Вип. 3 (26), С. 3–7. DOI <https://doi.org/10.32782/easterneurope.26-1> Available at: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/26_2020/3.pdf.
62. Вплив російського вторгнення в Україну на світовий туризм та майбутнє туристичної професії 15.05.2022. URL: <https://tourism.udau.edu.ua>.
63. Війна і туризм: Туреччина без туристів з росії та України. URL: <https://www.dw.com/uk/viina-i-turyzm-turechchyna-bez-turystiv-z-rosii-ta-ukrainy/a-61738948>.
64. Гроші або демократія. Як війна в Україні впливає на світовий туризм 13.05.2022. URL: <https://www.rbc.ua>.

ДОДАТКИ

НАУКОВА ПРАЦЯ

В V МІЖНАРОДНОМУ КОНКУРСІ СТУДЕНТСЬКИХ НАУКОВО-
ДОСЛІДНИХ РОБІТ З ЕКОНОМІКИ,
який відбувся 24 листопада 2023 року, організований Науково-
дослідним Центром «Прогрес» при Комратському державному університеті,
Республіка Молдова.

УДК 338.48

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF WINE TOURISM MANAGEMENT

Berkatyuk Viktoria,

bachelor

Odesa National University of Technology,
Odesa, Ukraine,

vikaswallow@gmail.com

Demus Elizaveta,

bachelor

Odesa National University of Technology,
Odesa, Ukraine,

dep.tour.ontu@gmail.com

Scientific adviser:

Dobrianska Natalia,

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Odesa National University of Technology,
Odesa, Ukraine,

n.a.dobrianska@gmail.com

Sarkisian Ganna,

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Odesa National University of Technology,
Odesa, Ukraine,

anutasark@gmail.com

Tourism management is a special, relatively unique activity, purposefully influencing on employees, in order to manage and coordinate the operations of travel companies (enterprises) in market conditions and to achieve a certain goal (making a profit).

Tourism management is the ability to achieve a set goal, using the work, intelligence, character, and motivation of employees of a travel company.

Management of tourist activities is the executive art of tourism management, which requires dynamism, individuality, quick adaptation from the manager - to the situation that can change rather quickly [1].

Tourism management is a socio-economic and technical process, during which natural resources are rationally used, while the emphasis is placed on the effective development of tourism.

Wine tourism management - is a management system for the viticulture and tourism industries, the ability to achieve a certain goal (making a profit) using the work, intelligence, character, motivations of workers in these industries, and the art of making administrative decisions.

In the organizational and economic mechanism of wine tourism management, three components are distinguished:

- 1) development of planning and forecasting methods for wine tourism;
- 2) organization of wine tourism management;
- 3) economic levers of wine tourism [2].

Tourism management is the process of organizing control over planning, forecasting, and management carried out in order to achieve coordination of tourism development.

Tourism planning is a system of actions and decisions that lead to the development of specific strategies aimed at achieving the goals of tourism organizations, is the main tool of tourism management and covers measures to improve the efficiency of the tourism industry.

There are four main types of management activities within the framework of planning:

1. Resource allocation combines the distribution of limited and rare resources of the organization (funds, technological experience, qualified management personnel).

2. Adaptation to the external environment covers all strategic actions that improve the relationship of the tourism organization with the external environment. Tourism organizations need to adapt to both favorable opportunities and dangers, consider appropriate options and ensure effective adaptation to the external environment. The planning of tourism organizations is aimed at creating new favorable opportunities by developing better tourism systems to improve interaction with the external environment.

3. Internal coordination is the coordination of the activities of a tourism organization in order to achieve effective integration of internal operations. Ensuring effective internal operations in tourism organizations is an integral part of management activities.

4. Organizational strategic foresight aims to systematically develop the thinking of managers by forming a tourism organization that can learn from past strategic decisions. The ability to learn from experience enables a tourism organization to correctly adjust its strategic direction and increase the effectiveness of strategic management [3].

Tourism forecasting is a form of pre-planning activity related to the analysis of the state of tourism and the assessment of its development prospects. Tourism forecasting is necessary because the future state of tourism is uncertain, and the full effect of many decisions on its development is not felt for some time. Therefore, an accurate prediction of the future state of tourism increases the efficiency of the decision-making process for its development.

Tourism organization is a certain combination and connection in space and time of personal and social elements of tourism, i.e. people, tools and objects of labor, based on the existing volumes and range of tourist services, established standards, existing tourist needs to achieve the greatest economic and consumer results at a certain time and in a certain period of time. Both state organizations and private individuals are involved in the organization of tourism. Currently, the tourism system has several subsystems and departments that have their own material and technical base for tourism development (motor vehicles, tourist accommodation facilities, catering enterprises, etc.).

The organizational structure of tourism management is a set of units that allow to manage tourism, relationships and subordination of these units.

Tourism management involves the following functions and tasks:

- strategic management planning;
- organization of management of a tourism enterprise (company);
- coordination of the integration of all departments of a tourism enterprise;
- management of people and their professional growth, creation of conditions and incentives for the fullest use of the potential capabilities of employees.

Control - is the process, by which the management of a tourism organization determines whether it's decisions are correct and whether they need to be adjusted. Control - is a process that ensures that the organization achieves its goals. The process of tourism control consists of setting standards, evaluating the actual results achieved and making adjustments if the results differ significantly from the set results.

Tourism management is a set of actions aimed at maintaining and improving the organizational system of tourism (the established functional and territorial structure, the order of movement of elements of the tourism industry in time and space) in order to ensure the continuous functioning of the tourism industry to achieve maximum results per unit of cost [4].

Indicators can be quantitative and qualitative. The latter, in turn, are divided into economic indicators, which reflect the overall results of economic activity, revenues, profits, profitability, efficiency of tourism enterprises, and technical and economic indicators, which characterize the

level of efficiency of the use of financial, material and labor resources, as well as working time. These include, for example, the one-time capacity of tourist facilities used to accommodate tourists and hold cultural events; the consumption of electricity, heat, water, gas and other materials per tourist, including both standard and actual consumption. Quantitative indicators that characterize the tourism industry include a numerical measure of the phenomenon, the level of development of its properties — the number of tourist facilities, vehicles, employees, the amount of investment, etc.

The economic efficiency of management activities in the tourism industry is assessed using the following indicators:

- profitability (efficiency).
- stability (riskiness).

Profit and profitability are the main indicators that reflect the economic efficiency of the enterprise, its financial condition, successes and opportunities in implementing the developed program of economic and social development. In a market economy, with the transition of tourism enterprises to self-financing, any enterprise can exist only if it operates profitably and efficiently. A tourism enterprise should use its financial resources to ensure all its operational activities, development and technical improvement of the material and technical base, social and financial incentives for employees. The growth of profits and profitability is of great importance for the further development of a tourism enterprise.

Profit and profitability indicators are closely related to other economic indicators. For example, they can be used to calculate the efficiency of fixed assets use, labor efficiency, potential profitability of an enterprise, etc.

The multifaceted activities of tourism enterprises result in a variety of profits: profit from the sale of tourism services; profit from the sale of fixed assets and other property; profit from other activities.

Profit from the sale of tourist services is defined as the difference between revenues from the sale of services and trade, operating and other expenses related to the production, provision and sale of these services.

Profit from the sale of fixed assets is the difference between the selling price and the residual value of these assets.

Profit from other activities is the difference between income and expenses from non-operating activities. Income from non-operating activities includes: income received from equity participation in the activities of other enterprises, from the provision of premises and property for rent, dividends on shares, bonds and other securities owned by a tourism enterprise, as well as other income from operations not related to the sale of tourism services.

The final financial result of the economic activity of a tourism enterprise is characterized by gross profit, which is the sum of income from the sale of tourism services, fixed assets and non-sale operations.

The absolute amount of profit cannot fully characterize the efficiency of a tourism enterprise, so it is supplemented by the profitability indicator. This is a relative indicator that reflects the level of efficiency of the use of material, labor and cash resources. For a complete analysis of the economic efficiency of management activities, several types of profitability indicators are used:

1. The level of overall profitability reflects (as a percentage) the ratio of gross profit to the sum of the average annual cost of fixed assets and normalized working capital. This indicator is the most important in terms of determining the economic efficiency of a tourism enterprise. It reflects the specifics of tourism services and the possibility of making a profit, which directly depends on the volume and condition of fixed assets.

2. The level of profitability to the total volume of tourism services sold, defined as the ratio (expressed as a percentage) of gross profit to the amount of services sold.

3. The level of profitability to current expenses, defined as the ratio (expressed as a percentage) of gross profit to the total cost of tourism services.

4. Return on equity and borrowed funds is the ratio of gross profit to the sum of equity and borrowed funds expressed as a percentage. Determination of the return on borrowed funds allows to draw conclusions about the efficiency of their use and the feasibility of attracting new loans in the future.

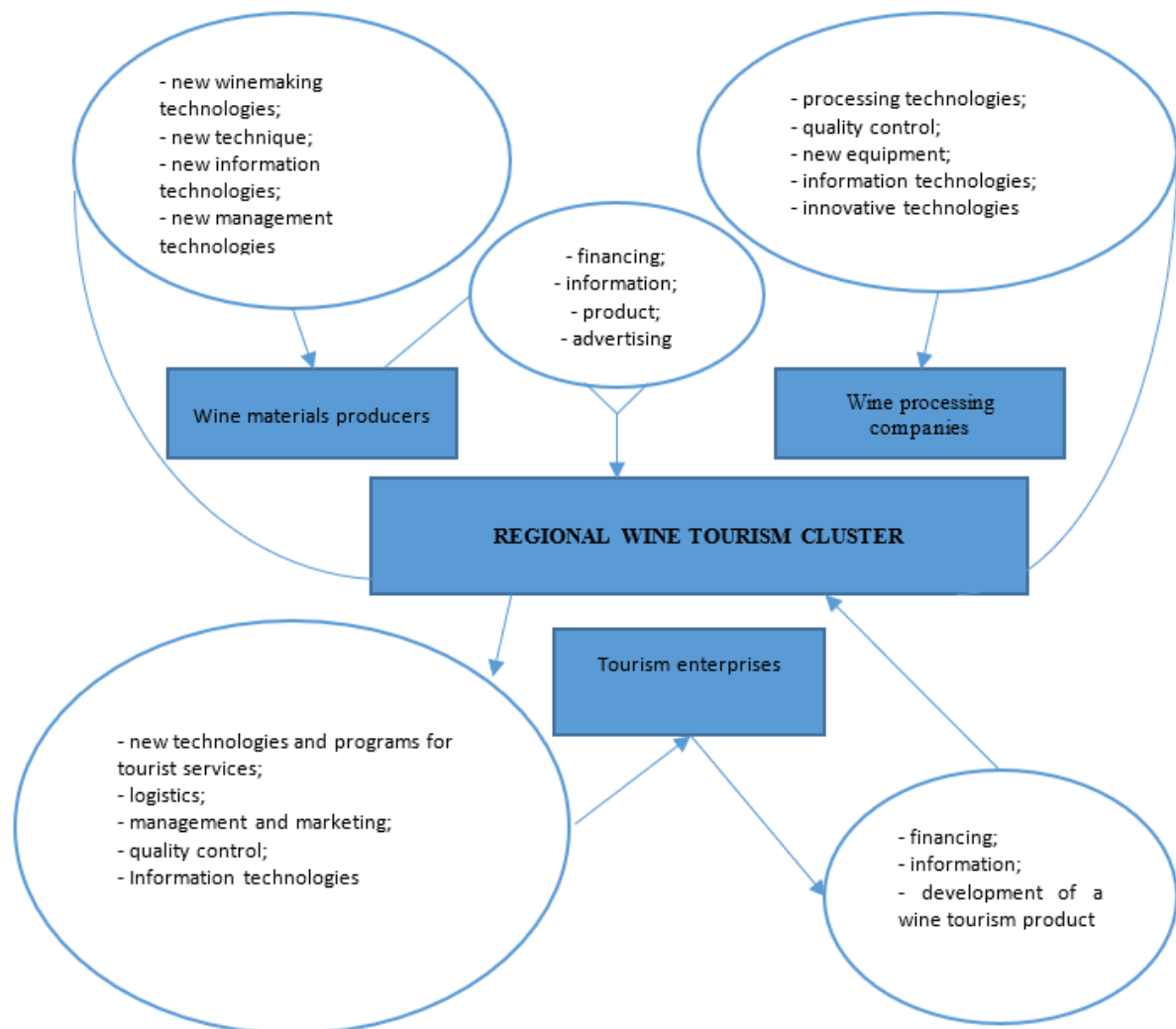


Fig. 1 Regional cluster of wine tourism

The purpose of tourism management is to increase, first of all, the socio-economic efficiency of the tourism industry. This goal is achieved through a system of interrelated measures to improve the development of tourism in the country as a whole and its individual parts. Such measures should be carried out not only by specialized units of tourism enterprises, but also by all organizations and institutions of the sphere of material production and units of the non-productive sphere whose activities are related to tourism [5].

In order to improve the efficiency of the organization the tourism industry in Ukraine, the state tourism authorities need to perform the following important tasks:

- 1) managing and planning the country's tourism complex;
- 2) exploring tourist demand and market;
- 3) recording and assessment recreational resources, promote their reproduction and protection;
- 4) advertisement touristic opportunities of Ukraine;
- 5) training an appropriate personnel;
- 6) control the activities of tourism enterprises;

- 7) solve the problems of territorial organization at the tourism industry;
- 8) more actively cooperate with trade unions, ministries and agencies on tourism development;
- 9) coordination of the tourism development program for the country as a whole and for each region in particular;
- 10) implementation of scientifically based forecasting the development and territorial organization of tourism.

References:

1. Добрянська, Н., Саркісян, Г., Крупіца, І., & Бирка, К. (2022). Аналіз міжнародного ринку енотуристичних послуг. *Food Industry Economics*, 14(1). <https://doi.org/10.15673/fie.v14i1.2271>
2. Добрянська Н.А. Принципи і методи якісного обслуговування туристів в дегустаційному бізнесі / Н.А. Добрянська, І.С. Калмикова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2022. – № 4 (62). – С. 67-76. – Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No4/67.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.04.2022.8. DOI: 10.5281/zenodo.7699093.
3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с
4. Добрянська Н.А. Стан та перспективи розвитку «зеленого» туризму в регіоні / Н.А. Добрянська, В.В. Попович, С.С. Стоянова - Коваль // Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання четверте / за наук.ред.проф. Волошина І.М. та проф. Матвійчук Л.Ю. – Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. – 340 с.
5. Lagodiienko V., Sarkisian H., Dobrianska N., Krupitsa I., Bairachna O., Shepeleva O. Green Tourism as a Component of Sustainable Development of the Region. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development* ISSN 2345-0355. 2022. Vol. 44. No. 3: 254-262 Article DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2022.26>

Презентація результатів наукових досліджень до КРБ

Міністерство освіти і науки України
Європейський науково-технологічний університет
презентує
ДО КАЛІФОРНІЙСЬКОЇ ГОТОВИ БАКАЛАВРА
Проблеми та перспективи розвитку
світового ринку туристичних послуг в
умовах нестабільної геополітичної
ситуації

Міністерство освіти і науки України
 Українська діаспора в Каліфорнії
 1000 S. Bascom Ave. #100
 San Jose, CA 95128, USA
 Тел: +1 (415) 925-1111
 E-mail: info@euu.edu



Діти економіки «каліфорнійська робота» – це типова функціональна та інноваційна економіка, що характеризується високою конкурентоспроможністю на світовому ринку туристичних послуг з високим рівнем інноваційної активності та високою продуктивністю праці.

«Діти економіки» робота» – це типова функціональна та інноваційна економіка, що характеризується високою конкурентоспроможністю на світовому ринку туристичних послуг з високим рівнем інноваційної активності та високою продуктивністю праці.

«Діти економіки» робота» – це типова функціональна та інноваційна економіка, що характеризується високою конкурентоспроможністю на світовому ринку туристичних послуг з високим рівнем інноваційної активності та високою продуктивністю праці.

Міністерство освіти і науки України



Міністерство освіти і науки України

Вплив геополітичної нестабільності на туристичну галузь

Вплив економіки Вплив економіки на туристичну галузь	Вплив політики Вплив політики на туристичну галузь	Вплив війни Вплив війни на туристичну галузь
--	--	--

Сучасний стан та тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг

Вплив економіки	Вплив економіки на туристичну галузь
Вплив політики	Вплив політики на туристичну галузь
Вплив війни	Вплив війни на туристичну галузь

Зміни в поведінці та вподобаннях туристів

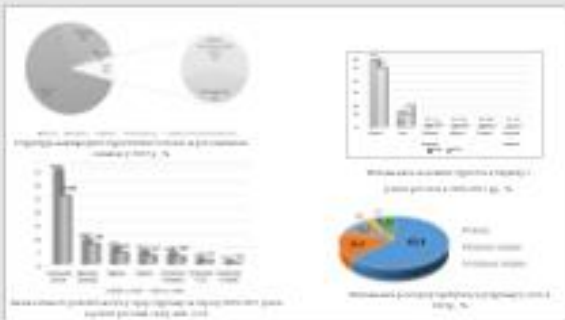
<p>1. Менше використання дієтичних продуктів</p> <p>Туристи в Україні продовжують вживати дієтичні продукти, але в меншій кількості, ніж в інших країнах Європи.</p>	<p>2. Менше використання екологічних продуктів</p> <p>Туристи в Україні продовжують вживати екологічні продукти, але в меншій кількості, ніж в інших країнах Європи.</p>
<p>3. Зростаючий інтерес до екологічних туризмів</p> <p>Туристи в Україні продовжують вживати екологічні туризми, але в меншій кількості, ніж в інших країнах Європи.</p>	<p>4. Зростаючий інтерес до екологічних туризмів</p> <p>Туристи в Україні продовжують вживати екологічні туризми, але в меншій кількості, ніж в інших країнах Європи.</p>

Соціально-економічні наслідки змін на ринку туристичних послуг

Вплив змін на ринку туристичних послуг на економіку України становить:

<p>5%</p> <p>ВВП</p> <p>Вплив змін на ринку туристичних послуг на економіку України становить 5%.</p>	<p>30%</p> <p>Середній річний приріст туристичних послуг</p> <p>Середній річний приріст туристичних послуг становить 30%.</p>	<p>15%</p> <p>ВВП</p> <p>Вплив змін на ринку туристичних послуг на економіку України становить 15%.</p>
---	---	---

Ураховуючи вплив туристичних послуг на економіку України, необхідно розробити комплексні заходи, які допоможуть збільшити вплив туристичних послуг на економіку України.



Роль України на світовому ринку туристичних послуг

<p>1. Інноваційні туристичні послуги</p> <p>Україна пропонує інноваційні туристичні послуги, які відповідають світовим тенденціям.</p>	<p>2. Різноманітні туристичні послуги</p> <p>Україна пропонує різноманітні туристичні послуги, які відповідають світовим тенденціям.</p>	<p>3. Інноваційні туристичні послуги</p> <p>Україна пропонує інноваційні туристичні послуги, які відповідають світовим тенденціям.</p>
---	---	---

Адаптація туристичних операторів до нових умов

<p>1. Створення нових туристичних продуктів</p> <p>Туристичні оператори повинні створювати нові туристичні продукти, які відповідають світовим тенденціям.</p>	<p>2. Розширення мережі туристичних операторів</p> <p>Туристичні оператори повинні розширювати свою мережу, щоб відповідати світовим тенденціям.</p>	<p>3. Створення нових туристичних продуктів</p> <p>Туристичні оператори повинні створювати нові туристичні продукти, які відповідають світовим тенденціям.</p>
---	---	---

Екологічні аспекти розвитку туризму в умовах нестабільності

- 1. **Здійняття протипожежних заходів**
 Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.
- 2. **Забезпечення екологічної безпеки**
 Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.
- 3. **Людські ресурси**
 Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.
- 4. **Інновації та ефект масштабу**
 Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.

Розроблення програм розвитку туризму в умовах нестабільності

Вид туризму	Вимоги до туристичних підприємств
1. Міжнародний туризм	<p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p> <p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p> <p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p> <p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p> <p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p> <p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p>
2. Місцевий туризм	
3. Туризм для молоді	
4. Туризм для сімей	
5. Туризм для осіб з обмеженими фізичними здатностями	
6. Туризм для осіб з обмеженими інтелектуальними здатностями	

Розроблення програм розвитку туризму в умовах нестабільності

Вид туризму	Вимоги до туристичних підприємств
1. Міжнародний туризм	<p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p> <p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p> <p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p> <p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p> <p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p> <p>Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.</p>
2. Місцевий туризм	
3. Туризм для молоді	
4. Туризм для сімей	
5. Туризм для осіб з обмеженими фізичними здатностями	
6. Туризм для осіб з обмеженими інтелектуальними здатностями	



Перспективи розвитку світового ринку туристичних послуг

- Цифровізація туризму**
 Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.
- Диференціація послуг**
 Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.
- Персоналізація послуг**
 Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.

Висновки та рекомендації

- 1. **Підприємства**
 Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.
- 2. **Державні установи**
 Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.
- 3. **Науковці**
 Увага до екологічних аспектів безпеки туристів, зокрема, щодо екологічних аспектів безпеки туристів.

Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота бакалавра.

Тема: «Проблеми та перспективи розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах нестабільної геополітичної ситуації»

Засіб перевірки <https://unicheck.com/>

Унікальність по фразам >50 %

Унікальність по словам >50 %

UNICHECK
by Turnitin

Ім'я користувача: приховано налаштуваннями конфіденційності
ID перевірки: 1016277679

Дата перевірки: 23.05.2024 20:53:39 EEST
Тип перевірки: Doc vs Internet + Library

Дата звіту: 23.05.2024 21:19:33 EEST
ID користувача: 100012118

Назва документа: ONTU_QWB_242_2024_DEMUS_E_S_TP
Кількість сторінок: 99 Кількість слів: 19721 Кількість символів: 153438 Розмір файлу: 3.10 MB ID файлу: 1016069265

15.1% Схожість
Найбільша схожість: 5.86% з Інтернет-джерелом (<https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/55218/1/%d0%a4%d0%9c%d0%9>

14.9% Джерела з Інтернету	872	Сторінка 101
3.35% Джерела з Бібліотеки	74	Сторінка 111

0% Цитат
Вилучення цитат вимкнено
Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнено

0% Вилучень
Немає вилучених джерел

Модифікації
Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи	21
------------------	----

Здобувач-дипломник _____

Демус Є.С.

Керівник роботи _____

Добрянська Н.А.