

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 можливості розвитку міжнародного туризму
в Україні у контексті кризових явищ сучасності»

Здобувач
Виговський К.О.
4 курсу групи МТ - 43

Керівник:
д.е.н., професор
Лебедева В.В.

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

ЗАТВЕРДЖУЮЗав. кафедри ТБтаР

Наталя ДОБРЯНСЬКА

25 жовтня 2023 р.

ЗАВДАННЯ**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА**

Виговському Костянтину Олександровичу

1. Тема роботи: Проблеми та можливості розвитку міжнародного туризму в Україні у контексті кризових явищ сучасності

Затверджена наказом ОНТУ від «5» вересня 2023 р. № 502-03.

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи «1» червня 2024 р.

3. Вихідні дані роботи: монографії, підручники, навчальні посібники, законодавчі та нормативні акти, первинні документи, звіти туристичних підприємств, статистична звітність, статті та тези.

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

РОЗДІЛ 1. Теоретичний аналіз міжнародного туризму та кризових явищ сучасності

РОЗДІЛ 2. Проблеми розвитку міжнародного туризму в світі та Україні

РОЗДІЛ 3. Можливості розвитку міжнародного туризму в Україні

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Презентація до кваліфікаційної роботи (16 слайдів)

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

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	Наталя ДОБРЯНСЬКА	25.10.2023р	20.05.2024р

7. Дата видачі завдання 25.10.2023р.

Керівник _____ Лебедева В.В.

Завдання прийняв до виконання _____ Виговський К.О.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Отримання теми для кваліфікаційної роботи	25.10.2023	виконано
2.	Затвердження плану кваліфікаційної роботи	25.10.2023	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 _____ Виговський К.О.

Керівник роботи _____ Лебедева В.В.

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 _____ Виговський К.О.

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 70 сторінок, 21 таблицю, 7 рисунків, список літератури з 80 найменувань, 3 додатків.

У кваліфікаційній роботі було розглянуто поняття та сутність міжнародного туризму, проаналізовано проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні та запропоновано можливості розвитку міжнародного туризму в Україні.

Об'єктом дослідження в цій роботі є міжнародний туризм в Україні.

Предметом роботи є міжнародний туризм в Україні в контексті кризових явищ сучасності.

Метою виконання роботи є не лише виявлення проблем розвитку міжнародного туризму, але й встановлення шляхів вирішення цих проблем та розкриття потенціалу розвитку туризму в Україні навіть в умовах кризових явищ.

Завданням роботи є глибоке та комплексне вивчення проблем і можливостей розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах сучасних кризових явищ.

У результаті проведеної роботи розроблено конкретні рекомендації та стратегії для удосконалення туристичної галузі в Україні.

Ці рекомендації можуть бути використані урядовими органами, місцевими владами, туристичними компаніями та іншими зацікавленими сторонами для покращення умов та збільшення кількості туристів.

Рік захисту роботи 2024.

ANNOTATION
to the qualification work of a bachelor

The work contains 70 pages, 21 tables, 7 figures, a bibliography of 80 items, 3 appendices.

The qualification work examines the concept and essence of international tourism, analyzes the development problems of international tourism in Ukraine, and proposes opportunities for the development of international tourism in Ukraine.

The object of the study in this work is international tourism in Ukraine.

The subject of the work is international tourism in Ukraine in the context of contemporary crisis phenomena.

The purpose of the work is not only to identify the problems of the development of international tourism but also to establish ways to address these problems and to reveal the potential for tourism development in Ukraine even in the face of crisis phenomena.

The task of the work is a deep and comprehensive study of the problems and opportunities for the development of international tourism in Ukraine in the context of contemporary crisis phenomena.

As a result of the work, specific recommendations and strategies have been developed to improve the tourism industry in Ukraine.

These recommendations can be used by government bodies, local authorities, tourism companies, and other stakeholders to improve conditions and increase the number of tourists.

The year of job protection is 2024.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1	
Теоретичний аналіз міжнародного туризму та кризових явищ сучасності	10
1.1 Поняття та сутність міжнародного туризму	10
1.2 Фактори, що впливають на розвиток міжнародного туризму	14
1.3 Основні кризові явища сучасності та їх вплив на туризм.....	20
Висновки до 1 розділу.....	26
РОЗДІЛ 2	
Проблеми розвитку міжнародного туризму в світі та Україні.....	27
2.1 Розвиток міжнародного туризму в світі.....	27
2.2 Сучасний стан міжнародного туризму в світі та Україні.....	33
2.3 Аналіз кризових явищ у сучасному світі та їх вплив на міжнародний туризм в Україні.....	40
Висновки до 2 розділу.....	47
РОЗДІЛ 3	
Можливості розвитку міжнародного туризму в Україні	50
3.1 Рекомендації щодо подолання кризових явищ та розвитку міжнародного туризму в Україні.....	50
3.2 Стратегії та ініціативи для розвитку міжнародного туризму	55
3.3 Використання новітніх технологій та маркетингових підходів	60
Висновки до 3 розділу.....	66
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70
ДОДАТКИ.....	80

ВСТУП

Актуальність кваліфікаційної роботи. За останні десятиліття світ ставки свідком різноманітних кризових ситуацій, таких як економічні кризи, терористичні акти, природні катастрофи та епідемії. Ці події суттєво впливають на туристичну галузь, включаючи Україну. Туризм має великий потенціал для розвитку економіки України через створення нових робочих місць, збільшення обсягів інвестицій та росту ВВП. Україна має значний потенціал у туристичній сфері завдяки своїй історії, культурі, природним красотам та гастрономічним традиціям. Існує низка проблем, які гальмують розвиток міжнародного туризму в Україні, такі як відсутність якісної інфраструктури, нестабільність ситуації у країні, низький рівень сервісу, військовий конфлікт тощо. Вирішення цих проблем надзвичайно важливе для подальшого розвитку галузі.

Отже, дослідження проблем та можливостей розвитку міжнародного туризму в Україні у контексті кризових явищ сучасності має велике значення як для наукової спільноти, так і для практичного застосування у розвитку туристичної галузі країни.

Метою виконання роботи є не лише виявлення проблем розвитку міжнародного туризму, але й встановлення шляхів вирішення цих проблем та розкриття потенціалу розвитку туризму в Україні навіть в умовах кризових явищ.

Об'єктом дослідження в цій роботі є міжнародний туризм в Україні. Тобто, увесь комплекс явищ, процесів, інфраструктури, а також взаємовідносин між суб'єктами та об'єктами туристичної діяльності, що відбувається на території України та впливає на неї.

Завданням роботи є глибоке та комплексне вивчення проблем і можливостей розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах сучасних кризових явищ. Це включає в себе:

1. Аналіз сучасного стану міжнародного туризму в Україні.
2. Вивчення кризових явищ та їх впливу на туризм.
3. Ідентифікація основних проблем та викликів.
4. Розробка стратегій подолання проблем та використання можливостей.
5. Аналіз потенціалу туристичних ресурсів України.
6. Підготовка рекомендацій для уряду, бізнесу та громадськості.

Отже, завданням роботи є не лише виявлення проблем, але й розробка конкретних стратегій та рекомендацій для подолання цих проблем та використання можливостей для подальшого розвитку міжнародного туризму в Україні.

Предметом роботи є міжнародний туризм в Україні в контексті кризових явищ сучасності.

Це означає, що основною темою дослідження є сам процес та явища, що пов'язані з міжнародним туризмом в Україні, зокрема в контексті сучасних кризових ситуацій. Робота спрямована на вивчення різноманітних аспектів туризму в Україні, таких як обсяги туристичного потоку, туристичні ресурси, інфраструктура, маркетингові стратегії, а також вплив кризових явищ, таких як економічні, соціальні, природні та інші кризи, на розвиток цієї сфери.

Таким чином, предметом роботи є сама сутність та динаміка міжнародного туризму в Україні, а також його взаємодія з кризовими явищами сучасності.

Для досягнення цілей дослідження використані різноманітні методи, зокрема:

1. Аналіз літературних джерел.
2. Статистичний аналіз.
3. SWOT-аналіз.

Новизна отриманих результатів в дослідженні полягає у врахуванні сучасних викликів та можливостей, комплексному аналізі проблем та

рекомендацій для їх подолання, а також у виявленні потенціалу туристичного розвитку в Україні.

Інформаційна база дослідження: книги, наукові статті, дисертації та інші джерела, які стосуються міжнародного туризму, туристичної галузі в Україні та кризових явищ сучасності. Дані організацій, які займаються статистикою туризму, наприклад, Державна служба статистики України, Всесвітня організація туризму (UNWTO) та інші міжнародні та національні агентства. Законодавчі акти, звіти, стратегії та програми розвитку туризму, а також документи від UNWTO, Європейського Союзу та інших міжнародних організацій.

Апробація результатів наукового дослідження. Окремі положення наукового дослідження було включено та апробовано в XX Всеукраїнській науковій конференції здобувачів вищої освіти з розділу «Харчові технології» 14-15 травня 2024 року в рамках проведення «Тижня студентської науки» у Навчально-науковому технологічному інституті харчової промисловості ім. К.А. Богомаза, ОНТУ, <https://ontu.edu.ua/download/konfi/2024/program-Student-conference-and-Food-Technologies-24.pdf>. Тези на тему «Проблеми та можливості розвитку міжнародного туризму в Україні у контексті кризових явищ сучасності» здано до опублікування (Додаток А).

Практична цінність роботи. У результаті проведеної роботи розроблено конкретні рекомендації та стратегії для удосконалення туристичної галузі в Україні.

Ці рекомендації можуть бути використані урядовими органами, місцевими владами, туристичними компаніями та іншими зацікавленими сторонами для покращення умов та збільшення кількості туристів.

Робота містить 70 сторінок, 21 таблицю, 7 рисунків, список літератури з 80 найменувань, 3 додатків.

РОЗДІЛ 1

Теоретичний аналіз міжнародного туризму та кризових явищ сучасності

1.1 Поняття та сутність міжнародного туризму

Одне з перших визначень поняття "туризм" сформував англійський клерк та письменник Томас Кук у 18 столітті. Він використовував термін "туризм" для опису своїх подорожей та відкриттів, зроблених під час мандрівок.

Австрійський економіст Герман фон Шульєрд вніс значний вклад у розвиток туризму та його економічного аналізу. Він активно досліджував туризм як галузь економіки та розглядав його вплив на соціальні та економічні аспекти суспільства. Фон Шульєрд розвинув концепцію "туристичного ринку" та досліджував питання попиту та пропозиції у туристичній галузі. Його праці стали важливим внеском у теорію та практику управління туризмом [13, с.7].

У 1954 році Організація Об'єднаних Націй (ООН) визначила поняття "туризм" як "подорож до місця поза звичайним місцем проживання, за межі своєї звичайної діяльності, з метою відпочинку, оздоровлення, розваг або іншого виду відпочинку".

У 1993 році Статистична комісія ООН надала таке визначення туризму: "туризм - це тимчасовий виїзд та перебування людей поза їхнім звичайним місцем проживання та роботи, за умови, що це не пов'язано з виконанням будь-якої роботи оплачуваного чи неоплачуваного характеру" [15, с.26].

Сучасний туризм - це сфера, що об'єднує широкий спектр послуг та діяльностей, спрямованих на задоволення потреб подорожуючих.

Сучасний туризм - це галузь діяльності, пов'язана з подорожами та відпочинком, що включає в себе організацію подорожей, розміщення, харчування та розваги для туристів у різних країнах та регіонах світу.

Сучасний туризм - це сукупність економічних, соціокультурних та екологічних процесів, пов'язаних з подорожами людей у різні регіони та країни з метою відпочинку, розваг, пізнавальних та культурних цілей.

Сучасний туризм - це індустрія, що охоплює організацію та пропаганду туристичних подорожей, включаючи планування маршрутів, бронювання готелів, транспорту та інших послуг для задоволення потреб подорожуючих.

Сучасний туризм - це практика масових подорожей та відпочинку, що виникла внаслідок зростання рівня життя, доступності транспорту та збільшення зацікавленості людей у відкритті нових культур та дослідженні різноманітності природних ландшафтів.

Сучасний туризм - це складний соціально-економічний феномен, що включає в себе різні форми подорожей, від туризму для відпочинку та розваг до екотуризму та культурного туризму, зі значним впливом на економіку, культуру та середовище.

Міжнародний туризм - це подорожі людей з однієї країни до іншої для відпочинку, оздоровлення, розваг, пізнання культури, історії та природних особливостей інших країн. Він є важливою складовою сучасного світового господарства та відіграє значну роль у розвитку економіки, культури та соціального взаєморозуміння між народами.

Сутність міжнародного туризму полягає у взаємодії між туристами (відвідувачами) та туристичними приймальними країнами (хост-країнами), де вони перебувають [10].

"Міжнародний туризм - це подорожі осіб з однієї країни (або місцевості) до іншої країни (або місцевості) з метою відпочинку, відпочинку, відпочинку від роботи, відпочинку від зайнятості або для будь-якої іншої мети, окрім здійснення оплачуваної роботи в країні (місцевості) відвідування." - Карл Вільгельм Сакс, економіст.

"Міжнародний туризм - це подорожі, що здійснюються особами з однієї країни або місцевості до іншої країни або місцевості на певний період,

зазвичай не більше одного року, за якими не народжується ніякий намір змінити місце проживання." - Едвард Кліннерт, географ.

"Міжнародний туризм - це підвид туризму, який охоплює всі форми мандрівок осіб до ізолюваного місця проживання, яке знаходиться поза межами їхньої звичайної діяльності, на період, що не перевищує одного року, за умови, що ця мандрівка не включає виконання будь-якої виділеної оплачуваної діяльності." - Олівер Мед, соціолог [11].

Ці визначення вказують на загальний характер міжнародного туризму та його різноманітні аспекти, такі як пересування, час та ціль подорожі.

Таблиця 1.1

Основні характеристики міжнародного туризму

Основні характеристики	Визначення
Переміщення через кордони	Міжнародний туризм передбачає перетин кордонів між країнами, що відрізняє його від внутрішнього туризму, коли подорожі відбуваються в межах однієї країни.
Тимчасовий характер	Туристи перебувають у туристичних приймальних країнах тимчасово з метою відпочинку, розваг, освіти або інших цілей, після чого повертаються в свою домівку.
Економічний вплив	Міжнародний туризм є важливим джерелом доходу для багатьох країн, оскільки привертає інвестиції, створює робочі місця, сприяє розвитку інфраструктури та підвищенню рівня життя населення.
Культурний та соціальний обмін	Міжнародний туризм сприяє культурному та соціальному взаєморозумінню, оскільки туристи мають можливість пізнати інші культури, традиції, мови та способи життя.
Екологічні аспекти	Природні та екологічні ресурси країн, що відвідуються туристами, повинні бути захищені та ефективно управлятися для збереження їхньої краси та різноманітності.

Отже, міжнародний туризм відіграє важливу роль у світовій економіці та суспільстві, сприяючи розвитку культурних, економічних та соціальних зв'язків між народами.

Теоретичний аналіз міжнародного туризму базується на різноманітних підходах та концепціях, що враховують різні аспекти цього явища.

Таблиця 1.2

Теоретичні підходи до вивчення міжнародного туризму

Теоретичні підходи	Характеристика
Економічний підхід	Цей підхід розглядає міжнародний туризм як важливу складову глобальної економіки. Він аналізує внесок туризму у ВВП країн, збільшення зайнятості, створення прибутку для бізнесу, ефективність інвестицій у туристичну інфраструктуру тощо.
Соціокультурний підхід	Цей підхід акцентує на соціокультурних взаємозв'язках між туристами та приймаючими країнами. Він досліджує вплив туризму на культурну різноманітність, взаєморозуміння між народами, збереження культурної спадщини та розвиток культурного туризму.
Географічний підхід	Цей підхід розглядає міжнародний туризм з географічної перспективи, вивчаючи різноманітні природні, культурні та історичні атракції країн-приймачів, а також маршрути та географічні зони туризму.
Політичний підхід	Цей підхід досліджує вплив політичних чинників на розвиток міжнародного туризму, таких як відносини між країнами, відкритість кордонів, політика віз та імміграції, туристична дипломатія тощо.
Психологічний підхід	Цей підхід аналізує мотивації, психологічні стимули та очікування туристів, їхній психологічний стан під час подорожі та вплив туризму на особистість.

Теоретичний аналіз міжнародного туризму допомагає зрозуміти складні взаємозв'язки між економічними, соціокультурними, географічними, політичними та психологічними аспектами цього явища. Він є важливим

інструментом для розробки ефективних стратегій розвитку туризму та для забезпечення сталого розвитку цієї галузі [17].

Так, міжнародний туризм можна вважати планетарним явищем, оскільки він охоплює подорожі та пересування людей між країнами та континентами незалежно від їхнього місця проживання. Цей вид туризму є глобальним за своєю природою і об'єднує мільйони подорожуючих, які шукають нові враження, культурний обмін та відпочинок у різних куточках світу.

1.2 Фактори, що впливають на розвиток міжнародного туризму

Основні чинники, що лежать в основі розвитку міжнародного туризму, включають:

1. Економічний розвиток країн створює умови для збільшення доходів населення та підвищення рівня життя, що збільшує попит на подорожі.
2. Стабільні політичні умови в країнах призначення і походження стимулюють розвиток туризму, сприяючи довірі подорожуючих і забезпечуючи безпеку.
3. Інтерес до вивчення культурних та історичних аспектів інших країн, а також прагнення отримати нові враження та досвід сприяють розвитку міжнародного туризму.
4. Завдяки технологічному прогресу швидкість та доступність подорожей значно зросли, що сприяє збільшенню обсягу міжнародного туризму.
5. Зростання світової інтеграції та розвиток глобальних мереж сприяють збільшенню обміну інформацією, культурними обмінами та сприяють зростанню популярності міжнародних подорожей.

6. Унікальна природа, історичні пам'ятки, культурні заходи та події приваблюють туристів і стимулюють розвиток міжнародного туризму [19].

Таблиця 1.3

Фактори, що впливають на розвиток міжнародного туризму

Фактори	Опис
Економічні умови	Стан економіки в країнах-донорах та країнах-отримувачах має великий вплив на міжнародний туризм. Зростання доходів, покращання життєвого рівня та стабільність економіки можуть сприяти збільшенню подорожей.
Політичні фактори	Стабільність політичної ситуації, наявність демократичного уряду та політика відкритих меж можуть стимулювати міжнародний туризм.
Соціокультурні та демографічні чинники	Сприйняття культури та традицій, зміна сімейних та робочих структур, зростання інтересу до подорожей серед різних соціальних груп впливають на попит на міжнародний туризм.
Технологічний прогрес	Розвиток технологій у сфері транспорту, комунікацій та бронювання подорожей значно полегшує доступ до інформації та забезпечує більш швидке та зручне переміщення між країнами.
Природні та культурні ресурси	Краса природних ландшафтів, історичні пам'ятки, культурні заходи та фестивалі приваблюють туристів та сприяють розвитку міжнародного туризму.
Глобалізація	Зростання світової інтеграції сприяє розвитку міжнародного туризму, забезпечуючи більшу мобільність людей, капіталу та ідей.

Основні чинники, що спонукали до виникнення подорожей та подальшого розвитку галузі туризму, включають:

1. Потреба в розвагах і релаксації (люди завжди мали потребу відпочивати та розважатися, і подорожі стали одним із способів задоволення цієї потреби).

2. Дослідження і досвід (цікавість до вивчення нових місць, культур і традицій інших народів спонукала людей вирушати у подорожі, щоб збагатити свій досвід і розширити свій світогляд).

3. Торгівля та обмін (в історичних часах торгівля була одним із головних факторів, що стимулювали подорожі між країнами та регіонами. Це сприяло розвитку торгівлі та обміну культурними та іншими ресурсами).

4. Паломництва та релігійні мандри (відвідання святинь та місць релігійного значення було одним з перших видів масових подорожей. Це сприяло розвитку маршрутів паломництва та збільшенню популярності певних місць).

5. Імперіалізм та колоніальні відкриття (відкриття нових земель і колонізація спонукали подорожі та стимулювали інтерес до вивчення інших культур та територій).

6. Технологічні досягнення (розвиток транспорту та зв'язку значно полегшив подорожі, зробивши їх більш доступними та ефективними для широкого кола людей) [23].

Ці чинники поступово сприяли формуванню галузі туризму та створили підґрунтя для подальшого її розвитку.

Сфери, що споріднені з туристичною галуззю, включають:

1. Готельна та гостинична сфера - це галузь, що забезпечує розміщення туристів під час подорожей, включаючи готелі, мотелі, гостьові будинки та інші типи житла.

2. Ресторанний та кулінарний сектор – це ресторани, кафе, кав'ярні та інші заклади громадського харчування, що надають послуги туристам для задоволення їхніх потреб у харчуванні та відпочинку.

3. Транспортна індустрія – це авіап перевезення, залізничний, автобусний та морський транспорт, також включаючи таксі та інші види перевезень, які забезпечують переміщення туристів між місцями.

4. Туристична інфраструктура – це сфера, що включає туристичні атракції, музеї, парки розваг, екскурсійні компанії, туристичні центри та інші установи, які надають послуги для задоволення потреб туристів [27].

Розваги та розважальні послуги – це кінематограф, театри, клуби, казино, тематичні парки та інші заклади, що пропонують розважальні та розважальні можливості для туристів.

Туристична інформаційна та маркетингова сфера – це агентства з продажу туристичних послуг, туристичні портали, рекламні агентства та інші організації, що надають інформаційну та маркетингову підтримку для привертання туристів.

До базових потреб туризму можна віднести:

1. Однією з основних потреб туристів є можливість забезпечення комфортного розміщення під час подорожі, яке може бути забезпечене готелями, мотелями, гостьовими будинками тощо.

2. Туристи потребують доступу до їжі та напоїв під час подорожей, що може включати ресторани, кафе, закусочні та інші заклади громадського харчування.

3. Переміщення між місцями є необхідністю для подорожуючих, тому транспортні послуги, такі як авіація, залізничний, автобусний або морський транспорт, є важливим елементом туристичного досвіду.

4. Туристи потребують інформації про місця, які вони відвідують, а також про послуги, які їм доступні. Це може включати карти, путівники, туристичні інформаційні центри тощо.

5. Туристи шукають можливостей для розваг та відпочинку, таких як екскурсії, спортивні заходи, відвідування культурних пам'яток, тематичні парки тощо.

б. Безпека та захист від ризиків і небезпек є важливою потребою туристів. Це включає в себе безпечність місця проживання, безпечність транспортних засобів, а також захист від кримінальних та природних небезпек.

Виділимо наступні важливі функції міжнародного туризму, які представлено в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Функції міжнародного туризму

Функції	Характеристика
Економічна функція	Міжнародний туризм відіграє ключову роль у створенні робочих місць, залученні інвестицій, збільшенні доходів від інфраструктури та послуг, а також у розвитку малого та середнього бізнесу.
Соціокультурна функція	Міжнародний туризм сприяє обміну культурними цінностями, взаєморозумінню та міжкультурній гармонії. Він допомагає зберігати та пропагувати культурне та історичне надбання різних народів.
Політична функція	Міжнародний туризм може зміцнювати дипломатичні та міжнародні стосунки між країнами, сприяючи співробітництву та взаєморозумінню. Він може стати інструментом для вирішення міжнародних конфліктів та побудови миру.
Охорона природи та середовища	Міжнародний туризм може сприяти охороні природи та середовища шляхом підтримки екологічно збалансованого туризму, екологічно чистих технологій та збереження природних ресурсів.
Освітня та інформаційна функція	Міжнародний туризм допомагає відкривати нові горизонти та збагачувати знання про різноманіття культур, традицій та історій різних народів. Він також стимулює освіту та навчання через екскурсії, лекції та інтерактивні враження.
Медична та оздоровча функція	Міжнародний туризм може сприяти покращенню фізичного та психічного здоров'я шляхом відпочинку, релаксації та занять спортом у природному або курортному середовищі.

Міжнародний туризм відіграє ключову роль у сучасному економічному сегменті та має великий потенціал для постійного розвитку:

1. Міжнародний туризм створює значні економічні вигоди для країн та регіонів, забезпечуючи робочі місця, приваблюючи інвестиції та сприяючи розвитку інфраструктури та послуг.

2. Туризм приносить доходи від різних джерел, таких як готелі, ресторани, транспортні компанії, екскурсійні послуги та інші туристичні підприємства.

3. Розвиток туризму сприяє інвестиціям у розширення туристичної інфраструктури, покращення сервісу та розвиток нових туристичних напрямків.

4. Туризм стимулює розвиток малих і середніх підприємств, так як багато з них працюють у галузі гостинності, ресторанного бізнесу та туристичних послуг.

5. Міжнародний туризм сприяє культурному обміну та взаєморозумінню між різними народами та культурами.

6. Сучасні туристичні тенденції все більше звертають увагу на екологічність та сталість, що сприяє розвитку екологічно чистих туристичних напрямків та заходів [33].

Класифікація міжнародного туризму в системі світового господарства може бути проведена за різними критеріями, такими як тривалість подорожі, мета відвідування, тип туризму та інші. Основні класифікаційні підходи:

За тривалістю подорожі:

- Короткостроковий (до 3-5 днів) - включає короткі відпустки, відвідування конференцій, бізнес-поїздки тощо.

- Середньостроковий (від 5 до 15 днів) - туристи, які перебувають на відпочинку або зазначені міжнародні подорожі.

- Довгостроковий (понад 15 днів) - включає довгі відпустки, культурні обміни, довгострокові екскурсії тощо.

За метою відвідування:

- Відпочинковий туризм - подорожі для відпочинку, відновлення сил та розваг.

- Бізнес-туризм - подорожі для участі в бізнес-заходах, конференціях, виставках тощо.

- Медичний туризм - подорожі для отримання медичних послуг та лікування.

За типом туризму:

- Екскурсійний туризм - відвідування історичних, культурних та природних пам'яток.

- Екологічний туризм - подорожі до екологічно чистих місць з метою пізнання та захисту природи.

- Агротуризм - відпочинок на сільському господарстві або у сільській місцевості, де туристи беруть участь у сільськогосподарських або рекреаційних заняттях.

Ця класифікація допомагає розуміти різноманітність туристичних потреб та попиту, а також визначає специфіку та особливості кожного типу міжнародного туризму.

Отже, розвиток міжнародного туризму є важливим елементом сучасної економіки та має великий потенціал для подальшого зростання та розвитку.

1.3 Основні кризові явища сучасності та їх вплив на туризм

Сучасний світ стикається з різноманітними кризовими явищами, які можуть масово впливати на сферу туризму. До найбільш суттєвих кризових явищ і їх вплив на туризм:

1. Пандемії, подібні до COVID-19, можуть призвести до закриття кордонів, обмежень на міжнародні подорожі та введення карантинних обмежень. Це призводить до значного зниження туристичного попиту та втрат для галузі туризму.

2. Терористичні атаки та політичні конфлікти можуть призвести до закриття місць, які раніше були популярними туристичними напрямками, а також до зменшення відвідуваності через страх та небезпеку.

3. Землетруси, урагани, повені та інші природні катастрофи можуть спричинити значні матеріальні збитки туристичній інфраструктурі та призвести до втрат життів, що може вплинути на імідж регіону як безпечного туристичного напрямку.

4. Зміни клімату можуть призводити до змін у природних умовах та екосистемах, що може вплинути на привабливість деяких туристичних напрямків (наприклад, збільшення температур може зробити деякі регіони менш привабливими для туристів).

5. Економічні кризи можуть призвести до скорочення бюджетів на туризм, зменшення довіри до фінансової стабільності та зменшення покупної спроможності туристів [43].

Ці кризові явища можуть мати серйозний вплив на туризм, і індустрія туризму постійно пристосовується до їх викликів шляхом розвитку стратегій кризового управління, диверсифікації ринків та залучення інновацій.

Існують три моделі регулювання туристичної сфери, які використовуються для забезпечення ефективного управління туризмом та збалансованого розвитку галузі:

1. Модель збалансованого розвитку туризму - ця модель спрямована на збереження природних, культурних та соціальних ресурсів, а також на забезпечення економічного зростання. Вона покликана забезпечити збалансований розвиток туризму, щоб врахувати потреби сьогодення без шкоди майбутнім поколінням. Це включає в себе створення стратегій розвитку туризму, які беруть до уваги економічні, екологічні та соціокультурні аспекти.

2. Модель сталого розвитку - ця модель спрямована на забезпечення сталого розвитку туризму, тобто такого, який задовольняє потреби сучасного покоління, не шкодячи здатності майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби. Вона включає в себе заходи з охорони довкілля, збереження

культурного та історичного надбання, підтримки місцевих спільнот та максимізації соціальних та економічних ефектів від туризму.

3. Модель управління якістю - ця модель базується на управлінні якістю послуг та досвіду туристів. Вона покликана забезпечити високу якість обслуговування та задоволення потреб та очікувань туристів. Це включає в себе вдосконалення послуг, інфраструктури та професійної кваліфікації персоналу, а також впровадження системи зворотного зв'язку та моніторингу задоволеності клієнтів [47].

Ці моделі допомагають управляти туристичною сферою з урахуванням різноманітних аспектів та потреб, сприяючи сталому та збалансованому розвитку туризму.

Розвиток туризму у різних регіонах світу зазвичай залежить від комплексу чинників. З найбільш привабливих чинників для розвитку туризму є:

1. Регіони з вражаючою природою, такими як гори, моря, озера, ліси, приваблюють туристів. Наявність унікальних екосистем, біорізноманіття і пейзажів створює потенціал для екологічного туризму.

2. Місця з багатою історією, архітектурою, мистецтвом та культурними традиціями приваблюють культурних туристів. Міста зі світовою спадщиною ЮНЕСКО або музеями, галереями і археологічними пам'ятками привертають багато людей.

3. Регіони зі смачною кухнею, традиційними стравами та виноробними регіонами залучають туристів-гурманів.

4. Місця для активного відпочинку, такі як гірські курорти для лижного спорту, пляжі для серфінгу або парки для екстремальних видів спорту, приваблюють молодіжні групи та спортивних туристів.

5. Наявність зручної транспортної і готельної інфраструктури, якість обслуговування та безпека для туристів є ключовими факторами для розвитку туризму.

6. Масові події, фестивалі, концерти та культурні заходи приваблюють велику кількість туристів.

7. Стабільна економіка, політична стабільність та відкритість до іноземних інвестицій сприяють розвитку туризму, оскільки створюють довіру серед туристів і підприємців [53].

Ці чинники можуть поєднуватися в різних комбінаціях, щоб створити привабливість туристичного напрямку і залучати різні категорії туристів.

Найбільш привабливі чинники для розвитку різних регіонів країн світу в сфері туризму (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Чинники для розвитку туризму в різних регіонах світу

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

Складено автором за даними World Tourism

Кризові явища в сучасному світі, такі як пандемії, терористичні акти, природні катастрофи, зміни клімату та економічні кризи, мають значний вплив на міжнародний туризм. Вплив кризових явищ на туризм:

1. Пандемії, такі як COVID-19, призводять до закриття кордонів, введення обмежень на міжнародні подорожі та карантинні заходи, що призводить до суттєвого зменшення кількості туристів, що відвідують різні країни.

2. Кризові ситуації можуть змінити туристичні преференції та попит на різні типи подорожей. Наприклад, під час пандемії може зростати попит на туризм в місцевих, менш переповнених регіонах або на відпочинок на відкритому повітрі.

3. Природні катастрофи та інші кризові явища можуть завдати значних матеріальних збитків туристичній інфраструктурі, такі як готелі, ресторани, атракціони тощо. Це може призвести до тимчасового або навіть постійного припинення туристичних послуг у певних регіонах.

4. Терористичні акти, природні катастрофи та інші кризові ситуації можуть призвести до втрати довіри та погіршення іміджу країни чи регіону як безпечного туристичного напрямку.

5. Кризові явища можуть призводити до значного зменшення доходів від туризму для країн та регіонів, що може мати серйозні економічні наслідки, особливо для країн, які значною мірою залежать від туризму [26].

У зв'язку з цим важливо, щоб країни та туристичні оператори були готові до управління кризовими ситуаціями, включаючи розробку планів надзвичайних ситуацій, збільшення резервів безпеки та розвиток інноваційних стратегій відновлення туризму після кризи.

Війна в Україні має серйозний вплив на міжнародний туризм, особливо на територіях, які безпосередньо зазнають воєнних дій.

Вплив війни на міжнародний туризм для України

Показники	Характеристика
Зменшення туристичного попиту	Війна створює несприятливий образ країни як туристичного напрямку, що призводить до зменшення кількості іноземних туристів, які хочуть відвідати Україну. Потенційні туристи можуть утриматися від подорожей через страх за власну безпеку.
Зменшення інвестицій у туризм	Війна призводить до зниження інвестицій у туристичну інфраструктуру, так як підприємці та інвестори утримуються від вкладання коштів у нестабільну ситуацію.
Пошкодження туристичної інфраструктури	Воєнні дії можуть призвести до пошкодження готелів, атракцій, історичних пам'яток та іншої туристичної інфраструктури, що може призвести до тимчасового або постійного припинення туристичних послуг у певних регіонах.
Втрата довіри та іміджу	Війна може призвести до втрати довіри та погіршення іміджу України як безпечного та привабливого туристичного напрямку, що затримує відновлення туристичного руху після завершення конфлікту.
Вплив на місцеву економіку	Туризм є важливим джерелом доходів для багатьох регіонів України. Війна може призвести до зменшення доходів місцевих туристичних підприємств та втрат робочих місць в цьому секторі.

У контексті війни важливою є безпека та безпека туристів, а також розвиток стратегій відновлення туризму після завершення конфлікту. Подолання військових конфліктів та відновлення миру може сприяти відновленню туристичної індустрії в Україні.

Висновки до 1 розділу

Міжнародний туризм - це подорожі людей за межі своєї країни з метою відпочинку, оздоровлення, пізнавальних чи бізнес-цілей. Він є важливою галуззю економіки багатьох країн і сприяє культурному обміну та розвитку.

Розвиток міжнародного туризму залежить від різних чинників, таких як природні красоти, культурна спадщина, гастрономія, активний відпочинок, інфраструктура та економічні та політичні умови.

Кризові ситуації, такі як пандемії, терористичні акти, природні катастрофи, зміни клімату та економічні кризи, мають серйозний вплив на туризм. Вони можуть спричинити зменшення туристичного попиту, зміни в туристичних преференціях, пошкодження туристичної інфраструктури та втрату довіри до туристичних напрямків.

У контексті війни важливою є безпека та безпека туристів. Для відновлення туристичного потоку після завершення конфлікту потрібні ефективні стратегії відновлення та реконструкції туристичної інфраструктури, а також рекламні та маркетингові кампанії для відновлення іміджу країни як безпечного та привабливого туристичного напрямку.

Розуміння цих аспектів дозволяє країнам та туристичним операторам ефективно реагувати на кризові ситуації, розвивати стратегії кризового управління та відновлення туризму після кризи, а також розвивати та підтримувати стійкий та стабільний розвиток міжнародного туризму.

РОЗДІЛ 2

Проблеми розвитку міжнародного туризму в світі та Україні

2.1 Розвиток міжнародного туризму в світі

Розвиток міжнародного туризму в світі є складним і динамічним процесом, що впливає на економіку, культуру та соціальний прогрес багатьох країн. Основні напрями розвитку міжнародного туризму:

- Зі зростанням населення та доходів у багатьох країнах світу збільшується попит на міжнародні подорожі та відпочинок за кордоном.

- Розвиток транспортної інфраструктури, зокрема авіаційного транспорту, зробив подорожі більш доступними і зручними, що сприяє зростанню числа міжнародних туристів.

- Глобалізація економіки та культури сприяє більшому обміну ідеями, технологіями та культурними звичаями між країнами, що стимулює міжнародний туризм.

- Країни та регіони активно використовують маркетингові та просувальні стратегії для привертання міжнародних туристів, включаючи рекламні кампанії, участь у виставках та заходах.

- Розвиток туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, розважальні заклади та екскурсійні послуги, створює комфортні умови для туристів та сприяє їхньому залученню.

- Зростаюча увага до екологічних питань та сталого розвитку спонукає туристів відвідувати екологічно чисті регіони та підтримувати екотуризм.

- Проведення міжнародних подій, таких як олімпіади, світові виставки та конференції, може стати додатковим стимулом для міжнародного туризму.

Загалом, розвиток міжнародного туризму в світі залежить від різноманітних факторів, які впливають на попит і пропозицію туристичних

послуг та послуг гостинності. Основними факторами, що підтримують цей розвиток, є зростання економіки, зручний транспорт, глобалізація та розвиток туристичної інфраструктури [28].

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), у 2020 році кількість міжнародних туристичних прибуттів скоротилася на 73%, що становить 1,1 мільярд осіб. Також експортні доходи від міжнародного туризму в 2020 році зменшилися на 63%, або на 1,1 трільйон доларів США, до рівня, який спостерігався на початку 1990-х років. Прямий внесок туризму у світовий ВВП скоротився на 2,0 трільйона доларів США [43].

Таблиця 2.1

Показники розвитку міжнародного ринку туристичних послуг

Показники	2019р	2020р/2019р	2021р/2019р	2020р	2021р/2020р	2021р
Міжнародні туристичні прибуття, млрд. осіб	1464	-1,036 млрд. осіб (-73%)	-1,049 млрд. осіб (-72%)	400	+15 млн. осіб (+4%)	415
Експортні доходи від міжнародного туризму (міжнародні туристичні квитанції + пасажирські перевезення), млрд. дол. США	1700	-900	-1,1 млрд. осіб (-63%)	638	1000	700-800
Прямий валовий внутрішній продукт туризму (TDGDP), трлн. дол. США	3,5	-1,9	-1,6	1,6	-0,3	1,9

Складено автором за даними [60]

У 2021 році кількість міжнародних туристичних прибуттів скоротилася на 72% порівняно з 2019 роком, або на 1 мільярд осіб, та збільшилася на 4% порівняно з 2020 роком, або на 15 мільйонів осіб. Прогнозується, що експортні доходи від міжнародного туризму в 2021 році становитимуть від 0,9 до 1,0

трильйонів доларів США. А прямий внесок туризму у світовий ВВП зменшиться на 1,6 трильйона доларів США [43].

Таблиця 2.2

Динаміка розвитку міжнародного туризму

Рік	Міжнародні туристичні прибуття, млн. осіб	Темпи приросту (падіння) по відношенню до попереднього року, %	Динаміка росту в абсолютному значенні по відношенню до попереднього року, млн. осіб
2000	673	6,5%	46
2001	678	1%	5
2002	698	2,9%	20
2003	689	-1,4%	-9
2004	760	10,6%	71
2005	809	6%	49
2006	861	4,6%	52
2007	911	6,5%	50
2008	929	2%	18
2009	894	-4,2%	-35
2010	957	8,2%	63
2011	1003	5%	46
2012	1050	4%	47
2013	1100	5%	50
2014	1146	4%	45
2015	1206	6%	57
2016	1243	4%	40
2017	1332	7%	89
2018	1407	5%	75
2019	1464	4%	54
2020	400	-73%	-1064
2021	415	4%	15

Складено автором за даними [60]

Негативні глобальні тенденції призвели до негативного впливу на загальні туристичні потоки та діяльність міжнародних туристичних компаній. Зниження міжнародного туризму у 2020 році на 73% було спричинене обмеженнями на подорожі, страхами споживачів та світовими заходами щодо боротьби з поширенням коронавірусу. Всі ці фактори призвели до того, що цей рік став найгіршим у історії туризму [43].

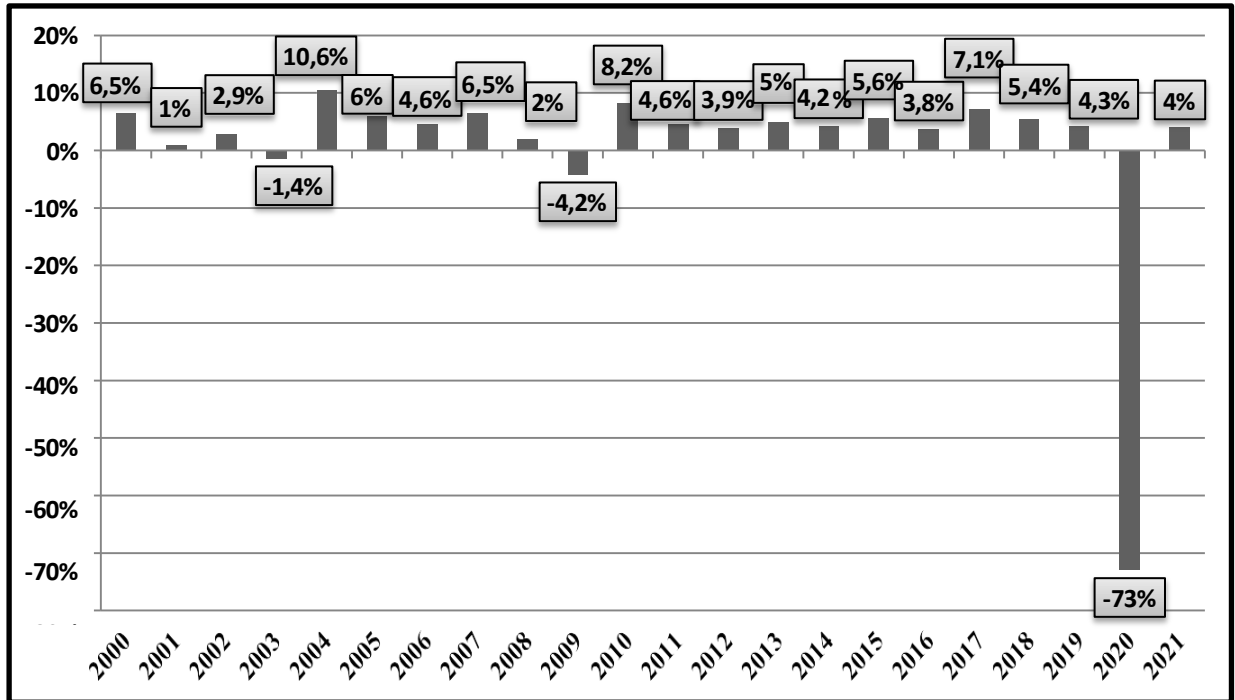


Рис. 2.1 Динаміка щорічних абсолютних приростів (падіння) кількості іноземних туристів у світі, (млн. осіб)

Побудовано автором за даними [60]

Таблиця 2.3

Регіональний розподіл ринку туристичних послуг

Регіон світу	2019р, млн. осіб	2020р, млн. осіб	2021р, млн. осіб	Питома вага за регіонами в 2021р., %
Азійсько-Тихоокеанський регіон	360,4	59,4	20,9	5
Європа	746,1	235,7	279,8	67,40
Америка	219,3	69,9	81,9	19,70
Африка	68,6	15,9	17,9	4,30
Близький Схід	69,9	19,0	14,5	3,50
Світ	1464	400	415	100

Складено автором за даними [60]

У 2021 році в Африці відзначалося зростання на 12% у порівнянні з 2020 роком, але залишалося на 74% нижчим, ніж у 2019 році. На Близькому Сході кількість прибутків скоротилася на 24% порівняно з 2020 роком і на 79% у порівнянні з 2019 роком. У регіоні Азіатсько-Тихоокеанського басейну

кількість прибутків у 2021 році була на 94% нижче, ніж у 2019 році, оскільки багато напрямків залишалися недоступними для необхідних подорожей [43].

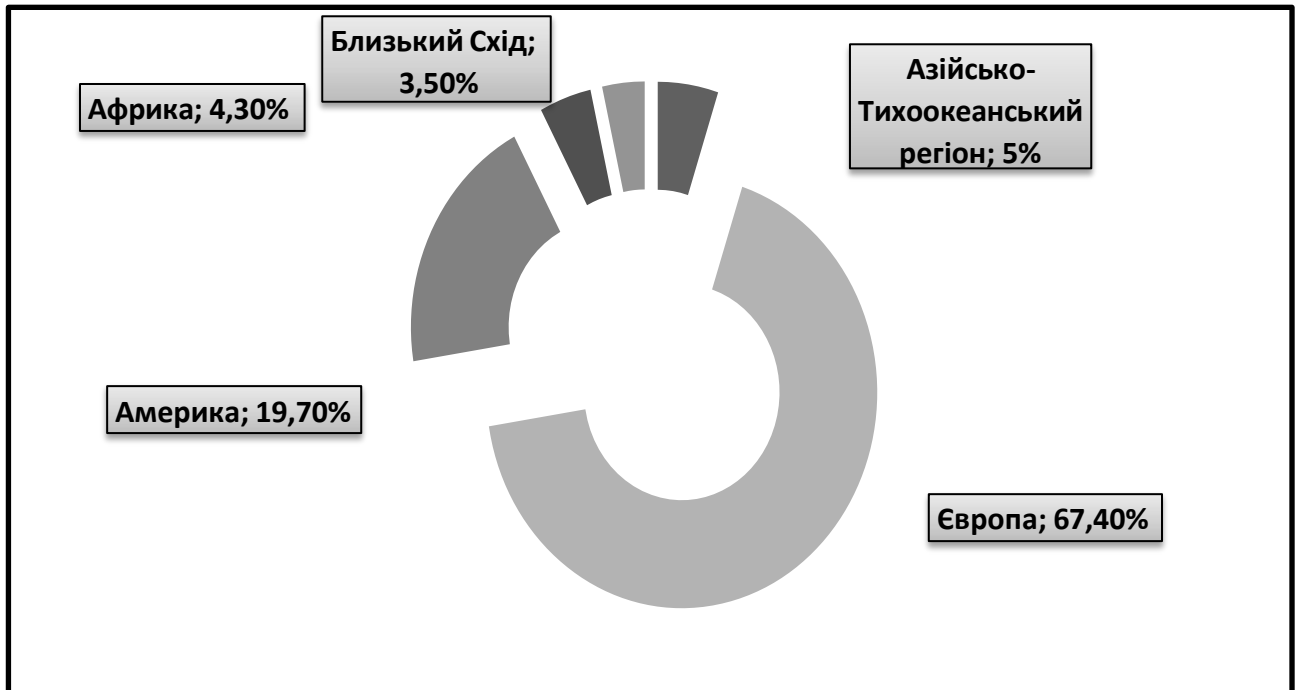


Рис. 2.2 Регіональна структура міжнародних туристичних потоків в 2021 році
Побудовано автором за даними [60]

Отже, що у 2021 році найбільш популярним регіоном для подорожей стала Європа, яка здобула частку в 67,4%. Другим за популярністю регіоном серед іноземних туристів була Америка з часткою туристичних прибуттів в 19,7%. У свою чергу, Азійсько-Тихоокеанський регіон відвідали 5% світових туристів, а Африку та Близький Схід – по 4,3% та 3,5% відповідно.

Згідно з даними "UNWTO World Tourism Barometer" за січень 2022 року, у числі провідних країн світу за кількістю туристичних прибуттів знаходяться десять країн: Франція, Іспанія, США, Китай, Італія, Туреччина, Мексика, Таїланд, Німеччина та Велика Британія. Вплив пандемії COVID-19 на прибуття іноземних туристів у ці провідні країни світу представлено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Країни -лідери за кількістю міжнародних туристичних прибуттів

Місце	Країна	2018р, млн. осіб	2019р, млн. осіб	2020р/2019р, %
1	Франція	89,4	90,2	-75,3%
2	Іспанія	82,8	83,8	-76,1%
3	США	79,2	78,7	-72,0%
4	Китай	62,9	67,5	-84,1%
5	Італія	61,6	64,6	-57,3%
6	Туреччина	45,8	52,5	-72,3%
7	Мексика	41,3	44,9	-46,5%
8	Таїланд	38,2	39,7	-79,4%
9	Німеччина	38,9	39,4	-63,0%
10	Великобританія	38,7	36,9	-60,5%

Складено автором за даними [60]

Внаслідок пандемії COVID-19 туристична галузь понесла значні збитки.

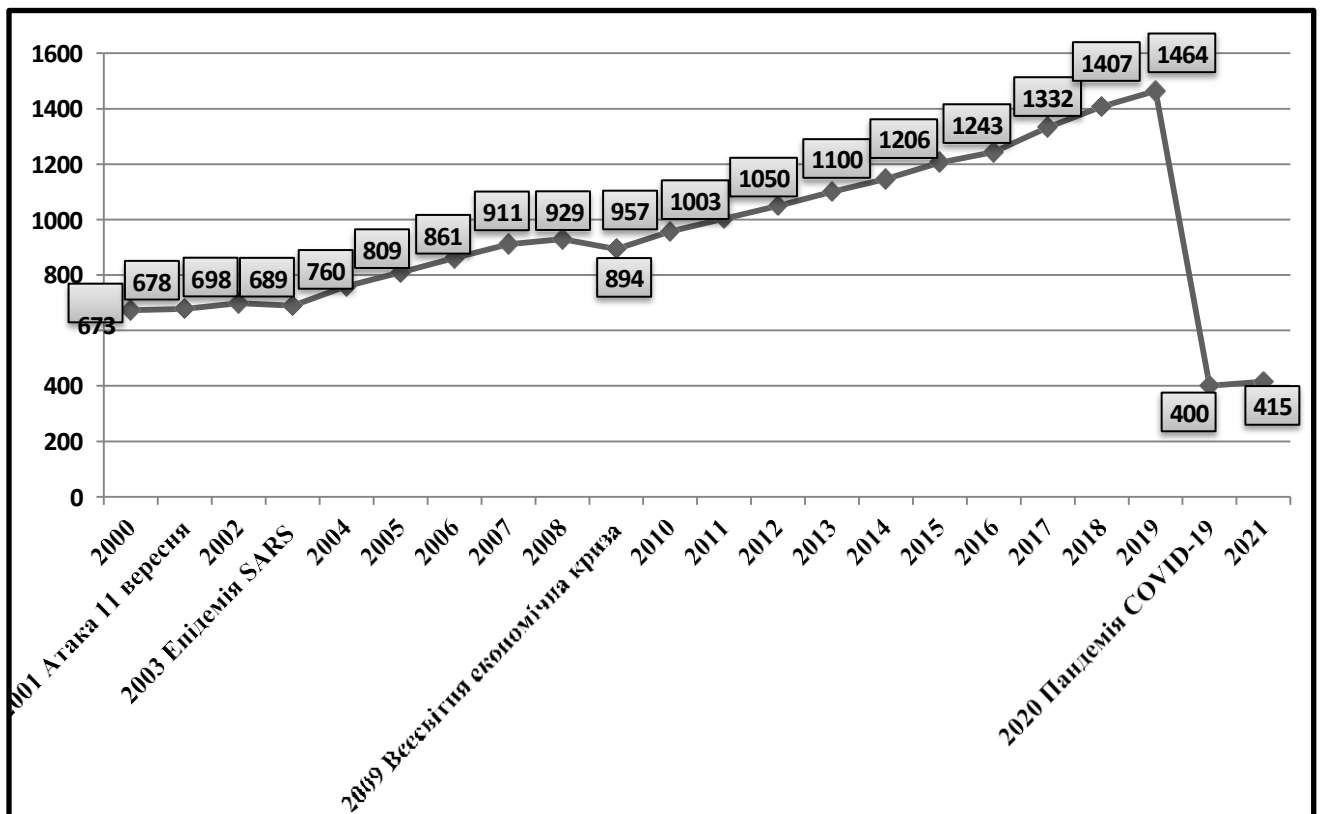


Рис. 2.3. Динаміка прибуттів іноземних туристів у світі, (млн. осіб)

Побудовано автором за даними UNWTO [60]

Отже, у 2021 році по всьому світу було зафіксовано на 15 мільйонів іноземних туристів більше, ніж у 2020 році. Після повільного початку першої половини 2021 року міжнародний туризм помірно відновився протягом року. Це недавнє покращення було спричинене збільшенням впевненості мандрівників за умов швидкого прогресу вакцинації та послаблення обмежень на подорожі в багатьох напрямках [43].

2.2 Сучасний стан міжнародного туризму в світі та Україні

Сучасний стан міжнародного туризму в світі можна охарактеризувати наступним чином:

1. Після важких років пандемії COVID-19, світовий туризм поступово відновлюється, хоча швидкість цього процесу в різних регіонах є нерівномірною. Деякі країни вже повністю відкрили свої кордони для туристів, тоді як інші все ще залишаються обмеженими.
2. Під впливом пандемії змінився попит та пропозиція туристичних послуг. Багато туристів віддають перевагу більш просторим та менш переповненим місцям, а також активному відпочинку на відкритому повітрі.
3. Споживачі стають більш свідомими щодо впливу своїх подорожей на навколишнє середовище. Екологічний туризм та ініціативи сталого розвитку стають більш популярними серед туристів та країн-господарів.
4. Впровадження цифрових технологій, таких як онлайн-бронювання та віртуальні туристичні екскурсії, робить подорожі більш доступними та зручними для туристів.
5. Популярність альтернативних форм туризму, таких як екотуризм, медичний туризм, культурний туризм та гастрономічний туризм, продовжує зростати.

б. Міжнародний туризм також стикається з рядом глобальних викликів, таких як зміна клімату, перевантаження туристичних місць, культурна аутентичність та нестабільність геополітичної ситуації [35].

Загалом, сучасний стан міжнародного туризму визначається поєднанням відновлення після пандемії, змін в попиті та пропозиції, акценту на сталому розвитку та викликами, які вимагають комплексних рішень від галузі та правительств.

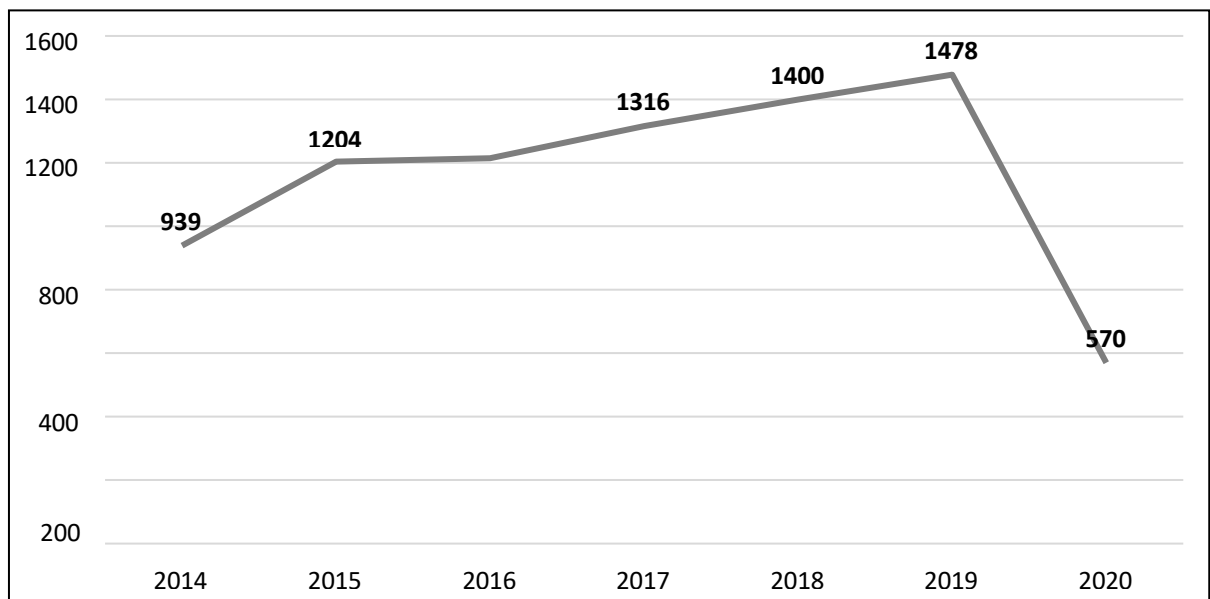


Рис. 2.4. Динаміка обсягів грошових надходжень від міжнародного туризму
(млрд. дол. США)

Побудовано автором за даними [58]

Найбільші туристичні онлайн агентства світу за рівнем доходів включають:

- Booking Holdings - одне з найбільших онлайн-туристичних агентств у світі, володіє такими платформами, як Booking.com, Agoda, Kayak і інші.
- Expedia Group - володіє кількома популярними туристичними брендами, включаючи Expedia.com, Hotels.com, Orbitz, Travelocity і Vrbo.
- Trip.com Group - це китайська компанія, яка надає широкий спектр послуг у галузі туризму, включаючи бронювання готелів, квитків на транспорт та інші послуги.

- MakeMyTrip - це провідний онлайн туристичний портал в Індії, який пропонує послуги бронювання готелів, квитків на літаки, пакетні тури та інші туристичні послуги.

- Ctrip (now Trip.com) - інша китайська компанія, яка спеціалізується на онлайн-бронюванні готелів, авіаквитків, пакетних турах та інших туристичних послугах.

Ці компанії є лідерами у галузі онлайн-туризму та забезпечують широкий спектр послуг для мільйонів мандрівників по всьому світу.

Таблиця 2.5

Провідні туристичні онлайн агентства світу за рівнем доходів, (млрд. дол. США)

Назви туристичних онлайн-агенств	Роки		
	2019	2020	2021
Booking	15,07	6,8	10,96
Expedia	12,07	5,2	8,6
Airbnb	4,81	3,38	5,99
Trip.com (Ctrip)	5,1	2,8	3,1
Tripadvisor	1,56	0,6	0,9
Trivago	0,84	0,25	0,36
Despegar	0,52	0,13	0,32
eDreams Odigeo	0,56	0,2	0,29
MakeMyTrip	0,53	0,19	0,29
Lastminute	0,35	0,11	0,14

Складено автором за даними [58]

Сьогодні цифровий турист стає абсолютно залежним від соціальних мереж. Він використовує їх для планування подорожей, отримання порад та рекомендацій, пошуку місць для відвідування, знаходження найкращих пропозицій на готелі та авіабілету, а також для ділитися своїм досвідом та фотографіями з подорожей. Соціальні мережі стали не тільки джерелом інформації для подорожуючих, а й важливим інструментом для взаємодії з іншими подорожніми та отримання вражень від подорожей [32].

Завдяки зростанню різноманітних онлайн платформ у сфері туризму, стало менше бар'єрів щодо бронювання. Тепер мандрівники мають доступ до широкого вибору інтернет-платформ для бронювання готелів, квитків на транспорт, екскурсій та інших туристичних послуг. Це дозволяє подорожуючим здійснювати бронювання швидко, зручно та за доступними цінами, зменшуючи необхідність у великих витратах часу та зусиль. Такий доступ до онлайн платформ сприяє збільшенню гнучкості та вільності в плануванні подорожей для туристів.

Таблиця 2.6

Останні тренди у міжнародному туризмі

Тренди	Загальна характеристика
Екологічна свідомість	Зростаюча увага до екології призводить до популяризації еко-туризму, відповідальних турів та зелених ініціатив.
Локальний туризм	Відмова від далеких міжнародних подорожей на користь відкриття та відновлення місцевих маршрутів та природних об'єктів.
Цифрові інновації	Використання технологій, таких як віртуальна реальність, додатки для мобільних пристроїв та інтерактивні технології, щоб полегшити туристичний досвід та забезпечити безпеку.
Досвідчення туризму	Зростаючий попит на унікальні туристичні досвіди, такі як кулінарні тури, культурні іммерсії та спеціалізовані майстер-класи.
Безпека та здоров'я	Збільшений фокус на безпеці та гігієні внаслідок пандемії COVID-19, включаючи введення протоколів дистанціювання та збільшення частоти прибирання в готелях та громадських місцях.
Альтернативні форми проживання	Зростаючий популярність сервісів, таких як Airbnb, та інші альтернативні варіанти проживання замість традиційних готелів.

Державне агентство розвитку туризму є центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику у туристичній сфері. Основними місіями діяльності цього агентства є:

- Сприяння професійному розвитку та підтримці суб'єктів туристичної галузі, зокрема готелів, ресторанів, туроператорів та інших туристичних підприємств.

- Розроблення та впровадження маркетингових стратегій для просування туристичного потенціалу країни на міжнародному ринку, а також популяризація внутрішнього туризму серед національних та іноземних туристів.

- Розроблення та реалізація проєктів з будівництва та модернізації туристичної інфраструктури, таких як готелі, аеропорти, музеї, парки та інші об'єкти, які сприяють розвитку туризму в країні [48].

Таблиця 2.7

Країни - лідери в'їзного туризму в Україну

Країна	2019р	2020р	2021р	2021р/2020р
Молдова	4278329	933243	1054068	+13%
Польща	1115784	272180	310724	+14%
Білорусь	1756641	463548	272869	-41%
Румунія	751913	229437	264216	+15%
Туреччина	306428	149183	246652	+170%
Угорщина	828220	217570	227354	+4%
Німеччина	270538	74046	154133	+208%
Ізраїль	295695	57698	133105	+240%
США	35679	42833	103233	+230%

Складено автором за даними ДАРТ України [55]

Згідно з інформацією від Державного агентства розвитку туризму України, у 2021 році кількість іноземних громадян, які перетнули кордон України, склала 4,27 мільйони осіб, що представляє зростання на 26,3% порівняно з 2020 роком

Вдала рекламна кампанія може значно вплинути на збільшення туристичного потоку до країни. Приємно чути, що Україна привертає увагу туристів з арабських країн. Такий ріст туризму в 2021р. призвів до багаточінних культурних та економічних вигод для країни, сприяв розвитку інфраструктури та підтримці місцевих галузей, а також сприяв міжнародному обміну досвідом та культурою.

Країни - лідери виїзного туризму з України

Країна	2019р	2020р	2021р	2021р/2020р
Польща	9885607	3962053	4489042	+13,3%
Туреччина	1469957	965457	2055001	+113%
Угорщина	3369867	1635810	1724080	+5,4%
Єгипет	1540969	729238	1462439	+100%
Румунія	1207863	626363	825146	+31,7%
Молдова	1484916	328785	380456	+15,7%
Словаччина	1043260	336456	343178	2+%
Німеччина	702485	222172	267675	+20,5%
Білорусь	1253767	496514	213481	-57%

Складено автором за даними ДАРТ України [55]

Також важливо відзначити, що у 2020 році кількість туристів, які обирали Туреччину, зросла вдвічі. Це було пов'язано з тим, що Туреччина та Єгипет не вводили суворі обмеження на туристичні поїздки під час пандемії COVID-19, у порівнянні з іншими країнами, які закривали свої кордони. Таким чином, для українських туристів, обмежених у виборі через закриті кордони, ці країни стали привабливими варіантами [42].

Країни-лідери виїзного туризму з України включають ті, які є найбільш популярними серед українських туристів для відвідування. Цей список зазвичай формується на основі кількості виїздів українців до цих країн.

Туреччина - залишається одним з найпопулярніших напрямків серед українських туристів завдяки своїм курортам, історичним пам'яткам та відносно доступним цінам. Єгипет - відомий своїми пірамідами, Червоним морем і відносно недорогими туристичними пакетами, цей напрямок також є одним з найулюбленіших серед українців. Польща - часто відвідується українцями через географічну близькість, культурні зв'язки.

Греція - популярна завдяки своїм пляжам, історичним місцям та туристичним курортам. Італія - відомий напрямок для тих, хто цікавиться культурою, історією, модою та кухнею. Іспанія - приваблює туристів своїми пляжами, архітектурою та культурними подіями. Болгарія - відома своїми курортами на узбережжі Чорного моря та гірськолижними курортами. Грузія - популярна завдяки своїм природним красотам, культурі та гастрономії. Чорногорія - залучає туристів своїми пляжами, горами та історичними пам'ятками. Об'єднані Арабські Емірати - зокрема, Дубай, є привабливим для українських туристів завдяки своїм розкішним умовам, шопінгу та сучасній архітектурі.

Таблиця 2.9

Аналіз сучасного стану міжнародного туризму в Україні в умовах воєнного стану

Основні складові	Характеристика
Безпека та стабільність	Введення воєнного стану може призвести до збільшення загрози безпеці для туристів. Зміна політичної ситуації та загострення конфлікту може спричинити обмеження в подорожах до певних регіонів країни та зменшення кількості іноземних туристів.
Зниження попиту	Збільшення напруженості та загроз безпеці може призвести до зниження попиту на туристичні послуги в Україні. Іноземні туристи можуть утримуватися від подорожей до країни через страх та невизначеність.
Вплив на галузь	Воєнний стан може негативно вплинути на інфраструктуру та послуги в туристичній галузі. Зміна пріоритетів уряду та збільшення витрат на оборону можуть призвести до зменшення інвестицій у туризм та розвитку інфраструктури.
Погіршення іміджу країни	Воєнний стан може призвести до погіршення іміджу країни на міжнародній арені. Негативні новини про конфлікт та безпеку можуть відлякати потенційних туристів та партнерів з-за кордону.
Необхідність маркетингових стратегій	В умовах воєнного стану важливо розробляти ефективні маркетингові стратегії, спрямовані на збереження інтересу до туризму в Україні. Це може включати акцент на безпеку та стабільність у рекламних кампаніях, а також просування альтернативних туристичних маршрутів, що не зазнають впливу конфлікту.
Підтримка внутрішнього туризму	В умовах воєнного стану важливо звернути увагу на розвиток внутрішнього туризму та стимулювання місцевих туристичних ініціатив. Це може допомогти зберегти працездатність галузі та мінімізувати його негативний вплив.

Ефективне відновлення міжнародного туризму:

- Спрощення візового режиму та зменшення обмежень на в'їзд може збільшити потік туристів до країн, що відновлюють міжнародний туризм.
- Забезпечення безпеки та стабільності у країні є важливим фактором для приваблення туристів. Зменшення політичних та соціальних конфліктів сприятиме покращенню умов для міжнародного туризму.
- Ефективне маркетингове планування та просування туристичних продуктів можуть збільшити зацікавленість туристів у відвідуванні певних країн та регіонів.
- Використання цифрових інструментів та платформ для бронювання подорожей, віртуальних турів та реклами може зробити подорожі більш доступними та зручними для туристів.
- Підтримка та розвиток внутрішнього туризму може стати важливим джерелом доходів для країн у період відновлення міжнародного туризму. Це також може допомогти зберегти робочі місця та підтримати місцеву економіку.

2.3 Аналіз кризових явищ у сучасному світі та їх вплив на міжнародний туризм в Україні

Аналіз потенціалу туристичних ресурсів України включає оцінку різноманітних аспектів, що впливають на привабливість країни для туристів як з внутрішніх, так і з зовнішніх ринків. Для проведення такого аналізу можна врахувати наступні аспекти:

- Оцінка природного потенціалу України, включаючи гірські ланцюги Карпати та Кримські гори, чорноморські пляжі, річки, озера та природні заповідники.

- Оцінка історичних пам'яток, архітектурних та культурних центрів, музеїв, фольклорних традицій та національної кухні.
- Оцінка розвитку туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, транспортна доступність та інші послуги для туристів.
- Аналіз маркетингових стратегій та рекламних кампаній, спрямованих на привертання туристів з усього світу.
- Оцінка потенціалу для розвитку спеціалізованих напрямків туризму, таких як еко-, культурний, винний, медичний та інші.

Аналіз цих аспектів допомагає визначити сильні та слабкі сторони туристичного потенціалу України та розробити стратегії його подальшого розвитку [38].

Міжнародний туризм в Україні має свої особливості, які впливають на його розвиток та привабливість для іноземних відвідувачів. Деякі з найважливіших особливостей включають:

- Україна має багату історію та культурні традиції, які привертають увагу іноземних туристів. Це включає історичні пам'ятки, музеї, фольклор, національні свята та інші культурні аспекти.
- Від Карпатських гір до Чорноморського узбережжя, Україна має різноманітні природні ландшафти, які приваблюють туристів для активного відпочинку, екотуризму та релаксації.
- Українська кухня відома своєю смакотою та різноманітністю страв. Багатство страв із місцевих продуктів приваблює гурманів та любителів гастрономічного туризму.
- Україна має багато релігійних пам'яток, включаючи православні, греко-католицькі, католицькі та інші храми, монастирі та святині, які приваблюють паломників.
- Україна відома своєю відносною доступністю та вартістю відпочинку порівняно з іншими країнами, що робить її привабливою для бюджетного туризму.

- З розвитком індустрії гостинності, Україна пропонує широкий спектр туристичних послуг, включаючи комфортні готелі, ресторани, екскурсійні тури та інші розваги.

Ці особливості сприяють розвитку міжнародного туризму в Україні та створюють потенціал для подальшого зростання туристичної індустрії.

Українські туроператори розробляють туристичний маршрут "темного туризму", запрошуючи до співпраці різних фахівців туристичної галузі: гідів, туроператорів, туристичні агентства та самих туристів. Головною метою є приваблення іноземних відвідувачів до України для спостереження за наслідками російської агресії та руйнуванням, яке було завдане українським містам армією агресора. Міста, які вже включені до маршруту, включають Бучу, Ірпінь, Бородянку, Гостомель, Чернігів та Харків, які стали об'єктами великої уваги як з боку туристів, так і з боку світових лідерів, і зазнали великої уваги з боку журналістського співтовариства [44].

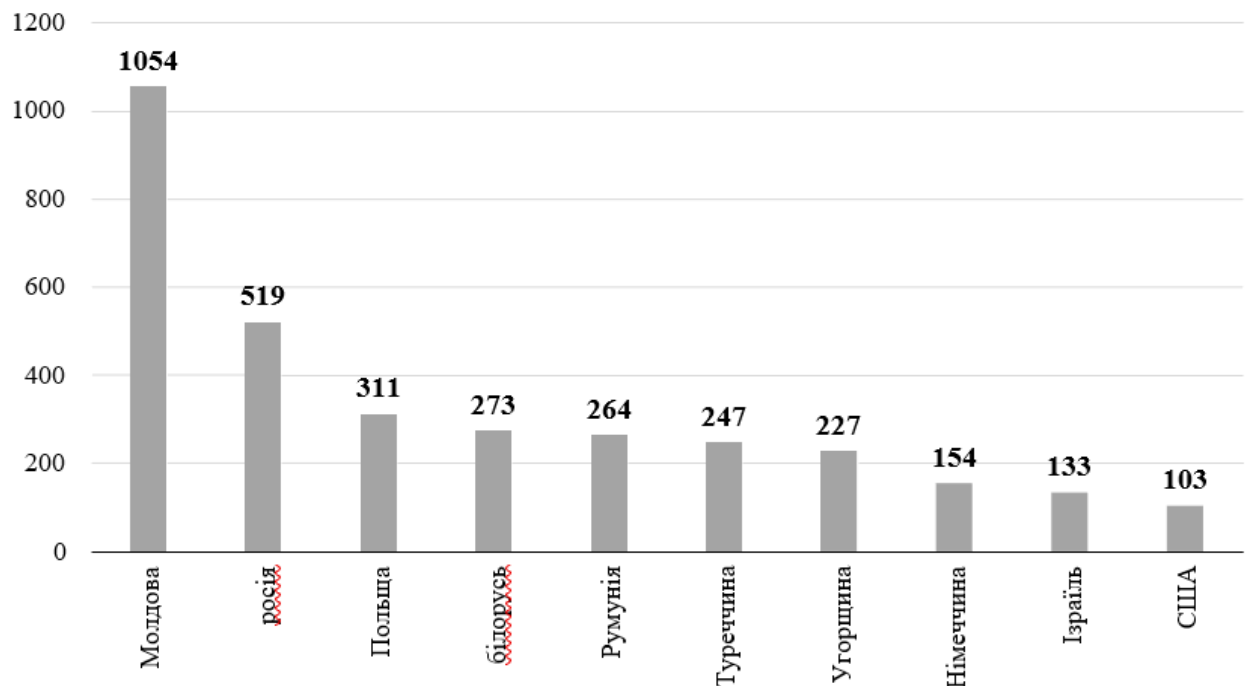


Рис. 2.5. Кількість туристів, які відвідали Україну у 2021 році (тис. осіб)

Побудовано автором за даними ДАРТ України [55]

Умови воєнного стану створюють серйозні виклики для розвитку міжнародного туризму в Україні. Деякі з головних проблем, які можуть виникнути або поглибитися в таких умовах, включають:

- Найбільш очевидною проблемою є загроза безпеці для туристів. Воєнний стан може призвести до зростання напруження та конфліктів, що ускладнює безпеку подорожей та може змусити іноземних туристів утриматися від відвідування країни.
- Воєнний стан може призвести до руйнування або ушкодження туристичної інфраструктури, включаючи готелі, ресторани, пам'ятки та інші туристичні об'єкти.
- Напруження в регіоні може призвести до спаду в туристичний попит і зменшення кількості іноземних відвідувачів, що відіб'ється на доходах туристичної галузі.
- Воєнний стан може призвести до зниження міжнародних зв'язків та ізоляції країни на міжнародній арені, що може ускладнити залучення іноземних туристів.
- Воєнний стан може вплинути на сприйняття України як безпечного туристичного напрямку, що призведе до зменшення інтересу до відвідування країни [58].

У таких умовах важливо приймати надзвичайні заходи для забезпечення безпеки та підтримки туристичної галузі, включаючи моніторинг ситуації, розвиток туристичної інфраструктури та активну пропаганду для залучення туристів.

За перше півріччя 2022 року найбільший зріст був відзначений у областях, які розташовані на Заході України (Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська області).

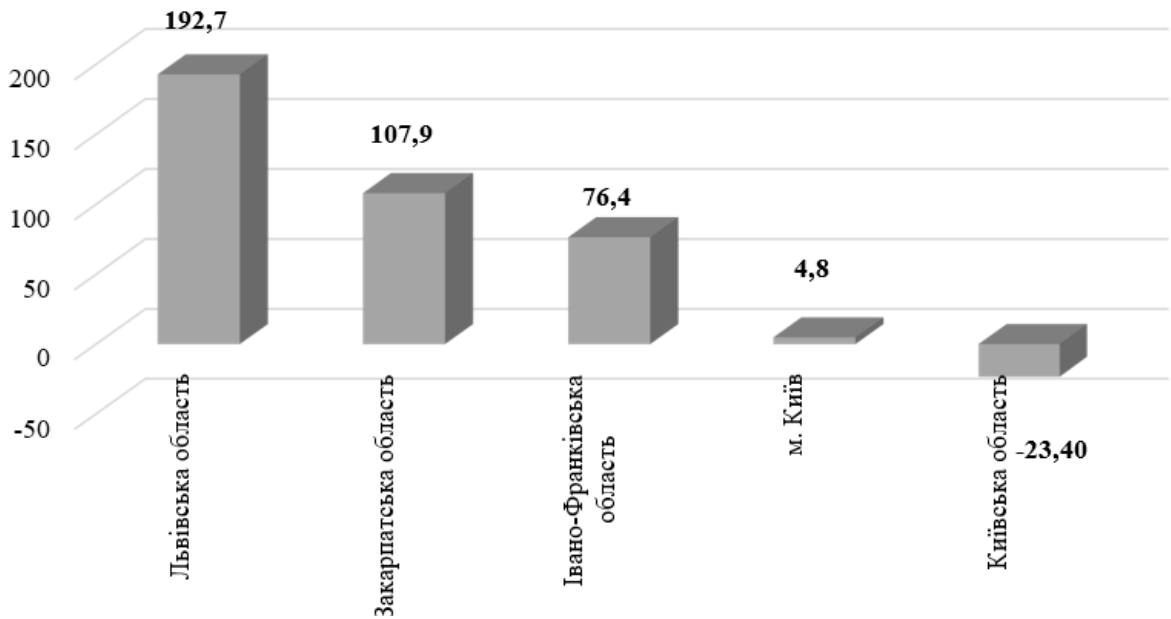


Рис. 2.6. Обсяги туристичного збору в Україні у першому півріччі 2022 р. за регіонами, (млн. грн)

Побудовано автором за даними ДАРТ України [55]

Оцінка стану міжнародного туризму в Україні в умовах війни є складною через велику кількість факторів, які впливають на цю сферу. Основні проблеми, які можуть виникнути в таких умовах, включають:

- Війна може створювати загрози безпеці для туристів, особливо на територіях, що перебувають у зоні конфлікту. Це може відлякувати потенційних відвідувачів із-за переживань щодо їхньої особистої безпеки.
- Військові конфлікти можуть негативно впливати на імідж країни в міжнародному співтоваристві. Це може призвести до зменшення зацікавленості туристів у відвідуванні України та зменшення кількості туристичних потоків.
- Війна може призвести до зниження економічної стабільності країни, що може вплинути на розвиток туристичної індустрії. Наприклад, зменшення інвестицій у галузь та зростання цін на послуги для туристів.
- Умови війни можуть призвести до введення обмежень на переміщення та перетин кордонів, що ускладнить міжнародний туризм та зменшить кількість відвідувачів.

Незважаючи на це, можна виділити певні можливості, які можуть виникнути в умовах війни, такі як розвиток альтернативних туристичних маршрутів, підвищення зацікавленості у внутрішньому туризмі та створення нових форм туристичних послуг, які враховують специфіку умов конфлікту.

Зважаючи на тенденції та динаміку розвитку туристичної галузі, можна визначити кілька потенційних проблем і можливостей, які можуть виникнути в 2024 році [41].

Проблеми:

- Економічні труднощі внаслідок пандемії можуть призвести до скорочення витрат на подорожі та відпочинок для багатьох людей, що може негативно вплинути на туристичну галузь.
- Політичні та геополітичні конфлікти в різних регіонах світу можуть призвести до обмежень у подорожах та загрози безпеці туристів.
- Зміна клімату може призвести до зруйнування туристичних місць, змін у сезонності та погіршення умов для туризму.

Можливості:

- Розвиток екотуризму, культурного туризму, гастрономічного туризму та інших форм альтернативного туризму може стати ключовими драйверами розвитку галузі в умовах зміни попиту та пріоритетів туристів.
- Розвиток цифрових технологій може полегшити доступ до інформації про подорожі, бронювання та віртуальні туристичні екскурсії, що зробить туризм більш доступним та зручним.
- Залучення уваги до внутрішнього туризму та підтримка туристичних компаній та послуг власної країни може стати способом стимулювання галузі в умовах пандемії та економічної нестабільності.
- Ефективне маркетингове планування та просування туристичних продуктів та напрямків може допомогти залучити більше туристів та стимулювати розвиток галузі.

Кризові явища у сучасному світі, такі як епідемії, конфлікти, природні катастрофи та інші події, мають суттєвий вплив на міжнародний туризм в Україні. Ось деякі з найбільш важливих кризових явищ та їх вплив:

- Епідемії та пандемії: Поширення захворювань, таких як COVID-19, призводить до введення обмежень на міжнародні подорожі, закриття кордонів та скасування масових заходів. Це призводить до значного зменшення туристичного потоку в Україні та інших країнах.
- Війни та конфлікти: Воєнні дії та напруження в регіоні можуть призвести до зменшення безпеки та стабільності, що впливає на рішення туристів відвідати країну. Такі ситуації також можуть призвести до зниження інфраструктури та руйнування туристичних об'єктів.
- Природні катастрофи: Потужні стихійні лиха, такі як землетруси, повені або урагани, можуть призвести до руйнування інфраструктури та знищення туристичних об'єктів, а також призводять до евакуації туристів.
- Терористичні атаки та злочинність: Підвищений рівень терористичної загрози або злочинності може вплинути на безпеку туристів та зменшити їх бажання відвідувати країну.
- Економічні кризи: Зниження економічного зростання та збільшення безробіття може призвести до скорочення витрат на подорожі та зменшення кількості туристів, які мають можливість відвідувати інші країни.

Усі ці кризові явища можуть призвести до значного зниження туристичного потоку в Україні та ускладнити ситуацію в туристичній галузі. Для подолання цих викликів важливо розробляти стратегії управління кризовими ситуаціями та активно просувати Україну як безпечний та привабливий туристичний напрямок [28].

В Україні виникає попит на туризм, який відповідає вимогам безпеки та здоров'я, а також використовує інноваційні підходи. До найбільш популярних видів туризму в цей період можна віднести:

- Екологічний туризм - походи в природні заповідники, національні парки, гірські походи та еко-тури у загальному.

- Агротуризм - відвідування сільських господарств, фермерських хат, участь у зборі врожаю та ознайомлення з сільським господарством.
- Культурний туризм - екскурсії до історичних місць, музеїв, культурних центрів та археологічних пам'яток, зокрема, в онлайн форматі.
- Гастротуризм - відвідування місцевих ресторанів та кулінарних майстерень для ознайомлення з місцевою кухнею та стравами.
- Віртуальний туризм - віртуальні екскурсії до визначних місць та культурних об'єктів за допомогою спеціальних технологій та мультимедійних платформ.

Ці види туризму сприяють задоволенню попиту на подорожі під час карантину, забезпечуючи безпеку та можливості для відпочинку та відкриття нового.

Отже, на сьогодні важко сформулювати чіткі висновки щодо подальшого розвитку туризму через нестабільну ситуацію, спричинену війною. У зв'язку з цим ускладнено робити прогнози щодо впливу військових подій на міжнародний туризм в Україні. Проте можна з упевненістю стверджувати, що туристична галузь буде однією з сфер, яка допоможе країні вибратися з кризи після війни, за умови правильної маркетингової стратегії, яку буде впроваджувати уряд.

Висновки до 2 розділу

Проблеми розвитку міжнародного туризму в світі та Україні, а також аналіз сучасного стану цього сектору, можна узагальнити наступним чином:

Нестабільність у світі, така як епідемії, конфлікти, природні катастрофи, впливає на туристичний потік та споживчу поведінку.

Технологічні зміни і цифрова трансформація впливають на спосіб, яким туристи шукають, бронюють подорожі.

Зміни в економіці, включаючи коливання валютних курсів та економічні кризи, можуть впливати на можливість людей подорожувати та їх витрати на туризм.

Україна має великий потенціал для розвитку туризму завдяки своїй багатогарній культурній спадщині, природним ресурсам та історичним пам'яткам. Нестабільна політична та економічна ситуація в країні, а також військовий конфлікт, становлять виклик для розвитку туризму.

Україна потребує розвитку інфраструктури, покращення послуг та маркетингових зусиль для більшого потоку міжнародних туристів.

Головні проблеми розвитку міжнародного туризму в Україні:

- безпека та нестабільність країни є основними факторами, що впливають на привабливість України для міжнародних туристів.
- недостатня розвиненість інфраструктури та послуг для туризму, таких як готелі, транспорт та екскурсії, ускладнює збереження туристичного потоку.
- негативний імідж України за кордоном та неефективний маркетинг у світі також ускладнюють розвиток міжнародного туризму в країні.

Сучасний стан міжнародного туризму в Україні в умовах війни можна охарактеризувати наступним чином:

Військові конфлікти та загострення в політичній ситуації призводять до значного зниження кількості міжнародних туристів, які обирають Україну як свою туристичну дестинацію.

Військові дії та нестабільність створюють негативний імідж країни, що зменшує привабливість України для міжнародних туристів та інвесторів у туристичну індустрію.

Туристи відчують страх і небезпеку під час подорожей до країни, де тривають військові дії або інші конфлікти.

Військові конфлікти негативно впливають на туристичну інфраструктуру, таку як готелі, аеропорти, пам'ятки та інші об'єкти. Що призвело до зруйнування або пошкодження об'єктів та погіршення їхнього стану.

Незважаючи на складнощі, війна може також створити нові можливості для туристичної індустрії, такі як розвиток туризму пам'яті, який привертає туристів, які хочуть дізнатися більше про історію та культуру країни.

Отже, розвиток міжнародного туризму в Україні потребує комплексного підходу та реалізації стратегій, спрямованих на забезпечення безпеки, покращення інфраструктури та маркетингових зусиль для збільшення міжнародних туристів.

РОЗДІЛ 3

Можливості розвитку міжнародного туризму в Україні

3.1 Рекомендації щодо подолання кризових явищ та розвитку міжнародного туризму в Україні

Виявлення основних проблем розвитку міжнародного туризму в Україні є важливою задачею для подальшого розвитку галузі. Вирішення цих проблем потребує комплексного підходу з впровадження ефективних стратегій та заходів, спрямованих на поліпшення усіх аспектів туристичної індустрії України.

Військовий конфлікт та нестабільна політична ситуація негативно впливають на привабливість України для міжнародних туристів. Небезпека та страх за власне життя відлякують потенційних туристів.

Нерозвинена туристична інфраструктура, включаючи готелі, дороги, аеропорти та транспортні сполучення, створює бар'єри для комфортного та безпечного перебування туристів.

Відсутність державних та приватних інвестицій у розвиток туристичної галузі обмежує можливості для покращення туристичних об'єктів та сервісів.

Низький рівень просування України як туристичного напрямку на міжнародному ринку, недостатня участь у міжнародних туристичних виставках та форумах [13, с.7].

Недостатній рівень підготовки кадрів у туристичній сфері, відсутність професійних гідів, низький рівень володіння іноземними мовами серед працівників сфери обслуговування.

Забруднення навколишнього середовища, включаючи річки, озера та інші природні об'єкти, відлякує еко-туристів та погіршує загальне враження від відвідування країни.

Слабо розвинені напрями тематичного туризму, такі як екологічний, культурний, медичний, гастрономічний туризм.

Низький рівень життя населення, що обмежує внутрішній туризм та можливість українців подорожувати по країні, впливає на загальну привабливість України як туристичної дестинації.

Бюрократичні складнощі та корупція у процесі відкриття та ведення туристичного бізнесу, що стримує розвиток приватної ініціативи у цій галузі.

Рішення цих проблем вимагатиме комплексного підходу, зусиль з боку держави, приватного сектору та міжнародної спільноти. Необхідно інвестувати у розвиток інфраструктури, покращення безпеки, спрощення візових процедур та ефективну промоцію країни на міжнародній арені [37].

Оцінка можливостей розвитку міжнародного туризму в Україні включає різноманітні аспекти, які варто врахувати, а саме, Україна має багату культурну спадщину, що включає старовинні міста, пам'ятки архітектури, традиційні свята та різноманітні культурні події. Від Карпатських гір до Чорноморського узбережжя, Україна має різноманітні природні ресурси, які приваблюють любителів активного відпочинку, екотуристів та любителів пляжного відпочинку. Україна розташована на перехресті шляхів між Східною та Західною Європою, що робить її доступною для туристів з різних країн Європи та інших частин світу. Покращення дорожньої та транспортної інфраструктури, а також розвиток готельної бази, ресторанів та інших туристичних послуг можуть зробити Україну більш привабливою для іноземних відвідувачів. Зростання популярності екотуризму, гастрономічного туризму, культурного обміну та інших альтернативних форм туризму може привернути нові категорії туристів до України.

Використання цифрових технологій у сфері туризму, таких як онлайн-бронювання, віртуальні тури та мобільні додатки, може полегшити доступ до інформації та послуг для іноземних туристів. Активні маркетингові кампанії та просування українського туризму на міжнародному рівні можуть збільшити свідомість та інтерес до країни серед потенційних туристів.

Укладання міжнародних угод та співробітництво з туристичними агентствами, готелями та іншими партнерами може допомогти повернути більше іноземних туристів [36].

Загалом, Україна має великий потенціал для розвитку міжнародного туризму

Таблиця 3.1

Зовнішні та внутрішні фактори впливу на розвиток туристичних послуг під час воєнного стану в Україні

Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
<p>Відносини України з іншими країнами та міжнародними організаціями. Санкції, підтримка та політичні рішення можуть як покращувати, так і погіршувати туристичну привабливість.</p> <p>Стан світової економіки, валютні коливання та фінансова стабільність впливають на можливості туристів витратити гроші на подорожі.</p> <p>Безпекова ситуація у світі, включаючи загрози тероризму та інші міжнародні конфлікти, може зменшити бажання туристів подорожувати.</p> <p>Зміни у вподобаннях та звичках міжнародних туристів, зростання популярності нових видів туризму, таких як екотуризм чи "темний туризм".</p> <p>Пандемії та інші глобальні кризи охорони здоров'я впливають на туристичні потоки та умови подорожей.</p> <p>Програми допомоги, гранти та інвестиції від міжнародних організацій та іноземних держав можуть сприяти розвитку туристичної інфраструктури.</p>	<p>Внутрішня політична ситуація, стабільність уряду та його здатність управляти країною в умовах воєнного стану.</p> <p>ВВП, рівень інфляції, зайнятість та інші економічні показники, що впливають на здатність громадян витратити гроші на туризм та на інвестиції у туристичний сектор.</p> <p>Стан транспортної та туристичної інфраструктури, включаючи дороги, аеропорти, готелі, ресторани та інші об'єкти, важливі для туристів.</p> <p>Внутрішня безпекова ситуація, включаючи рівень злочинності та безпосередня загроза воєнних дій у туристичних регіонах.</p> <p>Гостинність населення, культурна привабливість, збереження та популяризація історичних та культурних пам'яток.</p> <p>Законодавча база та регулювання туристичної галузі, включаючи візові режими, оподаткування та ліцензування туристичних послуг.</p> <p>Ефективність просування туристичних продуктів як всередині країни, так і за її межами.</p> <p>Доступність медичних послуг та епідеміологічна ситуація всередині країни.</p> <p>Психологічний стан населення, його здатність та бажання подорожувати та сприймати нових туристів.</p> <p>Стан навколишнього середовища, природні катастрофи та кліматичні умови, які можуть впливати на туристичний сезон та привабливість окремих регіонів.</p>

Україна має значний потенціал для розвитку міжнародного туризму завдяки своїм природним, культурним та історичним ресурсам. Оцінка можливостей розвитку міжнародного туризму в Україні включає такі аспекти,

як Україна володіє різноманітними природними ландшафтами, включаючи Карпати, Кримські гори, Чорне та Азовське моря, які приваблюють туристів з усього світу. Розвиток екотуризму та активного відпочинку в природних заповідниках та парках, які можуть стати привабливими для екологічно свідомих туристів.

Україна має величезний культурний потенціал, включаючи історичні міста, замки, церкви, музеї та археологічні пам'ятки, які привертають історії та культурні цінителі з усього світу. Організація культурних фестивалів, виставок, мистецьких подій та інших заходів для привертання туристів.

Популяризація української кухні та створення гастрономічних турів для вивчення місцевих страв та традицій. Розвиток сільського туризму та агротуризму, які дозволять туристам познайомитися з сільським способом життя та сільськогосподарськими заняттями [25].

Використання природних лікувальних джерел, термальних джерел та лікувальних санаторіїв для медичного відпочинку та відновлення здоров'я. Розвиток сучасних медичних закладів та клінік, які надають високоякісні медичні послуги для іноземних пацієнтів.

Пропозиція різноманітних видів активного відпочинку, таких як лижний спорт, велотуризм, сплави, піші походи тощо. Використання пляжів для відпочинку.

Розвиток внутрішнього туризму в умовах воєнного стану може бути складним, але можливим, а саме акцентуючи увагу на безпечних туристичних напрямках, влада може збільшити інтерес місцевих мешканців до відпочинку в Україні. Варто сприяти розвитку нових туристичних маршрутів, які б не перебували в зоні конфлікту та були б безпечними для відвідування.

Державні та приватні сектори можуть співпрацювати для запровадження знижок та спеціальних пропозицій для місцевих туристів, щоб зробити відпочинок в Україні більш доступним.

Таблиця 3.2

Рекомендації щодо подолання кризових явищ та розвитку міжнародного туризму в Україні

Напрями	Загальна характеристика
Зміцнення безпеки та стабільності	Розробка та впровадження сучасних стандартів безпеки на туристичних об'єктах, включаючи створення укриттів і евакуаційних планів. Забезпечення прозорості та надання актуальної інформації про безпеку в регіонах для туристів через офіційні веб-сайти та мобільні додатки.
Розвиток туристичної інфраструктури	Реконструкція пошкоджених об'єктів та розвиток нових туристичних зон з урахуванням сучасних вимог. Поліпшення стану доріг, аеропортів, залізниць та створення зручних логістичних маршрутів для туристів.
Маркетинг і просування туризму	Проведення міжнародних рекламних кампаній, спрямованих на популяризацію України як безпечного та цікавого туристичного напрямку. Активне використання соціальних мереж, блогів та онлайн-платформ для просування туристичних продуктів.
Інноваційні туристичні продукти	Створення екскурсійних маршрутів до місць, які постраждали від війни, з метою залучення іноземних туристів та підвищення їх обізнаності про події в Україні. Стимулювання розвитку екологічного та сільського туризму, який може стати альтернативою масовому туризму та сприяти збереженню природного середовища.
Підтримка малого та середнього бізнесу	Надання грантів, пільгових кредитів та інших форм фінансової підтримки для малого та середнього бізнесу в туристичному секторі. Проведення тренінгів та консультацій для підприємців щодо ведення бізнесу в умовах кризи та адаптації до нових умов.
Співпраця з міжнародними організаціями	Співпраця з міжнародними організаціями, такими як ООН, ЄС, Світовий банк, для залучення фінансової та технічної підтримки. Активна участь у міжнародних заходах з метою підвищення інтересу до України як туристичної дестинації.
Розвиток внутрішнього туризму	Створення умов для активізації внутрішнього туризму, проведення національних акцій та програм, спрямованих на популяризацію подорожей всередині країни. Підвищення якості обслуговування, розвиток сервісів та послуг, орієнтованих на потреби внутрішніх туристів.
Підтримка культури та історії	Охорона та відновлення історичних пам'яток, музеїв та інших культурних об'єктів, які є важливими туристичними атракціями. Організація та підтримка проведення культурних заходів, фестивалів, виставок, які можуть залучити туристів.
Освіта та підготовка кадрів	Розробка та впровадження освітніх програм для підготовки висококваліфікованих фахівців у туристичній галузі. Постійне навчання та підвищення кваліфікації працівників туристичного сектору, зокрема щодо новітніх трендів та технологій у туризмі.
Використання сучасних технологій	Розробка та впровадження цифрових рішень для покращення туристичних послуг, зокрема мобільних додатків, онлайн-платформ для бронювання та віртуальних турів. Використання смарт-технологій для покращення інфраструктури та забезпечення комфорту туристів.

Сприяння розвитку малих та середніх підприємств, що пропонують туристичні послуги, може стимулювати внутрішній туризм. Пропагування культурно-історичних пам'яток, які не знаходяться в зоні конфлікту, може сприяти збільшенню інтересу місцевих жителів до подорожей в Україні. Забезпечення зручного доступу до туристичних об'єктів та покращення сервісу може зробити відпочинок в Україні більш привабливим для місцевих туристів [32].

Ці заходи можуть допомогти стимулювати внутрішній туризм в Україні навіть в умовах воєнного стану.

Виконання цих рекомендацій допоможе Україні не лише подолати кризові явища в туристичній галузі, але й створити умови для сталого розвитку міжнародного туризму в майбутньому.

3.2 Стратегії та ініціативи для розвитку міжнародного туризму

В умовах війни розвиток міжнародного туризму для України може виявитися складним завданням, але застосування певних стратегій може сприяти подоланню цих викликів і збереженню та розвитку туристичної галузі.

Стратегія розвитку міжнародного туризму - це систематично спланований та організований підхід, спрямований на досягнення конкретних цілей у сфері туризму на міжнародному рівні. Ця стратегія включає в себе визначення пріоритетних напрямків розвитку, впровадження ефективних заходів та політик для залучення та задоволення потреб міжнародних туристів, сприяння сталому розвитку туристичної галузі та максимізацію економічного впливу туризму на країну. Ця стратегія може охоплювати такі аспекти, як

маркетингові заходи, розвиток інфраструктури, підтримка малих підприємств, збереження природних та культурних ресурсів тощо.

Таблиця 3.3

Стратегії розвитку міжнародного туризму для України

Стратегії розвитку	Основні характеристики
Безпека та стабільність	Забезпечення безпеки для туристів є найважливішим аспектом. Розвиток та підтримка системи безпеки та стабільності в туристичних регіонах є критичним для залучення міжнародних туристів.
Маркетинг та просування	Розробка ефективної маркетингової стратегії, спрямованої на підвищення свідомості про туристичні можливості України, є важливим кроком. Це може включати в себе рекламні кампанії, участь у міжнародних виставках та ярмарках, а також використання інтернет-маркетингу та соціальних медіа.
Диверсифікація продукту	Розвиток різноманітних туристичних продуктів, таких як культурний туризм, екотуризм, гастротуризм та медичний туризм, може привернути різний тип туристів та зробити Україну привабливішою для іноземних відвідувачів.
Розвиток інфраструктури	Інвестиції в туристичну інфраструктуру, таку як готелі, ресторани, транспортна система та інші туристичні послуги, можуть покращити якість обслуговування та зручність для туристів.
Партнерство та співпраця	Співпраця з міжнародними туристичними агентствами, туристичними операторами та іншими зацікавленими сторонами може допомогти залучити нових клієнтів та розширити географію туристичних потоків.
Створення позитивного образу	Активна комунікація та співпраця з міжнародними ЗМІ та блогерами може допомогти покращити образ України як туристичного напрямку та зменшити від'ємний вплив конфлікту на сприйняття країни як безпечного місця для відпочинку.
Фокус на внутрішньому туризмі	Розвиток внутрішнього туризму може допомогти компенсувати втрати в міжнародному секторі. Залучення українців до подорожей по своїй країні може сприяти розвитку туристичної галузі та збереженню робочих місць.

Ці стратегії спрямовані на підвищення конкурентоспроможності України як туристичного напрямку та залучення більшого обсягу міжнародних туристів, незважаючи на складнощі, пов'язані з воєнним станом.

Умови війни можуть створювати складнощі для розвитку міжнародного туризму, але деякі ініціативи можуть допомогти зберегти та розвинути туристичну галузь в Україні. Розробка нових туристичних маршрутів, які б дозволили туристам безпечно подорожувати та дізнаватися про історію, культуру та природні краси України під час конфлікту. Організація та реклама культурних заходів, фестивалів, виставок та інших подій, які могли б привернути увагу міжнародних туристів та показати позитивні аспекти країни.

Залучення українців до подорожей по власній країні шляхом проведення різноманітних акцій, знижок та промо-кампаній. Підтримка екологічних турів та програм, спрямованих на збереження природи та екосистем в умовах війни.

Надання фінансової та консультативної підтримки для туристичних підприємств, щоб вони могли витримати труднощі війни та зберегти робочі місця. Встановлення партнерських зв'язків з міжнародними туристичними агентствами та іншими зацікавленими сторонами для спільного просування туристичних послуг України. Посилення заходів з безпеки та створення безпечних туристичних коридорів, які б дозволили туристам безпечно подорожувати по регіонах країни [13, с.7].

Ці ініціативи можуть допомогти зберегти та розвинути туристичну галузь в Україні під час періоду війни.

До інноваційних і перспективних видів туризму можна віднести:

1. Екотуризм. Туризм, спрямований на збереження природи та мінімізацію впливу на навколишнє середовище. Відвідування національних парків, заповідників та екологічно чистих територій.

2. Агротуризм. Відвідування сільськогосподарських регіонів, участь у фермерських роботах та знайомство з традиційним сільським способом життя. Дегустація місцевих продуктів та кулінарних традицій.

3. Технологічний туризм. Відвідування місць, пов'язаних з інноваціями та новітніми технологіями. Екскурсії до високотехнологічних компаній, наукових центрів та технопарків.

4. Космічний туризм. Відвідування космічних центрів, музеїв та участь у космічних симуляціях. Майбутні комерційні польоти до космосу.

5. Темний туризм. Відвідування місць, пов'язаних з трагічними або історичними подіями, такими як місця бойових дій, меморіали та руїни. Наприклад, маршрути, що показують наслідки війни в Україні.

6. Культурний туризм. Подорожі, спрямовані на знайомство з культурною спадщиною, мистецтвом та традиціями різних народів. Відвідування фестивалів, музеїв, історичних пам'яток та культурних заходів.

7. Медичний туризм. Поїздки з метою отримання медичних послуг, лікування або реабілітації. Відвідування спеціалізованих медичних центрів та клінік.

8. Освітній туризм. Поїздки з метою навчання та підвищення кваліфікації. Участь у міжнародних освітніх програмах, курсах та семінарах.

9. Спортивний туризм. Подорожі, пов'язані з участю у спортивних заходах або заняттями активними видами спорту. Відвідування спортивних змагань, кемпінги, лижні курорти та інше.

10. Віртуальний туризм. Використання віртуальної та доповненої реальності для подорожей без фізичного переміщення. Віртуальні тури по музеях, історичних пам'ятках та природних об'єктах.

11. Військовий туризм. Відвідування військових баз, музеїв військової техніки та місць історичних битв. Знайомство з військовою історією та технікою [52].

Ці види туризму відкривають нові можливості для розвитку туристичної галузі, залучення нових туристів та створення унікальних туристичних продуктів.

Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму України в умовах воєнного стану мають враховувати специфічні виклики,

пов'язані з безпекою, економічною нестабільністю та соціальними потребами населення. Основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму України в умовах воєнного стану

1. Безпека туристів:

- Забезпечення безпеки туристів через створення та підтримку безпечних туристичних зон.

- Розробка та впровадження планів евакуації та протиепідемічних заходів на туристичних об'єктах.

- Інформаційні кампанії для туристів щодо безпечних місць для відвідування.

2. Розвиток внутрішнього туризму:

- Стимулювання внутрішнього туризму через проведення інформаційних та рекламних кампаній.

- Підтримка малих та середніх підприємств у туристичному секторі.

- Організація програм субсидій та пільг для місцевих туристів.

3. Відновлення та збереження туристичної інфраструктури:

- Реконструкція та ремонт пошкодженої інфраструктури.

- Інвестиції в модернізацію та розвиток нових туристичних об'єктів.

4. Розвиток інноваційних туристичних продуктів:

- Створення нових туристичних маршрутів, зокрема, маршрути "темного туризму" для показу наслідків воєнних дій.

- Використання цифрових технологій, таких як віртуальна реальність, для створення нових туристичних продуктів.

5. Міжнародна співпраця та підтримка:

- Залучення міжнародних грантів та інвестицій у розвиток туристичної галузі.

- Співпраця з міжнародними туристичними організаціями для відновлення довіри до України як туристичної дестинації.

6. Підтримка культурного та екологічного туризму:

- Захист і популяризація культурної спадщини України.
- Розвиток екотуризму та впровадження екологічних стандартів у туристичній сфері.

7. Маркетинг та промоція:

- Активна промоція України як туристичної дестинації на міжнародних ринках.
- Використання соціальних мереж та інших цифрових платформ для просування туристичних продуктів.

8. Освіта та підготовка кадрів:

- Програми підвищення кваліфікації для працівників туристичної галузі.
- Освітні ініціативи для підготовки спеціалістів з кризового менеджменту в туризмі [13, с.7].

Реалізація цих напрямів сприятиме не лише виживанню, але й розвитку туристичної галузі України навіть в умовах воєнного стану, а також підготовці до повоєнного відновлення та зростання.

3.3 Використання новітніх технологій та маркетингових підходів

Використання новітніх технологій - це процес впровадження сучасних технічних досягнень і інновацій у різні сфери діяльності з метою підвищення ефективності, покращення якості послуг або продукції, автоматизації процесів, зниження витрат і забезпечення конкурентоспроможності. Це може включати застосування інформаційних технологій, штучного інтелекту, інтернету речей (IoT), блокчейну, новітніх методів обробки даних, цифрових платформ і інших технологічних рішень.

Використання новітніх технологій може значно підвищити конкурентоспроможність та привабливість туристичної галузі.

Способи використання новітніх технологій в міжнародному туризмі

Новітні технології	Опис
Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR)	Створення віртуальних турів та інтерактивних додатків, які дозволяють користувачам відчувати та побачити місця подорожей перед самим відвіданням.
Мобільні додатки	Розробка мобільних додатків для планування подорожей, бронювання готелів та екскурсій, отримання інформації про місцеві пам'ятки та ресторани, а також отримання рекомендацій в режимі реального часу.
Інтернет в речах (IoT)	Використання підключених пристроїв та датчиків для створення "розумних" готелів, аеропортів та інших туристичних об'єктів з метою поліпшення зручності та безпеки подорожей.
Штучний інтелект (AI) та аналітика даних	Використання AI для персоналізації та підвищення ефективності маркетингових кампаній, прогнозування попиту на туристичні послуги та виявлення нових трендів у споживчому поведінці.
Блокчейн-технології	Використання блокчейну для забезпечення безпеки та надійності транзакцій при бронюванні готелів, покупці квитків та інших фінансових операцій у туризмі.
Дрони	Використання дронів для створення знімків та відеороликів з висоти, що дозволяє туристам отримати унікальний погляд на місця їхніх подорожей.
Соціальні медіа	Використання соціальних медіа та співпраця з впливовими особистостями для реклами та просування туристичних маршрутів та послуг.

Ці новітні технології можуть значно підвищити якість обслуговування та зручність для туристів, а також сприяти розвитку туристичної галузі в цілому.

Використання новітніх технологій в міжнародному туризмі - це впровадження сучасних технологічних рішень та інновацій у туристичну галузь з метою підвищення ефективності обслуговування, покращення туристичного досвіду, оптимізації управлінських процесів, зниження витрат та збільшення конкурентоспроможності на глобальному рівні. Це може включати застосування інформаційних технологій для бронювання та

планування подорожей, використання мобільних додатків і соціальних мереж для комунікації з туристами, впровадження віртуальної та доповненої реальності для покращення туристичного досвіду, аналіз баз даних для розуміння потреб туристів та персоналізації послуг, а також використання безконтактних технологій та автоматизації для підвищення безпеки та зручності подорожей [42].

Використання новітніх технологій може значно покращити розвиток туризму в Україні, навіть в умовах воєнного стану.

Таблиця 3.5

Напрямки використання новітніх технологій в міжнародному туризмі

Напрямки технологій	Опис
Віртуальні тури	Розробка віртуальних турів, які дозволяють користувачам досліджувати популярні туристичні місця та історичні об'єкти в Україні зручно з дому. Це може привернути увагу міжнародних туристів та зацікавити їх у відвіданні України після припинення воєнних дій.
Мобільні додатки	Розробка мобільних додатків для туристів з інформацією про готелі, ресторани, транспорт та інші послуги. Ці додатки можуть також містити інформацію про поточну ситуацію безпеки та консультації для міжнародних туристів.
Інтерактивні путівники	Розробка інтерактивних путівників з використанням розширеної реальності та інших технологій. Ці путівники можуть надавати користувачам додаткову інформацію про пам'ятки та цікаві місця в Україні.
Системи бронювання	Покращення систем бронювання готелів, екскурсій та інших послуг для туристів. Це може допомогти забезпечити зручність та ефективність у виборі та бронюванні туристичних послуг.
Цифрові маркетингові кампанії	Використання цифрових маркетингових стратегій та соціальних медіа для просування туристичних маршрутів та атракцій в Україні. Такі кампанії можуть допомогти привернути увагу міжнародних туристів та збільшити їхню зацікавленість у відвіданні країни.

Ці новітні технології можуть сприяти підтримці та розвитку туризму в Україні, навіть в умовах війни, допомагаючи залучити та зацікавити міжнародних туристів.

Використання маркетингових підходів може бути важливим інструментом для підтримки та розвитку туризму в Україні, навіть в умовах воєнного конфлікту.

Таблиця 3.6

Впровадження маркетингових стратегій в міжнародному туризмі для України

Маркетингові стратегії	Характеристика
Цифровий маркетинг	Використання інтернет-реклами, соціальних медіа та електронних ресурсів для просування туристичних атракцій України серед міжнародних аудиторій. Рекламні кампанії можуть бути спрямовані на підвищення усвідомленості про культурні та природні багатства країни.
Таргетингована реклама	Використання цільової реклами для залучення конкретних сегментів аудиторії, таких як туристи з певних країн чи регіонів, фанати конкретних видів відпочинку або інтереси. Це дозволяє ефективно спрямовувати рекламні зусилля та ресурси для максимального впливу.
Співпраця з туристичними агентствами	Встановлення партнерських відносин з міжнародними туроператорами та агентствами для просування туристичних пакетів та послуг в Україні. Це може допомогти залучити більше туристів з інших країн.
Участь у виставках та ярмарках	Активна участь у міжнародних туристичних виставках та ярмарках для презентації туристичних можливостей України перед міжнародною аудиторією та залучення уваги туристів.
Розвиток туристичних маршрутів	Розроблення та просування нових туристичних маршрутів, які включають у себе цікаві історичні, культурні та природні об'єкти. Ефективна маркетингова стратегія може зробити ці маршрути привабливими для міжнародних туристів.
Креативні рекламні кампанії	Розробка та запуск креативних рекламних кампаній, які здатні вразити та привернути увагу аудиторії. Використання цікавих інформаційних матеріалів, відео-презентацій та інноваційних форматів може сприяти підвищенню інтересу до України як туристичного напрямку.

Ефективне використання маркетингових підходів може допомогти залучити увагу міжнародних туристів та підтримати розвиток туризму в Україні, навіть у складних умовах.

Використання маркетингових підходів може бути важливим інструментом для просування туристичної галузі в Україні, особливо в умовах воєнного стану, а саме, використання цифрових каналів, таких як веб-сайти, соціальні медіа, електронна пошта та мобільні додатки, для просування туристичних пропозицій України. Це може включати створення цікавого та інформативного контенту, розміщення рекламних оголошень та співпрацю з впливовими особистостями для залучення уваги міжнародних туристів.

Співпраця з іншими гравцями туристичного ринку, такими як готелі, ресторани, авіакомпанії та туристичні агентства, для спільного просування та привертання уваги до туристичних послуг України. Це може включати спільні промоакції, знижки та пакетні пропозиції.

Організація та підтримка креативних заходів та подій, що привертають увагу до туристичних пропозицій України. Це може бути проведення фестивалів, виставок, конференцій та інших заходів, які демонструють культурні та природні багатства країни.

Постійне відстеження змін у попиті та поведінці туристів та адаптація маркетингових стратегій відповідно до нових умов. Наприклад, у контексті воєнного стану це може включати надання інформації про безпеку та заходи безпеки для туристів [37].

Використання цих маркетингових підходів допоможе привернути увагу міжнародних туристів та підтримати розвиток туристичної галузі в Україні, навіть в умовах воєнного конфлікту.

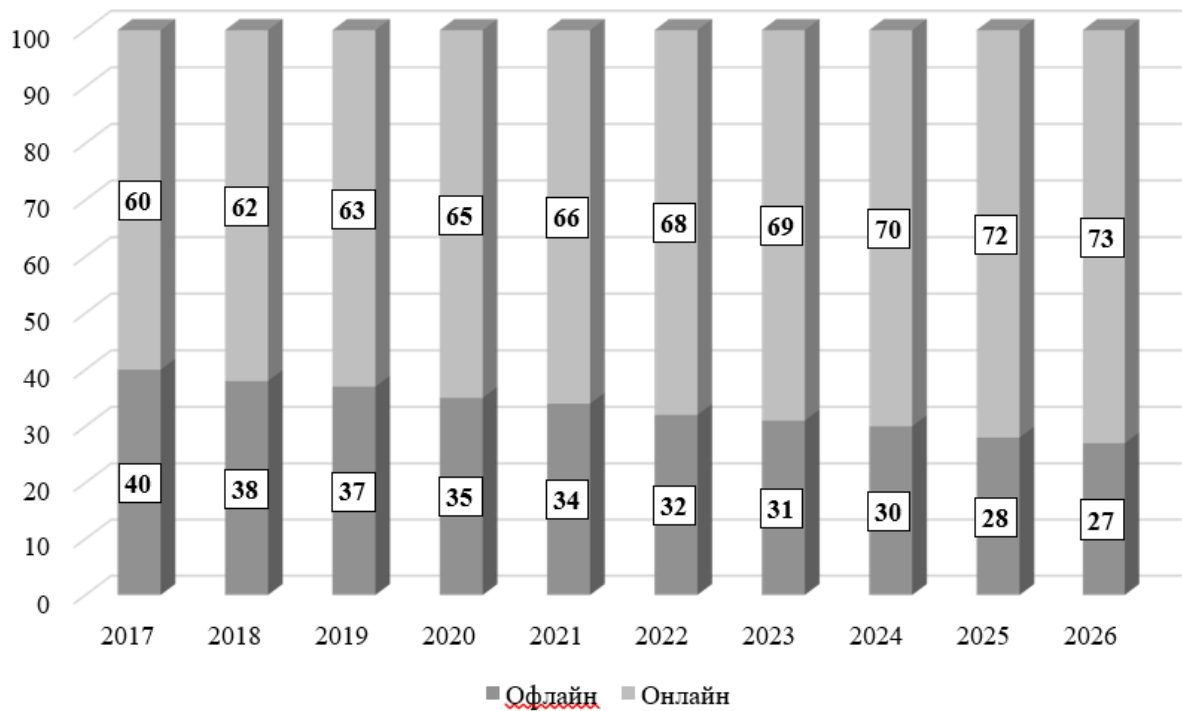


Рис. 3.1. Прогноз динаміки обсягів продажів туристичних послуг у світі, (%)
Побудовано автором за даними [58]

Отже, можливості розвитку міжнародного туризму в Україні є, а саме, Україна має значний потенціал у сфері екотуризму, а також численні історичні та культурні пам'ятки, які можуть привернути увагу міжнародних туристів.

Подальше вдосконалення туристичної інфраструктури, включаючи готелі, ресторани, транспортні засоби та інші послуги, може стимулювати зростання міжнародного туризму. Сприяння культурному обміну та взаєморозумінню шляхом організації культурних заходів, фестивалів та обмінів.

Забезпечення безпеки туристів шляхом впровадження ефективних заходів безпеки та інформування туристів про потенційні ризики.

Використання маркетингових стратегій та рекламних кампаній для привертання уваги міжнародних туристів та підвищення обізнаності про туристичні можливості України.

Співпраця з іншими країнами, туристичними агентствами та міжнародними організаціями для спільного просування та розвитку туристичного потенціалу України.

Створення нових туристичних маршрутів, які відображатимуть культурні, історичні та природні особливості України.

Забезпечення підтримки для малого та середнього бізнесу у сфері туризму, що допоможе розширити туристичні послуги та залучити нових клієнтів.

Використання цифрових технологій для покращення доступності та зручності для туристів, включаючи онлайн-бронювання та мобільні додатки.

Використання віртуальної реальності та інших технологій для створення віртуальних турів, які дозволяють туристам досліджувати атракції та місця безпосередньо з дому. Використання аналітики та даних про споживачів для розробки персоналізованих маркетингових стратегій, які відповідають індивідуальним [39]

Після війни туризм обов'язково зазнає змін. Підходи до містобудування та планування туристичних об'єктів теж піддаються перегляду. Важливо буде враховувати аспекти безпеки, зокрема укриття та евакуацію цінностей у музеях. Зараз світ виявляє шалений інтерес до України, і ми маємо можливість перетворити його на потужний туристичний потік.

Висновки до 3 розділу

Можливості розвитку міжнародного туризму в Україні на сьогоднішній день обумовлені різними чинниками. Серед них важливе місце займає культурно-історичний потенціал країни, мальовничі пейзажі, унікальні природні ресурси та гостинність місцевого населення. Однак, в умовах воєнного конфлікту, можливості розвитку міжнародного туризму зазнають обмежень, зокрема через негативний імідж країни на міжнародній арені, погіршення безпекової ситуації та обмеження руху туристів на окремих територіях.

Рекомендації щодо подолання кризових явищ та розвитку міжнародного туризму в Україні включають:

- Активне використання потенціалу культурно-історичних пам'яток, фольклорних традицій та національної кухні для приваблення туристів.
- Використання цільової реклами та рекламних кампаній, спрямованих на позитивне сприйняття України як туристичного напрямку.
- Проведення заходів для забезпечення безпеки та комфорту туристів, зокрема на територіях, які не постраждали від воєнного конфлікту.
- Подальше вдосконалення туристичної інфраструктури, включаючи готелі, ресторани, транспортні засоби та інші сервіси.
- Використання новітніх технологій та інноваційних підходів у розвитку туристичної галузі, таких як впровадження віртуальних турів та інтерактивних додатків для туристів.

Стратегії та ініціативи для розвитку міжнародного туризму включають створення спеціальних туристичних маршрутів, організацію культурних та спортивних подій, участь у міжнародних туристичних виставках та форумах, а також співпрацю з міжнародними туристичними агентствами та операторами.

Використання новітніх технологій та маркетингових підходів, таких як цифровий маркетинг та персоналізована реклама, може допомогти залучити увагу більш широкого кола аудиторії та збільшити кількість міжнародних туристів, які обирають Україну для відпочинку.

ВИСНОВКИ

У першому розділі роботи проведено детальний теоретичний аналіз поняття та сутності міжнародного туризму, розглянуто основні фактори, що впливають на його розвиток, а також проаналізовано основні кризові явища сучасності та їх вплив на туристичну сферу. Міжнародний туризм є важливим економічним сегментом, що стимулює розвиток інших галузей та сприяє культурному обміну. Проте сучасні кризи, такі як пандемія COVID-19, геополітичні конфлікти та економічна нестабільність, значно впливають на цей сектор, створюючи нові виклики та потребуючи адаптації до нових умов.

У другому розділі здійснено аналіз розвитку міжнародного туризму в світі та Україні. Оцінено сучасний стан туристичної галузі, враховуючи вплив кризових явищ. Виявлено, що пандемія COVID-19 значно зменшила потоки туристів, вплинувши на економіку країн, залежних від туризму. Для України ці впливи посилені воєнним станом, що створює додаткові труднощі для розвитку туристичної сфери. Аналіз показав, що для відновлення туризму необхідні активні заходи зі сторони держави, зокрема у сфері безпеки, маркетингу та інфраструктурного розвитку.

У третьому розділі розглянуто можливості розвитку міжнародного туризму в Україні. Запропоновано рекомендації щодо подолання кризових явищ та стратегії для відновлення і розвитку туризму. Особлива увага приділена використанню новітніх технологій та маркетингових підходів, що можуть підвищити конкурентоспроможність українського туризму на міжнародній арені. Визначено, що залучення інвестицій, розвиток інфраструктури, підвищення рівня безпеки та активна промоція туристичних можливостей України є ключовими факторами для успішного розвитку галузі.

У підсумку, робота надає комплексний аналіз міжнародного туризму, враховуючи вплив сучасних кризових явищ. Виявлені проблеми та виклики для розвитку міжнародного туризму в Україні можуть бути подолані через

впровадження ефективних стратегій та ініціатив, спрямованих на підтримку та розвиток галузі. Використання новітніх технологій та маркетингових підходів є важливими елементами для забезпечення стійкого розвитку туризму в Україні навіть у складних умовах.

Після війни туризм обов'язково зазнає змін. Підходи до містобудування та планування туристичних об'єктів теж піддаються перегляду. Важливо буде враховувати аспекти безпеки, зокрема укриття та евакуацію цінностей у музеях. Зараз світ виявляє шалений інтерес до України, і ми маємо можливість перетворити його на потужний туристичний потік.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про туризм" (зі змінами та доповненнями) від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
2. Закон України "Про захист персональних даних" від 01 червня 2010 року № 2297-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.
3. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» від 3 липня 2015 р. // ВВР України. – 2015. – №14. - Ст. 96.
4. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» від 19 грудня 2019 р. // ВВР України. – 2020. - №7, 8, 9. – Ст.48.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розкриття туристичного потенціалу України» від 17 листопада 2021 р. №1238.
6. Постанова КМУ «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження туроператорської діяльності, що підлягає ліцензуванню, та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Міністерством економічного розвитку і торгівлі» №747 від 19.09.2018.
7. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» №168-р від 16.03.2017.
8. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження заходів щодо розвитку іноземного і внутрішнього туризму» №390-р від 27.06.2003.
9. Апфельт Г. В. Визначення змін у туристичній галузі, що сформувалися під впливом загальноприйнятих заходів безпеки у зв'язку з пандемією COVID-19. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного

університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2020. Вип. 43. С. 58–62.

10. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. Бізнес Інформ. 2020. №4. С. 21–27.

11. Атаманчук З. А. Розвиток міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19: тенденції та очікування. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 94–99.

12. 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.

13. Волошин Ю.О., Карпачова Н.І., Єпіфанов О.В., Марцеляк О.В. Міжнародно-правові стандарти в сфері охорони культурної спадщини та їх імплементація у національне законодавство держав. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв . –2019. –№ 2. –С. 35-41.

14. 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.

15. Божидарник Т. Міжнародний туризм: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.

16. 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.

17. 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.

18. 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.

19. 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.

20. Гурська І.С., Герасимів Г.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. *Агросвіт*. 2019. № 20. С. 88–92.

21. 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.

22. 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.

23. Дехтяр Н. А. Наявність вільного часу як чинник формування попиту на туристичні послуги. *Економічний простір*. 2020. № 160. С. 96–102.

24. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.

25. 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..

26. Луцький М.Г., Марченко В.М., Давиденко В.В., Кам'янецька О.В. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: Сузір'я, 2007. – 484 с.

27. 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.

28. Михайліченко Г., Клімова А. Світовий туристичний ринок: трансформації після пандемії. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. № 2. С. 21-37.

29. Панова І. О. Туризм під час пандемії: наслідки та перспективи. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 226–232.

30. 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.*

31. 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.

32. 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.

33. 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>.

34. 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.

35. Сидоренко К.В. Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі. Монографія /За редакцією Ареф'євої О.В. – К.: ФОП Маслаков, 2018. – С. 50-65.

36. Соколова З.С. Порівняльний аналіз цифрової конкурентоспроможності країн Європи та України / З.С.Соколова // I 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.

37. 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.

38. 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.

39. Юрченко Н.І. Сучасні тенденції маркетингових досліджень у туристичній галузі. Бізнес Інформ. 2020. №10. С. 450–459.

40. 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.

41. 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.

42. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua>.

43. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>.

44. Офіційний сайт порталу відкритих даних Світового банку (World Bank Open Data). URL: <https://data.worldbank.org>.

45. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC). URL: <https://wttc.org>.

46. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL: <https://dpsu.gov.ua>.

47. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

48. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua>.

49. Офіційний сайт аналітичного порталу Слово і діло. URL:

<https://www.slovoidilo.ua>.

50. 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.

51. Вплив російського вторгнення в Україну на світовий туризм та майбутнє туристичної професії 15.05.2022. URL: <https://tourism.udau.edu.ua>.

52. 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>.

53. Гроші або демократія. Як війна в Україні впливає на світовий туризм 13.05.2022. URL: <https://www.rbc.ua>.

54. <http://www.ukrstat.gov.ua/> – офіційний сайт Державного комітету статистики України.

55. <https://www.tourism.gov.ua/> – офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму.

56. <https://covid19.who.int/> – офіційний сайт Інформаційної панелі ВООЗ щодо COVID-19.

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

58. <https://www.statista.com/> – офіційний сайт Statista.

59. <https://visitukraine.today> – офіційний сайт Visit Ukraine today.

60. <https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/> – офіційний сайт UNWTO Tourism online academy.

61. 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.v1i3.1466>

62. 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

63. 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.

64. 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.

65. 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.

66. 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

67. 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>

68. 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

69. 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>

70. 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.

71. 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.

72. 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.

73. 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.

74. Добрянська Н. А., Лебедева 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.

75. 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.

76. 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-ryнку/>

77. 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.

78. 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

79. 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>

80. 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.

ДОДАТКИ

НАУКОВА ПРАЦЯ

Прийняв участь в XX Всеукраїнській науковій конференції здобувачів вищої освіти з розділу «Харчові технології» 14-15 травня 2024 року в рамках проведення «ТИЖНЯ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКИ» у Навчально-науковому технологічному інституті харчової промисловості ім. К.А. Богомаза
<https://ontu.edu.ua/download/konfi/2024/program-Student-conference-and-Food-Technologies-24.pdf>

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



ПРОГРАМА

**XX Всеукраїнської наукової конференції здобувачів
вищої освіти з розділу «Харчові технології»**

14-15 травня 2024 року

**в рамках проведення
«ТИЖНЯ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКИ»
у Навчально-науковому технологічному інституті харчової
промисловості ім. К.А. Богомаза**

Одеса 2024

- 85. Проблеми та можливості розвитку міжнародного туризму в Україні у контексті кризових явищ сучасності.**
Здобувач СВО «Бакалавр» ф –ту ТВтаТБ Виговський К.О.
(*Одеський національний технологічний університет*)
Науковий керівник – д.е.н., проф. Лебедева В.В.
- 86. Медичний туризм як складова міжнародного ринку туристичних послуг: проблеми та перспективи.**
Здобувачка СВО «Магістр» ф –ту ТВтаТБ Лицевич М.О.
(*Одеський національний технологічний університет*)
Науковий керівник – д.е.н., проф. Лебедева В.В.
- 87. Інклюзивний туризм: проблеми та перспективи на державному рівні.**
Здобувач СВО «Бакалавр» ф-т ТВ та ТБ Стреш Данііл Юрійович,
Курченко Денис Сергійович, PhD 281 «Публічне управління та адміністрування»
(*Одеський національний технологічний університет*)
Науковий керівник – д.е.н., проф. Добрянська Н.А.
- 88. Досвід Норвегії в розробці пригодницьких та гастрономічних турів.**
Здобувач СВО «Магістр» ф –ту ТВтаТБ Тельпіс Андрій Володимирович,
Здобувачка СВО «Бакалавр» ф –ту ТВтаТБ Федоріва Марія Сергіївна
(*Одеський національний технологічний університет*)
Науковий керівник – к.т.н., доц. Ліганенко М.Г.
- 89. Розширення асортименту рибних консервів в гелеподібних заливках.**
Здобувачка СВО «Магістр» ф-ту ЕБХІІтаТ Білан Олександра Василівна,
Здобувач СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБХІІтаТ Павлов Михайло Денисович
(*Одеський національний технологічний університет*)
Науковий керівник – к.т.н, доц. Кушніренко Н.М.
- 90. Перспективи використання біологічно активних речовин рослинного походження у спортивних напоях.**
Здобувач – Біленький Петро Костянтинович
(*Одеський національний технологічний університет*)
Науковий керівник – д.т.н., проф. Тележенко Л.М.
- 91. Багатокомпонентні рибні консерви як стратегічний запас держави.**
Здобувач СВО «Магістр» ф-ту ЕБХІІтаТ Георгієв Владислав Сергійович,
Здобувачка СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБХІІтаТ Кравченко Ольга Олегівна
(*Одеський національний технологічний університет*)
Науковий керівник – к.т.н, доц. Кушніренко Н.М.
- 92. SWOT-аналіз туристичної галузі Черкаської області.**
Здобувачка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Захарюк В.О.
(*Одеський національний технологічний університет*)
Науковий керівник – к.т.н., доц. Калмикова І.С.
- 93. Prospects of the development of combined feeds for dorado fish.**
Student of bachelor degree program, Department of Drain and grain business D.
Mazur
(*Odesa National University of Technology*)
Scientific advisor – Associate Professor L. Fihurska
- 94. The via Carpathia transport corridor: influence on the development of logistics infrastructure of Ukraine.**
Здобувачка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Орел В.О.
(*Одеський національний технологічний університет*)
Науковий керівник – д.е.н., проф. Крупіца І.В.



Технологічні мости між секторами економіки та розвиток інфраструктури в Україні

Сектор	Опис
Високі технології	Україна є членом Європейського союзу з точки зору технологій. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Інформаційні технології	Інформаційні технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Матеріальні технології	Матеріальні технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології енергетики	Технології енергетики є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Транспортні технології	Транспортні технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології сільського господарства	Технології сільського господарства є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології туризму	Технології туризму є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології освіти	Технології освіти є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології охорони здоров'я	Технології охорони здоров'я є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології безпеки	Технології безпеки є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології екології	Технології екології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.

Прогноз зростаючої частки акційних компаній у загальному обороті, (млрд, дол. США)

Назва підприємства	2017	2020	2021
Banking	12,07	4,3	10,90
Energy	12,07	3,2	3,2
Automotive	4,31	2,28	3,99
Telecom (Oligo)	2,1	2,8	2,1
Transport	1,20	0,0	0,7
IT/Software	0,84	0,22	0,20
Chemicals	0,20	0,12	0,20
IT/Software Others	0,20	0,0	0,20
Media/TV/Print	0,20	0,17	0,20
Leisure/Entertainment	0,20	0,11	0,20

Шляхи взаємодії між секторами економіки та інфраструктури в Україні

Сектор	Опис
Високі технології	Україна є членом Європейського союзу з точки зору технологій. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Інформаційні технології	Інформаційні технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Матеріальні технології	Матеріальні технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології енергетики	Технології енергетики є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Транспортні технології	Транспортні технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології сільського господарства	Технології сільського господарства є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології туризму	Технології туризму є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології освіти	Технології освіти є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології охорони здоров'я	Технології охорони здоров'я є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології безпеки	Технології безпеки є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.
Технології екології	Технології екології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України. Високі технології є важливим сектором економіки України.

Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота бакалавра.

Тема: «Проблеми та можливості розвитку міжнародного туризму в Україні у контексті кризових явищ сучасності»

Засіб перевірки <https://unicheck.com>

Унікальність по фразам >50 %

Унікальність по словам >50 %



Ім'я користувача:
приховано налаштуваннями конфіденційності

ID перевірки:
1016276714

Дата перевірки:
23.05.2024 16:20:39 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
23.05.2024 17:15:26 EEST

ID користувача:
100012118

Назва документа: ONTU_QWB_242_2024_VIGOVSKIY_K_O_TP

Кількість сторінок: 91 Кількість слів: 16361 Кількість символів: 124018 Розмір файлу: 5.22 MB ID файлу: 1016068146

22.5%
Схожість

Найбільша схожість: 10.7% з Інтернет-джерелом (<https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/55218/1/%d0%a4%d0%9c%d0%9d0%9c>..

21.8% Джерела з Інтернету 890 Сторінка 93

4.57% Джерела з Бібліотеки 74 Сторінка 102

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 78

Здобувач-дипломник _____

Виговський К.О.

Керівник роботи _____

Лебедєва В.В.