

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
Факультет гуманітарний  
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

## **Пояснювальна записка**

до кваліфікаційної (дипломної) роботи  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

**ПРОБЛЕМИ, ТЕНДЕНЦІЇ, ТРЕНДИ В ТУРИЗМІ НА СУЧАСНОМУ  
ЕТАПІ**

Виконав(ла): здобувач(ка) вищої освіти

4 курсу, групи ГФ-221

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

**Денис РУС'ЄВ**

Керівник: к.е.н., доцент Сергій ЦВІЛИЙ

Рецензент: д.е.н., професор Юлія ЮХНОВСЬКА

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Національний університет «Запорізька політехніка»**

Інститут, факультет Гуманітарний

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри ТГРБ**

Валентина ЗАЙЦЕВА

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 року

**З А В Д А Н Н Я**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**РУС'ЄВА Дениса Васильовича**

1. Тема роботи (проекту) ПРОБЛЕМИ, ТЕНДЕНЦІЇ, ТРЕНДИ В ТУРИЗМІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

керівник роботи (проекту) ЦВІЛИЙ Сергій Миколайович, к.е.н., доцент,  
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 26 лютого 2025 року № 69

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 30.05.2025 р.

3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використані навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, матеріали міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, монографії, Інтернет-джерела, законодавчі та нормативно-правові акти України, дані первинного бухгалтерського обліку, статистичні звіти.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1) Теоретичні аспекти туризму в Україні та світі. 2) Аналіз сучасного стану туризму в Україні. 3) Перспективні тренди в повоєнному туризмі України.

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

Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 9 таблиць, 3 рисунки.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної (дипломної) роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
<b>1</b>	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	02.04.2025
<b>2</b>	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	16.04.2025
<b>3</b>	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	30.04.2025
<b>Нормо контроль</b>	КОРНІЄНКО О.М., доцент кафедри ТГРБ	28.02.2025	12.05.2025

7. Дата видачі завдання 28 лютого 2025 року

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
<b>1</b>	<b>Узгодження теми, складання змісту</b>	28.02.2025	виконано
<b>2</b>	<b>Вивчення літературних джерел</b>	03.03-10.03.2025	виконано
<b>3</b>	<b>Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу</b>	11.03-17.03.2025	виконано
<b>4</b>	<b>Групування та аналіз зібраного матеріалу</b>	18.03-31.03.2025	виконано
<b>5</b>	<b>Виконання першого розділу</b>	02.04.2025	виконано
<b>6</b>	<b>Виконання другого розділу</b>	16.04.2025	виконано
<b>7</b>	<b>Виконання третього розділу</b>	30.04.2025	виконано
<b>8</b>	<b>Формування висновків та рекомендацій</b>	02.05.2025	виконано
<b>9</b>	<b>Оформлення кваліфікаційної роботи</b>	09.05.2025	виконано
<b>10</b>	<b>Перевірка роботи на плагіат</b>	12.05.2025	виконано
<b>11</b>	<b>Перевірка роботи керівником</b>	15.05.2025	виконано
<b>12</b>	<b>Одержання відгуку та рецензії</b>	16.05.2025	виконано
<b>13</b>	<b>Попередній захист кваліфікаційної роботи</b>	19.05-26.05.2025	виконано
<b>14</b>	<b>Подання роботи на кафедру</b>	30.05.2025	виконано
<b>15</b>	<b>Захист кваліфікаційної роботи</b>	05.06.-30.06.2025	виконано

Здобувач(ка) вищої освіти \_\_\_\_\_ Денис РУС'ЄВ  
(підпис)

Керівник роботи (проекту) \_\_\_\_\_ Сергій ЦВІЛИЙ  
(підпис)

## РЕФЕРАТ

**Мета кваліфікаційної (дипломної) роботи:** аналізування тенденцій та трендів в контексті повоєнного відновлення туристичної галузі України.

**Об'єкт дослідження:** розвиток туризму в Україні та світі.

**Предмет дослідження:** комплекс теоретичних і практичних методів вивчення проблем, тенденцій та трендів в туризмі на сучасному етапі.

**Методи дослідження:** загально-наукові методи, аналіз літературних та інтернет-джерел, аналітичний та дослідницький методи, описовий, прийоми аналізу статистичних даних (табличний, порівняння, групування, графічний), методи пошуку даних, метод структурування даних, прогностичні методи.

**Інформаційна база дослідження:** нормативно-правова та законодавча база України, підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, дані Всесвітньої туристичної організації, фінансової і статистичної звітності, Інтернет-ресурси, сайти туристичних, компаній, власні дослідження автора.

**Практичне значення результатів:** систематизація тенденцій, трендів та чинників розвитку туристичної галузі України в координатах її повоєнного відновлення з урахуванням інноваційно-інформаційних процесів. Матеріали можуть бути впроваджені в практику бізнесу та використані в освітньому процесі при викладанні освітнього компонента «Маркетинг в туризмі».

**Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи.** Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Всеукраїнській науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2025» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 14–18 квітня 2025 р., м. Запоріжжя. Опубліковані тези доповіді.

**Структура.** Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань, додатків.

**Обсяг.** Загальний обсяг – 82 сторінки, основна частина – 68 сторінок.

**Графічний матеріал.** Робота містить 9 таблиць та 3 рисунки.

## АНОТАЦІЇ

**РУС'ЄВ Денис. Проблеми, тенденції, тренди в туризмі на сучасному етапі.** – Кваліфікаційна робота.

У кваліфікаційній роботі узагальнено та розкрито теоретичні аспекти дослідження туристичної діяльності в Україні та світі на основі класифікації сучасних видів туризму; досліджено сучасний стан, проблеми, тенденції і перспективи розвитку туризму в Україні в умовах війни; узагальнено тренди і тенденції на сучасному етапі розвитку туристичної галузі в координатах повоєнного відновлення. Актуальність обґрунтована тим, що у туристичній індустрії України є унікальна можливість відкрити нові перспективи розвитку після війни. Практичне значення полягає в систематизації тенденцій, трендів та чинників розвитку туристичної галузі України в координатах її повоєнного відновлення з урахуванням інноваційно-інформаційних процесів.

*Ключові слова:* туристична галузь, повоєнне відновлення, міжнародний туризм, тренд, тенденція, стратегія розвитку, цифровий маркетинг, ринок.

**RUSIEV Denys. Problems, tendencies, and trends in tourism at the present stage.** – Qualifying work.

The qualification work reveals the theoretical aspects of the study of tourism activities; explores the current state, problems, trends and prospects for the development of tourism in Ukraine in wartime; summarizes trends and tendencies at the current stage of development of the tourism industry. The relevance is justified by the fact that the tourism industry of Ukraine has a unique opportunity to open new prospects for development after the war. The practical significance lies in the systematization of tendencies, trends and factors for the development of the tourism industry of Ukraine in the coordinates of its post-war recovery, taking into account innovation and information processes.

*Keywords:* tourism industry, post-war recovery, international tourism, trend, development strategy, digital marketing, market.

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ВВП – валовий внутрішній продукт

грн. – гривня

ДАРТ – Державне агентство розвитку туризму

ЄБ – Європейський банк

ЄТК – Європейська туристична комісія

З – загрози

ІКТ – інформаційно-комунікаційні технології

ін. – інше

км – кілометр

М – можливості

м – місто

млн – мільйон

млрд – мільярд

МСП – мале та середнє підприємництво

ООПТ – особливо охоронювані природні території

рр. – роки

с. – сторінка

СиС – сильні сторони

СлС – слабкі сторони

США – Сполучені штати Америки

тис. – тисяча

ТПК – туристична привабливість країни

ЮНЕСКО – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

COVID-19 – пандемія коронавірусу

UNWTO – Світова організація туризму

V.I.P. – елітарний сегмент споживачів в туризмі

% – відсоток

## ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	11
1.1. Класифікація основних видів туризму	11
1.2. Основні тенденції функціонування туризму в Україні та світі	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	31
2.1. Аналіз стану, проблем та перспектив розвитку туристичної галузі України в умовах пандемії covid-19 та війни	31
2.2. Оцінка тенденцій, передумов відновлення та стратегічних перспектив розвитку вітчизняного туризму після війни	39
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ ТРЕНДИ В ПОВОЄННОМУ ТУРИЗМІ УКРАЇНИ	49
3.1. Тенденції, тренди та чинники розвитку туризму України в координатах повоєнного відновлення	49
3.2. Інноваційні інформаційні процеси у розвитку туризму України	58
ВИСНОВКИ	66
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	69
ДОДАТКИ	75

## ВСТУП

Актуальність теми. Галузь туризму є найбільш прибутковою для всіх країн світу, в тому числі і для України. Сучасні тенденції розвитку туризму в Україні за десятиліття висвітлили той факт, що туристична галузь потребує покращення державного регулювання та активізації зусиль з удосконалення інформаційного забезпечення на державному та міжнародному рівнях. Так, ефективність розвитку туризму в Україні напряму залежить від: фінансової підтримки, якісного кадрового складу; створення ефективних партнерських відносин між бізнесом та державою. Розвиток туризму за останні роки значно погіршився з причин російсько-української війни. Головною задачею сьогодні у сфері туризму є документування шкоди туристичним локаціям, заповідіні росією, а також розробка стратегічних напрямків відновлення туристичної індустрії України. В туристичній індустрії України є унікальна можливість відкрити нові перспективи розвитку разом із країнами-учасниками ЄС.

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. Розвиток туристичної галузі є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем та постійну мінливість внутрішнього. Тому важливо визначити, які саме фактори їх обумовлюють та впливають на збалансованість та ефективність використання туристичного потенціалу.

Серед стратегічних напрямків розвитку туризму в Україні у повоєнний період є: впровадження освітнього, національно-патріотичного, ділового, екологічного та воєнного туризму; впровадження стратегій міжнародного розвитку туристичної діяльності; створення міцних партнерських відносин з країнами ЄС щодо отримання підтримки і допомоги у туристичній діяльності у повоєнний період; створення умов, які підвищуватимуть інтерес іноземних туристів до пам'яток культури і архітектури України; розробка інноваційних методів реалізації туристичних послуг на світовому та українському ринках.

Саме тому вивчення проблем, тенденцій та трендів в туристичній галузі на сучасному етапі є важливим, актуальним та своєчасним завданням.

Теоретичні, методичні і прикладні аспекти розвитку туризму у світі та в Україні відображено в роботах таких вчених, як: І. Ангелко [1], Н. Барвінок [3], О. Безпала [5], М. Бондаренко [7], С. Зікеєва [14], О. Марченко [22], А. Обозна [26], А. Помаза-Пономаренко [35], А. Сидорова [43], І. Ханін [48], С. Цвілій [51], І. Шамара [56], С. Шепелюк [58], Н. Щербакова [59], та інші.

Останнім часом над реалізацією завдань з вивчення проблем, тенденцій і перспектив розвитку галузі туризму займається багато вчених, науковців, дослідників, практиків; серед них значну активність демонструють науковці кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу Національного університету «Запорізька політехніка»: А. Віндюк, В. Зайцева, Т. Кукліна, О. Корнієнко, Д. Мамотенко, С. Гресь-Євреїнова, Д. Гурова, С. Цвілій та інші.

Однак, багато аспектів залишаються невирішеними, зокрема, питання вивчення проблем, а також тенденцій, трендів і перспектив розвитку туризму в контексті повоєнного відновлення вітчизняної туристичної галузі.

Обраний напрямок даного дослідження є своєчасним та актуальним, обумовлює логічність та взаємозв'язок теми роботи з назвами її структурних розділів та підрозділів, а також логікою побудови. Тема роботи виконана у відповідності до плану науково-дослідної роботи «Туристичний, готельно-ресторанний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети (07214).

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є аналізування тенденцій та трендів в контексті повоєнного відновлення туристичної галузі України.

Для досягнення поставленої мети в роботі слід вирішити такі завдання:

- розкрити теоретичні аспекти туризму та туристичної діяльності в Україні та світі з урахуванням класифікації сучасних видів туризму;
- дослідити сучасний стан, проблеми, тенденції і перспективи розвитку туризму в Україні в умовах війни;
- узагальнити та обґрунтувати тенденції та тренди на сучасному етапі розвитку туристичної галузі в координатах повоєнного відновлення.

Об'єктом дослідження є розвиток туризму в Україні та світі.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних і практичних методів вивчення проблем, тенденцій та трендів в туризмі на сучасному етапі.

Методи дослідження: загально-наукові методи, аналіз літературних та інтернет-джерел, аналітичний та дослідницький методи, описовий, прийоми аналізу статистичних даних (табличний, порівняння, групування, графічний), методи пошуку даних, метод структурування даних, прогностичні методи.

Інформаційну базу дослідження становлять: нормативно-правова та законодавча база України, підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, фінансової і статистичної звітності, Інтернет-джерел, Всесвітньої туристичної організації, сайти компаній, власні дослідження автора роботи.

Практичне значення результатів полягає у систематизації тенденцій, трендів та чинників розвитку туристичної галузі України в координатах її повоєнного відновлення з урахуванням інноваційно-інформаційних процесів. Матеріали кваліфікаційної (дипломної) роботи можуть бути впроваджені в практику бізнесу та використані в освітньому процесі в Національному університеті «Запорізька політехніка» при викладанні освітнього компонента «Маркетинг в туризмі» здобувачам спеціальності «Туризм і рекреація».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Всеукраїнській науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2025» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 14 – 18 квітня 2025 р., м. Запоріжжя, за результатами якої опубліковані тези доповіді на тему «Проблеми, тенденції, тренди в туризмі на сучасному етапі» [63].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (63 найменування) та додатків (7 позицій). Загальний обсяг – 82 сторінки, основний зміст – 68 сторінок. Робота містить 9 таблиць та 3 рисунки.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

### 1.1. Класифікація основних видів туризму

З XVIII ст. епізодично туризм існував, але не був окремою галуззю цілеспрямованої діяльності. Розуміння «туризм» вперше розглядалося під час Манільської конференції з туризму (1980 рік). Під даним терміном прийнято розуміти вид активного відпочинку людини: подорож з метою пізнання нових країн світу у поєднанні з елементами спорту. Також під цим поняттям туризму прийнято розглядати певну підсистему загальної соціоекономічної системи країни, яка передбачатиме взаємодію між туристами та туристичною інфраструктурою [7]. Туризм обов'язково передбачає переміщення людини за межі свого постійного місця проживання [60]. Тобто іншими словами поняття «туризм» розглядається сьогодні як один із різновидів рекреаційної сфери та обов'язково повинен об'єднувати у собі активний відпочинок та пізнавальну діяльність, що веде за собою відновлення працездатності людини та її стану здоров'я (мова йде про моральне та фізичне здоров'я особистості людини).

Туризм можна класифікувати за різними ознаками, при чому наявність великої кількості різновидів туризму забезпечує виконання цілого комплексу важливих функцій, як вважає І. Білецька [6]: духовна, соціальна, економічна, медико-біологічна, рекреаційна. Виконання даних функцій робить туризм своєрідною сферою задоволення потреб людини, яка подорожує, поряд з цим сьогодні виступає досить потужним господарським комплексом національної економіки країни, який спроможний функціонувати у тісному взаємозв'язку з економікою системи, природним середовищем та суспільством.

Розглянуто основні види туристичної діяльності (див. табл. 1.1). У даній таблиці представлена основна класифікація видів туристичної діяльності. Встановлено, що характерною ознакою туристичних послуг у всьому світі та в Україні є їх комплексність, що, в свою чергу, дозволяє зробити туризм багатоаспектною, поліструктурною і багатовимірною системою, яка функціонує

у відповідності до дії закону пропозиції та попиту та діє на основі коливань виробництва та споживання туристичного продукту і туристичної пропозиції.

Таблиця 1.1 – Класифікація основних видів туризму[7; 60]

Класифікаційна ознака	Види туристичної діяльності
За організаційними формами	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Національний туризм (внутрішній та в'їзний).</li> <li>2. Міжнародний туризм (виїзний та в'їзний).</li> </ol>
За тривалістю туристичної поїздки	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Короткотривалий туризм (1-3 доби).</li> <li>2. Середньотривалий туризм (1-30 діб).</li> <li>3. Довготривалий туризм (більше 30 діб).</li> </ol>
За віковим критерієм	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дитячий туризм (освітні центри, дитячі табори).</li> <li>2. Молодіжний туризм (пригодницький туризм, розважальне дозвілля). Вік туристів від 25 років до 44 років.</li> <li>3. Юнацький туризм (юнацькі спортивні табори та школи) Вік туристів складає від 15 років до 24 років.</li> <li>4. Дорослий туризм (спортивний туризм та мисливський туризм). Вік туристів складає від 45 років до 64 років)</li> <li>5. Зрілий туризм(оздоровчі санаторії). Вік туристів переважає 65 років.</li> </ol>
За кількістю учасників туру	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сімейний туризм (подорож із дітьми, багатосімейна подорож).</li> <li>2. Індивідуальний туризм передбачає повну свободу вибору у виборі країни для подорожі.</li> <li>3. Груповий туризм (різні категорії людей, які об'єднані спільною метою).</li> </ol>
За соціальним статусом	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Елітний туризм характерний для заможного класу населення країни.</li> <li>2. Масовий туризм характерний для людей з середнім рівнем доходу.</li> <li>3. Інклюзивний туризм характерний для туристів із обмеженими можливостями.</li> </ol>
За джерелами фінансування	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Соціальний туризм передбачає часткове використання державних коштів.</li> <li>2. Інтенсивний туризм здійснюється за рахунок компанії в якості винагороди.</li> <li>3. Комерційний туризм здійснюється за власний рахунок.</li> </ol>
За способами пересування	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Комбінований</li> <li>2. Авіаційний, автомобільний, лижний, залізничний.</li> </ol>
За способом організації руху	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Самодіяльний (спонтанна подорож)</li> <li>2. Плановий (запланована наперед подорож)</li> </ol>
За сезонністю	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Активний сезон передбачає великий попит туристів у зимовий та літній період.</li> <li>2. Міжсезонний (невеликий попит туристів у демісезонний період).</li> </ol>

Досліджуючи ринок туристичних послуг в межах нашої країни варто виділити три основні рівні. Серед яких: 1) внутрішній ринок, 2) національний ринок, та 3) міжнародний ринок. Під поняттям «ринок туристичних послуг»

прийнято розуміти певну систему соціально-економічних взаємовідносин, які здатні цілісно забезпечити потребу туристичного потоку та трансформувати туристичний продукт у грошовий еквівалент, як вважає А. Сидорова [43].

Туризм є складною системою взаємовідносин, які склалися історичним шляхом за рахунок здійснення туристичної діяльності. Представлені види туризму дозволяють констатувати факт, що у процесі туристичної діяльності відбувається тісний і активний взаємозв'язок усіх соціально-економічних сфер життя людини, що свою чергу перетворює туризм в індустрію туризму.

Дослідження питання індустрії туризму допомогло глибоко зрозуміти проблематику поняття і сформувати бачення структури індустрії туризму. Структуру індустрії туризму унаочнено та відтворено (див. рис. 1.1).

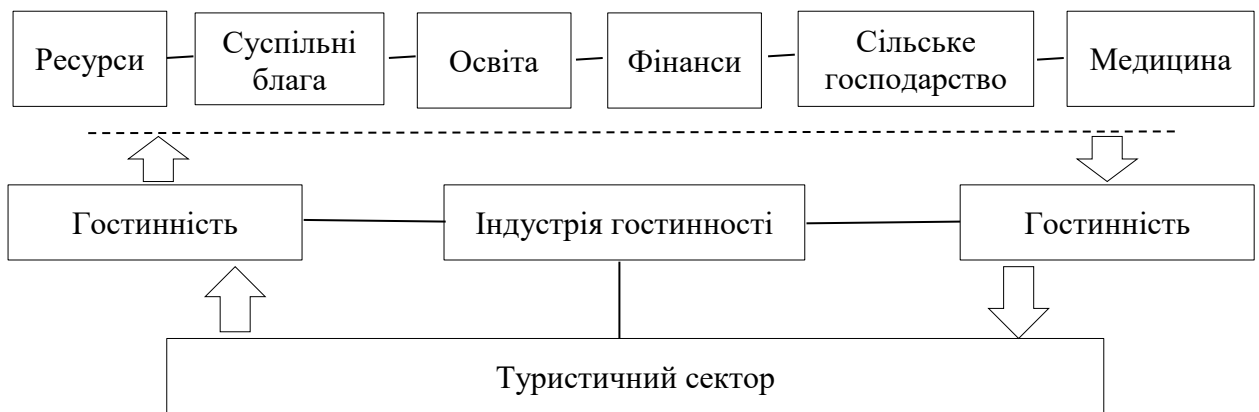


Рис. 1.1 – Структура індустрії туризму [43]

У відповідності до зазначеної структури, видно, що індустрія туризму включає здобутки всіх інших індустрій. Саме процес інтегральної взаємодії всіх соціально-економічних процесів робить індустрію туризму своєрідним каталізатором. Тобто туризм є досить високоприбутковим бізнесом, що здатен забезпечувати існування здорової конкуренції між країнами світу, де перемагають зазвичай ті країни, які володіють не лише досить потужними туристичними можливостями, але й поряд з цим здатні запропонувати своїм туристам унікальні та різноманітні послуги, як вважає Г. Тараненко [44].

Україна є досить конкурентоспроможною, що дає змогу говорити про її успішність та потенціальні можливості інвестиційного капіталу. Україна має величезний потенціал, може запропонувати своїм туристам такі види туризму: діловий, медичний та рекреаційний. Тобто як доведено, Україна, як держава, забезпечена необхідними видами рекреаційних ресурсів для повноцінного відпочинку та оздоровлення своїх туристів. У відповідності до результатів туристичної діяльності туристи надають перевагу (до 70 % туристичного потоку України) лісовому відпочинку. Детально проаналізовано основні види туристичної діяльності України за останнє десятиріччя (див. табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Основні види туристичної діяльності України [54]

Види туристичної діяльності	Загальна характеристика
Рекреаційний туризм	Серед рекреаційних ресурсів виділяють лісові ресурси, лікувальні грязі, мінеральні та радонові води. В Україні на сьогодні створено понад 11 національних природних парків та понад 15 державних заповідників, пам'ятників садово-парового мистецтва. Серед найвідоміших національних парків України виділяють: Біосферний заповідник «Асканія-Нова», Національний парк «Синевир», цілющі грязі лиманів.
Медичний туризм	Охоплює комплекс туристичних та медичних послуг. Україна в плані медичного туризму є досить привабливою, тому що для неї характерні низькі ціни та великий асортимент якісних медичних послуг. Наприклад курорт Трускавець за 2019 рік відвідало близько 42 тисяч іноземних туристів. Нажаль тенденція відвідування пішла на спад у період 2020 – 2023 року у контексті пандемії та війни.
Зелений туризм	Націлений на усамітнення людини у сільському середовищі або інших екологічно чистих територіях. Метою є пізнання етнографічних територій в поєднанні із турботою про навколишнє середовище.
Діловий туризм	Даний вид туризму є найприбутковішим. Який здатен охоплювати широкий спектр подорожей (семінари, міжнародні відеоконференції, ділові поїздки, біржі). Основними напрямками ділового туризму є такі країни як: Велика Британія, Італія, Швеція, Німеччина та інші.

У таблиці 1.2 представлено основні види туристичної діяльності в Україні. Встановлено, що наша країна володіє досить високим потенціалом в організації туризму, але є певні виклики та проблеми, що унеможливають розвиток туристичного бізнесу в Україні. Серед найгостріших проблем варто

виділити: 1) застаріла туристична система; 2) недосконалість вітчизняного законодавства щодо страхового захисту іноземців на території України; 3) складна політична ситуація в країні (російсько-українська війна) [52].

Зазначені проблеми потребують дуже детального аналізу та прийнятті відповідних рішень, тому необхідно обов'язково чітко визначати стратегічні напрямки туристичної діяльності та підтримувати їх як на регіональному, так і на державному рівні. Сучасні стратегії дозволять Україні значно збагатити економіку, посісти перші щаблі туристичної конкурентоспроможності в світі.

Важливими також є особливості комунікації в туристичній діяльності. Комунікація відіграє важливу роль у туризмі, як на державному рівні так і на міжнародному рівні. Ефективність туристичної діяльності прямо залежить від якості комунікації, є умовою сталого розвитку туризму, яка здатна значно підвищити успішність туристичних фірм, вважає І. Ханін [48]. Комунікація в туристичній діяльності є поняттям багатоаспектним, що поєднує в собі: взаємодії, спілкування, передачі інформації, тобто забезпечує інформаційний обмін між різними суб'єктами. Комунікація є досить складним компонентом туристичної діяльності та в той же час є частинкою економічного аналізу туризму країни. Комунікація є досить важливим елементом туризму, тому з'являється поняття туристична комунікативістика, яка відповідає за процес обміну інформації (є головним фактором туристичної діяльності). У базовому варіанті комунікація туристичної діяльності розглядається з двох точок зору: туристів та туристичних фірм. З точки зору туристичних фірм комунікацію поділяють на два напрямки: зовнішнє середовище та внутрішнє середовище. Зовнішнє середовище туристичних фірм охоплює: 1) взаємодії партнерів: ділова комунікація; 2) взаємодія між чинними та потенційними клієнтами: маркетингова комунікація; 3)) взаємодії між органами регулювання: звітна організація. Зазначені види комунікацій охоплені компетентнісним підходом та здатні до моделювання. Наприклад, маркетингова комунікація націлена на пошук каналів інформування клієнтів та може містити неформальні зв'язки. Комунікація з клієнтами може бути індивідуальною та публічною [33].

З точки зору туристів комунікація має зовсім інший вигляд. Турист має змогу на основі отриманої інформації прийняти рішення стосовно своєї подорожі, тому для туристів комунікація є більше поведінковим чинником та засобом вираження пропозицій туристичних фірм. На думку, М. Оліховської [27] комунікація з точки зору туристів має наступний зміст (див. табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Комунікація потенційних туристів із туристичною фірмою [27]

Характеристика комунікації	Зміст	Інфраструктура
<ul style="list-style-type: none"> <li>– масова, індивідуальна;</li> <li>– цільова;</li> <li>– інформаційно-просвітницька.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– визначається туристичною фірмою;</li> <li>– представляється у формі реклами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– сайт туристичної фірми;</li> <li>– засоби масової інформації;</li> <li>– спеціальні інформаційні портали.</li> </ul>

Стосовно комунікації туристичної фірми у зовнішньому середовищі зазначено, що основу її складають транскордонні ланцюжки. У зовнішньому середовищі туристичної фірми потрібна максимальна система комунікацій, яка можлива за рахунок підвищення стандартів якості комунікації.

Використання сучасних інформаційних технологій (туристичні мережі) створює ефективні умови для розвитку комунікації між туристичними фірмами і туристами. За рахунок комунікації виникають досить стійкі зв'язки та забезпечується безперервний обмін інформацією. Інтенсивність мережевої комунікації залежить від якості побудови мережі та культурних чинників [9].

Відзначено, що сучасний туризм набуває форми циркуляції, а сама комунікації розглядається на особистому та груповому рівні. Серед основних чинників розвитку комунікації виділено: 1) культурні групи, 2) соціальні (вікові) групи; 3) інституціональні групи, які передбачають неформальні та формальні правила; 4) інфраструктурна група – база інформаційної системи.

Серед головних напрямків розвитку сфери комунікації у туристичній діяльності виділено наступні [33]: 1) формування спеціальної інформаційної інфраструктури; 2) підвищення якості освіти фахівців туристичної галузі; 3) реалізація великих інноваційних проектів у туристичній галузі; 3) розвиток

ЗМІ і туризмі та соціалізація туристичних продуктів; 4) постійна підтримка зворотного зв'язку туристичної фірми з клієнтами; 5) створення інноваційних платформ для реалізації державних та міжнародних туристичних проєктів; 6) розробка і просування індивідуального туристичного продукту; 7) обов'язкове здійснення процесу реформування туристичних ланцюжків обслуговування.

Для розвитку комунікації у туристичній діяльності рекомендовано виконати такі пропозиції: створити спеціальну платформу із різними видами туризму, які діють по всій території країни; створити відповідні веб-сайти, які допоможуть туристам ознайомитися із інформацією та розробити спеціальні канали комунікації із потенційними клієнтами туристичної фірми [53].

Отже, комунікація є важливим компонентом туризму. Види комунікації досліджуються з двох основних точок зору (туристичної фірми та туриста) у зовнішньому чи внутрішньому середовищі. Розвиток комунікації є успішним за умови підтримки туристичної діяльності на державному рівні, що складає основу фактору конкурентоспроможності. Впровадження інформаційних технологій є важливим аспектом у розвитку комунікації в сфері туризму, поряд з цим допомагає у створенні нових інформаційних галузевих систем.

До основних чинників розвитку туристичної діяльності варто віднести: політичні, економічні, культурні, науково-технічні, соціально-демографічні. Найголовнішим чинником є саме політичний, який повинен забезпечувати ефективне здійснення туристичної діяльності за стабільних політичних умов. У політичному чиннику важливе місце посідають: 1) тип відносин держави із іншими державами на міжнародній арені; 2) стан платіжної та торгівельної спроможності країни та її міжнародних партнерів; 3) становище держави на арені міжнародного туристичного бізнесу. Поряд із політичними чинниками важливе місце посідають економічні чинники, які на пряму пов'язані із зростанням доходів населення, що в свою чергу дозволить виділяти кошти на подорожі. Туристичні послуги мають попит у середнього класу населення країни та у населення із великим рівнем доходів. На розвиток туристичної діяльності сильно впливає зовнішньоекономічна діяльність держави, процеси

інтеграції (глобалізації): цей чинник піднімає активність населення і сприяє розвитку ділового туризму. Відносно соціально-демографічного чинника, то він досить вагомо впливає на розвиток туризму, тобто зростання кількості населення сприятиме розвитку туристичної діяльності. Життя людей у місті постійно супроводжується певною напруженістю, стресом, відсутністю контактів між людьми. Туризм дозволяє прибрати ці недоліки та допомагає людині відпочити, розслабитися, як підкреслює А. Помаза-Пономаренко [35].

Зазначено, що в сучасних реаліях (зростання інтенсивності праці при скороченні обсягу робочого часу та зростанні вільного часу) спостерігається тенденція: зі збільшенням вільного часу стрімко проявляються дві тенденції, по-перше відбувається подрібнення відпускнуго періоду, по-друге зростає кількість нетривалих поїздок. Характеризуючи соціально-демографічний чинник з'являється поняття «туризм третього віку», цей туризм вже охоплює близько 0,6 млрд туристів) та пов'язаний із пізніми шлюбами, кар'єрним ростом жінок, відкладенням народження першої дитини, наявністю великого відсотку бездітних пар. Туристичним організаціям обов'язково потрібно враховувати перераховані особливості туризму, бо це буде позитивно впливати на розвиток туристичної діяльності тої чи іншої країни [31].

Потребує уваги культурний чинник у розвитку як національного, так і міжнародного туризму, він сприяє розвитку прагнення людини до пізнання традицій, культури інших країн. На ефективність туризму впливає емоційна сфера (задоволення від культурних потреб людини). Так, за результатами туристичного аналізу населення Бельгії, Німеччини, Великобританії надають перевагу відпочинку біля моря, тоді коли мешканці Франції, Іспанії, Японії надають перевагу відпочинку великим містам, або передмістям [32].

Важливим є науково-технічний чинник, який проявляється у нових більш прогресивних видів туризму, які передбачатимуть скорочення часу в дорозі та збільшення кількості туризму на далекі подорожі. Даний чинник вводить у туристичний бізнес комп'ютерні технології, без яких неможливі такі процеси як: бронювання авіарейсів, готелів за короткий проміжок часу.

Розвиток туристичної діяльності в сучасних реаліях передбачає: 1) будівництво нових об'єктів туризму; 2) підвищення культури та якості обслуговування на основі комп'ютеризації та індустріалізації туристичного бізнесу; 3) застосування сучасних технологій обслуговування туристів; 4) оптимальне використання існуючих матеріальних ресурсів. Врахування цих чинників забезпечить ефективний процес розвитку туристичної діяльності країні на державному і міжнародному рівнях. Даному процесу сприятиме розвиток ЗМІ, які дозволять туристичним організаціям прогнозувати туризм загалом, а також і його окремі компоненти (послуги та туристичний продукт).

## 1.2. Основні тенденції функціонування туризму в Україні та світі

Туристична діяльність має важливе значення як для економіки країн, так і для їх соціального розвитку. Туризм сприяє підвищенню культурного рівня людини, допомагає засвоїти нові знання, цінності та загальні норми поведінки [30]. Завдяки туризму людина самовдосконалюється, реалізує свої рекреаційні, пізнавальні та духовні потреби. Тож, відбувається інтерналізація особистості. В цих умовах і виникає почуття відповідальності людини до навколишнього середовища та бажання покращити екологію. Залишається, однак, невивченим коло проблем, пов'язаних з оцінюванням теоретичних та практичних тенденцій розвитку галузі туризму в сучасних умовах бізнесу й господарювання, та впливом зовнішніх чинників на популярні види туризму. Актуальною задачею сьогодні є обґрунтування перспектив розвитку галузі туризму в світі та Україні на основі теоретичних та аналітичних досліджень. Для вирішення цієї задачі виокремлено наступні завдання: проведення оцінки теоретичних і практичних тенденцій розвитку вітчизняної та світової галузі туризму в сучасних умовах господарювання; здійснення аналізу розвитку популярних видів туризму в Україні; аналіз шляхів ефективного розвитку туристичного бізнесу з урахуванням міжнародного досвіду; аналізування впливу зовнішніх чинників на популярні види туризму та галузі в цілому.

Сьогодні не існує однозначної загальноприйнятої класифікації туризму. Це пояснюється перш за все тим, що складно виділити чисті форми і типи сучасного туризму. В цілому, туризм класифікується за різними критеріями: видом проживання, цільовим напрямком, засобами пересування, характером подорожі, тривалістю, видом проживання тощо, як вважає Н. Паньків [29].

Міжнародний туризм охоплює подорожі туристів з однієї країни до іншої країни [2]. Ці туристи мають перетнути національні кордони, зазвичай, спілкуватися мовою, відмінною від своєї, і використовувати іншу валюту. Щоб привернути якомога більше міжнародних туристів, необхідно мати розвинуту інфраструктуру та надавати високу якість послуг. Туризм є важливим джерелом доходу, тому для багатьох країн кількість міжнародних туристів має більше значення, ніж кількість внутрішніх туристів.

Внутрішній туризм включає подорожі мешканців певної країни, які мандрують лише в межах власної країни. У загальній кількості туристів ця категорія становить найбільшу частку (понад 80 %) у таких країнах, як Франція, США, Великобританія. Така форма туризму є найбільш практичною оскільки має переваги: менші витрати, знання національної мови, знайомство з особливостями відпочинку у власній країні. Даний вид туризму також присутній у межах туристичних курортів, як підкреслює О. Бартошук [4].

Науковець С. Зікеєв зазначив, що у країнах з великими територіями, значними відстанями, а також різноманітними ресурсами, зазвичай, кількість внутрішніх туристів перевищує кількість міжнародних [14]. Прикладами цих країн є Франція, Великобританія, Нідерланди та США. З 1 січня 1993 року подорожі між державами Європейського Союзу вважаються внутрішніми. У світі є безліч видів туризму, які можна класифікувати за різними ознаками: напрямком, тривалістю перебування, ціль, організаційний спосіб, кількість учасників, вікову категорію, методи переміщення, зацікавленість та вартість.

Рекреаційний туризм є важливим видом туризму, орієнтованим на відпочинок, відновлення, релаксацію. Цей вид туризму є популярним серед міського населення, яке шукає можливості відпочити на природі, віддалитися

від рутини міського життя. Рекреаційний туризм може включати різноманітні види активностей: прогулянки на природі, пляжний відпочинок, спортивні ігри й розваги, спа-процедури, культурні заходи [1]. Це створює комплексний досвід, який допомагає людям відновити сили та насолодитися відпочинком.

Оздоровчий (лікувальний) туризм є одним з класичних видів туризму [16]. Цей вид спрямований на поліпшення здоров'я, відновлення фізичних та моральних сил людини. Він переважно практикується у літньому віці, але може бути доступним протягом різних сезонів року. У лікувальних турах значна увага приділяється індивідуальному підходу до кожного туриста. Час, відведений на оздоровчі процедури, зазвичай, проводиться індивідуально, а не в групах. Оздоровчий туризм може включати різні види процедур: масаж, водолікування, фізіотерапія, гідротерапія, кліматотерапія, дієтотерапія та інші. Ці процедури спрямовані на поліпшення фізичного та психічного стану туристів і сприяють їхньому загальному благополуччю та самопочуттю.

Культурний туризм може зосереджуватися на великих містах зі своїми музеями, театрами і цікавою архітектурою, та на сільських місцевостях, де можна дізнатися про традиції та цінності місцевих культурних громад. Він спрямований на задоволення потреб людей, які цікавляться відвідуванням туристичних пам'яток і дослідженням культурної спадщини.

Навчальний туризм можна визначити як туризм, у якому приводом для подорожі є навчання або отримання певних знань (історичних, культурних, соціальних), вивчення та практикування іноземної мови. Навчальний туризм є інструментом, який використовується в освітній сфері для розширення навчального досвіду і набуття практичних знань. З появою нових технологій навчальний туризм стає ще більш доступним і цікавим. Він може поєднувати традиційні методи навчання з використанням сучасних технологій, таких як віртуальна реальність, дистанційні курси, мобільні додатки тощо.

Соціальний туризм є широким поняттям, яке охоплює різноманітні діяльності, спрямовані на надання допомоги певним категоріям осіб. Цей вид туризму використовується для забезпечення соціальних переваг і підтримки

осіб, які можуть бути вразливими або потребують особливої підтримки [20]. Цілі соціального туризму включають забезпечення доступу до відпочинку та туристичних послуг для усіх верств населення, зокрема тих, хто знаходиться в уразливому становищі або має обмежений доступ до відпочинку.

Модний туризм є специфічним сегментом ринку, який об'єднує три основні сектори: творчий туризм, культурний туризм і торговий туризм. Він передбачає взаємодію між організаціями, які спеціалізуються на маркетингу, торгівлі та послугах у туристичній галузі, і з місцевими спільнотами, з метою приваблення туристів, які мають інтерес до моди, для бізнесу або відпочинку. Цей туризм сприяє розвитку модної індустрії, підтримує місцевий бізнес і створює нові можливості для туристичних дестинацій; сприяє культурному обміну і сприяє створенню інтернаціонального модного співтовариства. Різні міста світу частіше використовують культурні сфери для розвитку туризму і збільшення економічного потенціалу. Це стратегічний підхід, який дозволяє містам виступати в ролі сильних гравців на світовому туристичному ринку. Крім того, модний туризм може сприяти іншим галузям економіки: роздрібна торгівля, готельний бізнес, ресторани, розваги та послуги [21]. Це дозволяє містам диверсифікувати свою економіку і створює нові робочі місця.

Молодіжний туризм є окремим видом туризму (для молодих людей). Він має декілька форм, включаючи: 1) канікулярний туризм; 2) туристична освіта за кордоном; 3) робочий відпочинок; 4) волонтерство; 5) туризм, спрямований на вивчення іноземної мови. Він дозволяє молоді отримувати новий досвід, розширювати кругозір, вчитися і розвиватися в інших країнах.

Таким чином, різноманітність сучасних форм і видів туризму відіграє ключову роль у розвитку туристичної індустрії, економіки країн світу. Кожен вид має особливості і привабливості, притаманні певним групам туристів. Це сприяє розширенню інфраструктури туризму, відкриттю нових туристичних напрямків і розвитку туристичних послуг, як зазначає Л. Коржилов [18].

Розвиток туризму стимулює зростання економіки, створення робочих місць, залучення інвестицій і підтримку місцевих громад в Україні та світі.

У світі туризм займає важливе місце і його розвиток сприяє не лише економічному зростанню, але й зближенню людей, культурному обміну та пізнанню світу. Існування різних форм і видів туризму створює можливості для туристів усіх вікових груп і інтересів, дозволяючи кожному знайти щось цікаве і неповторне для себе [50]. Щороку світовий туристичний потік стає рекордним порівняно з минулим роком. Попит на подорожі з кожним роком стає все більш різноманітним, у зв'язку з чим з'являються нові види туризму, які набирають обертів і охоплюють все більше число споживачів: кінотуризм, фототуризм, хобі-туризм, шопінг-туризм, екстремальний та екологічний [58].

Екологічний туризм за кілька десятиліть став популярним у всьому світі завдяки виконуваним функціям, які є дуже значущими (відпочинок та ознайомлення з природою; пряма та опосередкована участь в утриманні та облаштуванні природоохоронних територій, екологічній освіті та піднесення її до рангу культурної освіти). Розвиток екологічного туризму є одним із варіантів збереження природного і культурного різноманіття планети Земля.

Термін «екотуризм» використовують туристичні агентства, спеціалісти для позначення діяльності, пов'язаної з використанням природних об'єктів та ландшафтів. Найбільш значущі проєкти в цій сфері: розвиток сільського туризму, екотуризм у заповідниках, тури в рамках наукових конференцій [5]. На відміну від інших видів туризму, екологічний туризм – це подорож або відвідування добре збережених природних територій, як правило, об'єктів природно-заповідного фонду чи інших типів природоохоронних територій. По-друге, екологічний туризм передбачає наявність визначених жорстких правил поведінки, а їх дотримання – принципова умова успішного розвитку даної сфери. По-третє, екотуризм відрізняється відносно слабким негативним впливом на природне середовище і тому його інколи називають «м'яким туризмом». По-четверте, екотуризм – це туризм, який передбачає умови, де місцеві жителі не лише працюють в якості обслуговуючого персоналу, але і продовжують жити на охоронній території, проводити традиційний вид господарювання, який забезпечує ощадливий режим природокористування.

Існують два основні підходи до виділення екологічного сектору туризму. В першому випадку екотуризмом називають туризм, головним об'єктом якого є дика природа. При цьому більшість авторів відмічають складність проведення межі між природою і традиційною культурою і поряд з природою включають останню в об'єкти туризму [19; 34; 42]. Але, навіть так ємкість значення «екологічний туризм» повністю не вичерпується. Широке розповсюдження отримує туризм з метою відпочинку на природі – на територіях, змінених людиною, який часто вважається як екологічний, а його значення для охорони та відновлення середовища, народних традицій та екологізації економічного розвитку стає в деяких регіонах вирішальним.

Виділяють дві моделі екологічного туризму з різними специфіками їх надання: західноєвропейську, австралійську. До представників першої моделі відносяться розвинені країни – Італія, Іспанія, Франція, Німеччина та ін. Така модель потребує будівництва комфортабельних готелів, кемпінгів, мостів, архітектурних споруд, вирубки лісів під супермаркети, стоянки та будинки відпочинку, розвитку транспорту. Австралійська модель впроваджена в США і Австралії. Основою моделі є концепція збереження та підтримки природних умов. Це відповідає як державній політиці, так і географічним і екологічним умовам Австралії: тут збережені великі ліси, багатовидова флора і фауна, створено понад 1000 особливо охоронюваних природних територій (ООПТ). Важливою особливістю екотуризму є екологічна свідомість мандрівників. Туристи готові на час забути про блага цивілізації; можна навіть тимчасово відмовитися від звичок, щоб підтримувати довкілля в належному стані.

Внаслідок тривалого періоду карантинних обмежень і зміни форм пандемії, світові туристичні тренди зазнали повної трансформації. Наразі одним з визначальних напрямків є концепція «bleisure» (поєднання бізнесу та відпочинку) – після бізнес-подорожі люди продовжують перебувати у місці призначення протягом кількох додаткових днів з метою відпочинку. Останні дослідження показують, що біля третини клієнтів по всьому світу обирають опцію «bleisure», тоді як кілька років тому це робили лише кожен десятий.

Одним з напрямків, який в останній час набув великої популярності, особливо вплинула на нього пандемія, є розвиток соло-туризму: подорожей наодинці [55]. Є багато причин, які спонукають до соло-подорожей: бажання побачити нові місця та зустріти нових людей, відкриття чогось нового, лікування душевних ран, релаксу та насолоди світом та тишею. Цей тренд активно розповсюджується і стає популярним завдяки соціальним мережам. Особливо під час карантинних обмежень соло-туризм стає затребуваним, оскільки туристи ставлять все більше вимог до харчової безпеки та екологічності. Важливим стає вибір регіону для відпочинку, оцінювання його екологічної ситуації, доступність здорової їжі та безпека перебування.

В умовах карантину скоротилася тривалість перебування в поїздки [60]. Дуже популярними стали міні-поїздки: тури вихідного дня, які спрямовані на отримання унікальних вражень та досвіду протягом короткого періоду.

Одним з наступних трендів у туристичному сегменті є wellness-туризм. Він спрямований на покращення фізичного та психологічного стану людини і називається «туризм здорового життя». Wellness-туризм – це подорож, яку людина планує з метою поліпшення або підтримки свого здоров'я.

За умов, коли більше людей приділяє увагу підтримці здорового стану організму і збереженню балансу між фізичним та психологічним здоров'ям, правильному харчуванню та якості життя, виникли нові тренди у туризмі, які дають можливість задовольнити потреби і містять широкий спектр послуг.

На основі статистики розглянуто дані про внесок туризму у світовий ВВП за найпопулярнішими туристичними маршрутами (див. дод. В) [52]: 1) Європейський союз. За даними Європейської комісії, туризм становить близько 10 % ВВП Європейського союзу; 2) Азія-Тихоокеанський регіон. Згідно з даними Світової організації туризму (UNWTO), у деяких країнах цього регіону, таких як Таїланд, Малайзія, Філіппіни, внесок туризму у ВВП може досягати значних рівнів, від 10 % до 20 % або більше; 3) Каріби. У багатьох карибських країнах, таких як Багамські острови, Ямайка, Домініканська Республіка, туризм є важливою галуззю, тому внесок до ВВП

може перевищувати 20 %; 4) США. Туризм в Сполучених Штатах також має значний внесок до ВВП, складаючи близько 8 % від загального ВВП країни.

Зазначено, що ці дані є приблизними і можуть відрізнятись залежно від різних джерел та методології розрахунку. Також внесок туризму у ВВП може змінюватись щороку через різні фактори, включаючи сезонність, політичні та економічні зміни, а також вплив пандемії та інші непередбачувані обставини.

На основі даних розвитку сфери туризму станом на кінець 2021 року, можна зробити певні висновки про рівень розвитку цього сектора:

- збільшення чисельності громадян, розміщених у спільних місцях розміщення, на 11,72 % порівняно з попереднім роком може свідчити про зростання внутрішнього туризму та популярність відпочинку в межах країни;

- збільшення чисельності іноземних громадян, розміщених у спільних засобах розміщення, на 6,39 % свідчить про зростання міжнародного туризму та привабливість країни для іноземних відвідувачів;

- зменшення обсягу платних послуг готелів та різних послуг з надання тимчасового житла на 8,52 % відносно 2020 р. може бути впливом пандемії та обмежень у подорожах, що суттєво вплинули на туристичну індустрію.

Тренди в туризмі змінювались від ситуації з пандемією та впливу на ринок подорожей. Наразі пріоритетом для туристичної галузі є безпека та відновлення довіри туристів. У зв'язку з закриттям кордонів та обмеженнями на міжнародні подорожі, багато людей, які раніше відпочивали за кордоном, змушені були переорієнтуватися на вітчизняний туризм [12]. Це призвело до збільшення популярності внутрішнього туризму в Україні. Одним з проявів переорієнтування став зріст популярності «VIP-відпочинку» у дорогому сегменті. Спостерігалось зростання попиту на ексклюзивні, комфортабельні й розкішні відпочинкові пропозиції в межах країни. Популярність VIP-турів має пояснюватися бажанням людей змінити туристичні враження і отримати особливий рівень сервісу та комфорту, навіть під час внутрішніх подорожей. Такий тип відпочинку може включати елітні готелі, приватні трансфери, ексклюзивні екскурсії, які задовольняють потреби вимогливих туристів.

Проте, варто зазначити, що даний тренд може бути обмежений частиною населення, яка має достатні фінансові ресурси для такого виду відпочинку.

Розвиток сільського, зеленого, гастрономічного й історико-культурного туризму в країні є одним із перспективних напрямків туристичної діяльності [11]. Ці види туризму ґрунтуються на унікальних природних, культурних та історичних ресурсах країни і мають великий потенціал для розвитку.

Згідно з даними про «ТОП туристичних напрямків України», кожна з областей відзначилася як лідер у певному виді туризму. Деякі з напрямків та популярні туристичні об'єкти [17; 22; 59]: 1) Львівська область. Львів – місто з багатою історією та архітектурою, відоме екскурсійними можливостями; 2) Закарпатська область. Закарпаття – регіон з унікальною культурою та гастрономічними традиціями; 3) Івано-Франківська область. Карпати – гірський регіон, де можна займатися активним відпочинком: похідні, лижні прогулянки та катання на лижах; 4) Тернопільська область. Тернопільщина – місце з великою кількістю замків, палаців та історичних об'єктів.

З розвитком сільського туризму постає потреба у створенні та покращенні туристичної інфраструктури, розвитку послуг та привабливості сільських туристичних об'єктів. Держава та місцеві органи влади можуть сприяти розвитку цього напрямку, надаючи фінансову підтримку, залучаючи інвестиції та розробляючи програми розвитку сільського туризму. Сучасний досвід і наукові дослідження підтверджують важливість розвитку сільського туризму в Україні і його потенціал як каталізатора туристичної галузі.

Україна має значні ресурси для екотуризму, використання яких, разом зі зростаючим попитом на туристичні послуги, призведе до активного розвитку інфраструктури та організації екотуристичної діяльності. Протягом останніх років туристична галузь в Україні зазнала складних перипетій. Викликом стала пандемія COVID-19, яка спонукала українців звернути увагу на внутрішні подорожі, зокрема екотуризм. Крім того, Україна стала свідком жахливої війни, яка призвела до численних порушень Женевської конвенції щодо злочинів проти довкілля внаслідок російської агресії проти України.

Розвиток екотуризму в Україні стикається з рядом проблем, які мають велике значення для майбутнього. Фактично, цей вид активного відпочинку ще тільки починає формуватися. Успішне вирішення задач, які охоплюють екологічні, економічні та соціальні аспекти, є вирішальним для того, щоб екотуризм міг стати екологічно зорієнтованим і розвиватися відповідно до загальних принципів сталого розвитку, до яких Україна прагне приступити. Розвиток екологічних форм туризму в Україні ускладнюється проблемами, що мають економічний та природний характер: відсутність фінансування та пошук джерел забезпечення, та негативний вплив на природне середовище.

Екологічний туризм може мати як позитивний, так і негативний вплив на навколишнє середовище. Недостатньо розвинена інфраструктура (дороги і дорожні позначення, громадський транспорт, готелі, гостьові будинки та пансіони, міжнародні транспортні об'єкти, становить серйозну перешкоду для успішного розвитку екотуризму. Екотуризм має потенціал для розвитку на всій території країни і вимагає особливої уваги до охоронних територій в рамках концепції екотуризму. Виділення природних районів для охорони є необхідним інструментом для розвитку екотуризму. Для належного розвитку і управління такими об'єктами важливо встановлювати чіткі норми, критерії.

Дії російської агресії в Україні мають серйозний негативний вплив на довкілля і природні ресурси. Воєнні дії, обстріли та підриви інфраструктури, підпали лісів, інші злочини проти довкілля порушують не тільки міжнародні конвенції, але й спричиняють серйозні екологічні катастрофи [8; 15; 40]. Забруднення Чорного, Азовського морів, включаючи виливи нафтопродуктів та хімічних речовин, мають негативний вплив на екосистему морських вод і прибережних територій. Лісові пожежі спричинили втрату цінних природних ресурсів та призводять до зменшення біорізноманіття. Важливо відзначити, що такі злочини проти довкілля не тільки порушують міжнародне право, але й мають гуманітарні наслідки, загрожуючи життю і здоров'ю людей, а також поглиблюючи гуманітарну кризу. Міжнародна спільнота має вжити заходів для зупинення екологічних злочинів, розслідування та притягнення винних

осіб до відповідальності. Використання природних ресурсів за допомогою екологічно орієнтованого туризму є важливим аспектом сталого розвитку. Природно-заповідні території мають великий потенціал для рекреаційного туризму: зберігають унікальні природні комплекси та різноманітність видів.

Після завершення війни і відновлення стабільності в Україні, розвиток екологічно орієнтованого туризму стане важливим інструментом відновлення туристичної галузі та економіки країни в цілому. Екологічно орієнтований туризм передбачає збереження природних ресурсів, зменшення негативного впливу на довкілля та сприяння сталому розвитку. Це може бути досягнуто шляхом впровадження екологічних стандартів, практик, розробки екологічно свідомих маршрутів та послуг, популяризації екологічної освіти серед туристів та місцевого населення (див. рис. В.2) (див. дод. В).

Ефективне функціонування туристичного ринку вимагає взаємодії всіх його складових. Розвиток екологічного туризму в Україні дійсно є одним з найперспективніших шляхів покращення стану природно-заповідного фонду і інших природних територій. Екологічний туризм може сприяти збереженню природних ресурсів, а також їх ощадливому використанню, збалансованому природокористуванню, підтримці екосистем [23]. Для досягнення успіху у розвитку екологічного туризму важливо створити сприятливе законодавче середовище та нормативно-правову базу, яка регулюватиме цю сферу. Також потрібно активно просувати унікальні природні ресурси країни, покращувати інфраструктуру, сприяти підготовці професіоналів та залучати інвестиції.

Різноманітність сучасних форм і видів туризму відіграє ключову роль у розвитку туристичної індустрії та економіки країн світу. Кожен вид туризму має свої особливості і привабливості, притаманні певним групам туристів. Це сприяє розширенню туристичної інфраструктури, відкриттю туристичних напрямків і розвитку туристичних послуг. Туризм справедливо вважається явищем XXI століття, оскільки у ньому беруть участь більш ніж 150 країн з 195 нашої планети. За останні десятиліття світовий туризм показує стійкий ріст. Згідно з оцінками Всесвітньої туристської організації (UNWTO), до

2030 року кількість туристичних прибутків у світі очікується досягти 1,36 млрд осіб. Тобто, кожен п'ятий житель планети буде здійснювати туристичні поїздки. Туризм становить біля 10 % ВВП і понад 6 % світового експорту. Протягом останніх років сфера туризму в Україні переживає нелегкі часи. Пандемія Covid-19 стала викликом для індустрії туризму. Багато компаній зазнали втрат і не змогли вижити на ринку, що призвело до втрати близько 25 % індустрії. Ті підприємства, які залишилися, мусять адаптуватися до нових робочих умов, дотримуючись карантинних вимог і враховуючи нові потреби споживачів послуг. Наступною жахливою подією для України стала війна. На даний час вже зафіксовано кілька сотень злочинів проти довілля з-за агресії, від початку повномасштабного вторгнення військ РФ на територію країни.

#### Висновки до розділу 1.

Розкрито класифікацію основних видів туристичної діяльності. Туризм класифіковано за різними ознаками, при чому наявність великої кількості різновидів туризму забезпечує виконання комплексу функцій: духовна, соціальна, економічна, медико-біологічна, рекреаційна. Виконання функцій робить туризм сферою задоволення потреб людини, яка подорожує, поряд з цим виступає досить потужним господарським комплексом національної економіки країни, який спроможний функціонувати у тісному взаємозв'язку з економікою системи, природним середовищем та суспільством.

Вивчено сучасні тенденції розвитку туризму в Україні та світі. У світі туризм займає важливе місце і його розвиток сприяє не лише економічному зростанню, але й зближенню людей, культурному обміну та пізнанню світу. Існування різних форм і видів туризму створює можливості для туристів усіх вікових груп і інтересів, дозволяючи кожному знайти цікаве і неповторне. Попит на подорожі з кожним роком стає все більш різноманітним, у зв'язку з чим з'являються нові види туризму та напрямки подорожей: кінотуризм, фототуризм, хобі-туризм, шопінг-туризм, екстремальний та екологічний.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### 2.1. Аналіз стану, проблем та перспектив розвитку туристичної галузі України в умовах пандемії covid-19 та війни

Галузь туризму є найбільш прибутковою для країн світу і для України також. Туризм сьогодні є однією найбільш пріоритетних напрямків розвитку національної економіки та культури країни, але складана політична ситуація в Україні значно стримує розвиток туристичної індустрії. Війна з агресором відлякує іноземних туристів, тому треба вжити заходів щодо її покращення, а саме здійснити грамотну інформаційну політику – яка направлена буде на створення позитивного іміджу України. Одним із основних перспективних напрямків є здійснення європейської інтеграції, яка матиме досить потужний вплив на процес реформування старої туристичної галузі країни. Поряд з цим виділяють процес глобалізації, як зазначають Л. Матвійчук та Ю. Дашук [24].

Сучасний етап розвитку вітчизняної туристичної галузі направлений на здійснення та відтворення образу провідних країн євроінтеграції, що в цілому впливає на діяльність органів державної влади країни. Проте варто пам'ятати, що процес становлення європейських тенденцій має ряд перешкод, зокрема ускладнюється функціонування бізнесу, а також спостерігається практична відсутність позитивних змін у залученні інвестиції, державного фінансування новітніх соціальних програм, що тісно пов'язані із сферою туризму [45].

З метою стрімкого та ефективного розвитку туристичної галузі України потрібно досить швидко реагувати і вирішувати проблеми, але безпосередньо за підтримки держави. Серед основних факторів, які на сьогодні затримують розвиток туристичної діяльності в Україні варто виділити наступні [21]:

- складна та нестабільна військово-політична ситуація в країні (ведення воєнних дій на території нашої країни та тимчасова окупації територій);
- недостатній рівень кваліфікації туристичних працівників;
- замала інтенсивність роботи вітчизняних ЗМІ за кордоном;

- мала кількість готелів, що відповідають наявним стандартам в світі;
- наявність великої кількості недоліків на регіональному рівні туризму;
- велике навантаження на підприємців в системі оподаткування країни,

що відлякує потенційних інвесторів туристичного бізнесу.

Аналіз факторів, які перешкоджають ефективному розвитку туризму України на протязі останніх років, довів, що найголовнішою залишається проблема туристичної інфраструктури. Вирішенням проблеми є створення нового авіаційного та залізничного сполучення між регіонами нашої країни, що дозволить туристам швидко та головне зручно для них відвідати декілька туристичних локацій в Україні. Тобто основною проблемою, що зупиняв стрімкий розвиток туризму країни до війни є саме технологічна відсталість.

Зазначено, що в Україні на сьогодні практично не використовуються новітні туристичні технології, тоді як в країнах Європи це є повсякденною справою: туристи мають змогу користуватися електронними довідниками щодо готелів, електронними відомостями щодо транспорту та його вартості. Проте варто відмітити, що в Україні останнім часом дана проблема почала вирішуватися, щоб наблизити туристичну діяльність України до світового рівня обслуговування клієнтів. Аналізування туристичного бізнесу в Україні доцільно обов'язково здійснювати із врахуванням всіх діючих негативних процесів які складають основу ринку туристичних послуг [46].

Незважаючи на труднощі, ситуація в українському туризмі з кожним днем покращується. Так, стратегія розвитку туристичного бізнесу в Україні на 2022 рік була направлена на вирішення проблем комплексного розвитку індустрії туризму, курортів, створення відповідного санітарно-курортного обслуговування, а також модернізації застарілої туристичної інфраструктури. Вказані напрямки мали значно покращити туристичні та курортні послуги, що в кінцевому результаті підвищило б туристичний потенціал країни.

Україна має шанси і досить багатий природньо-рекреаційний потенціал для розвитку туристичного бізнесу та всі можливості для того, щоб стати туристичною країною світового рівня в повоєнному періоді відновлення.

Діючими стратегіями розвитку туристичної діяльності в межах України є: 1) залучення інвестицій у розвиток туризму; 2) забезпечення безпеки туристам в межах країни; 3) обов'язкова участь у міжнародних програм стосовно розвитку та покращення туризму; 4) вдосконалення нормативно-правової бази; 5) збереження туристичних локацій та видатних місць [49].

Для того щоб туристична галузь привернула увагу інвесторів доцільно провести ряд соціально-економічних реформ, що сприятиме покращенню інвестиційного клімату країни. Треба також активно використовувати засоби масової інформації, щоб повідомляти клієнтам про доступність відпочинку. Досить потужними у плані розвитку туристичної галузі є країни: Саудівська Аравія, Катар, Кувейт, КНР та інші. Для того щоб наша країна потрапила до такого списку необхідно державі допомагати власникам об'єктів туристичної інфраструктури (надавати потрібні їм пільги). За таких умов інвестиційна політика України стане значно потужнішою. При цьому зміни у податковому законодавстві не принесуть збитку для державного бюджету, а навпаки покращить фінансову ситуацію. Поряд з цим рекомендовано на постійній основі надавати інформацію іноземним туристам про найпопулярніші локації країни (тобто здійснювати моніторинг туристичних потоків).

Сьогодні державна туристична політика ґрунтується на відповідних стратегіях та тактиці. Туристичні стратегії передбачають розробку загальної концепції розвитку та цільових програм, для реалізації якої потрібні кошти (інвестиції). Туристична тактика передбачає чітке визначення конкретних дій та прийомів для досягнення поставленої мети у чітко визначених умовах. Основною метою концепції є – створення сучасного високоефективного та конкурентоспроможного туристичного бізнесу, який повинен забезпечити широкі можливості для обслуговування українських та іноземних громадян.

Серед основних тактик розвитку туристичної діяльності в Україні виділено: формування відповідних економічних механізмів стимулювання внутрішнього та зовнішнього туризму, тобто залучення інвестицій; введення досить жорсткої системи ліцензування туристичної діяльності; створення

відповідної нормативно-правової бази для туристичної галузі країни. Отже, туризм сприяє значному зростанню бюджетних коштів держави, збільшенню робочих місць та залученню як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій.

За результатами аналізу сучасного стану розвитку туристичної галузі зроблено висновок, що для покращення її функціонування треба: покращити державне регулювання, активізувати рекламно-маркетинговий і рекреаційний потенціал, вжити маркетингові заходи на державному та міжнародному рівні. Також слід здійснювати економіко-фінансову підтримку туристичної галузі з боку держави, створити оптимальні взаємозв'язки між бізнесом та державою, покращити кадрове забезпечення – це все буде сприяти розвитку туристичної інфраструктури. Тільки ефективна державна політика дозволить сформуванню привабливий інвестиційний клімат для розвитку туристичної галузі в Україні.

Розглянуто тенденції розвитку туризму. Перспективними туристичними напрямками у відповідності до прогнозів ВТО (станом на 2022 рік) є: екологічний туризм, пригодницький туризм, тематичний туризм і круїз [26]. Пригодницький туризм передбачає активний відпочинок на свіжому повітрі та спрямований на отримання людиною нових відчуттів. Екологічний туризм передбачає подорож до природоохоронних зон без шкідливого впливу на навколишнє середовище. За прогнозами лише введення одного екологічного туризму може збільшити валовий дохід держави на 5 %. Круїзи мають досить великий попит серед населення із високим рівнем доходу. Даний вид туризму залишається на плаву завдяки низьким витратам на обслуговування екіпажу та можливості отримати прибуток на борту. Тематичний туризм передбачає заздалегідь чітко поставлену мету та її виконання (відвідування фестивалю).

В цілому, дохід від туристичної діяльності в країнах Європи складає близько 80 – 90%, тоді коли в Україні даний показник до війни складав 64 %.

На показник доходу безпосередньо впливають економічні та політичні проблеми країни. Аналіз розвитку туристичної галузі за останнє десятиліття висвітлив, що 2013 – 2014 роки були важкими та несприятливим для галузі туризму (відбувалися процеси інфляції та девальвації), що значно вплинуло

на зменшення виїзних туристів. Далі спостерігалася наступна тенденція: починаючи із 2016 р. до 2020 р. дохід України завдяки туристичній індустрії підвищився (на 20 %). Причиною стали подорожі українців до Туреччини та Єгипту. Отже, тенденція мала перспективи на розвиток, але війська агресія Росії проти України значно скоротила потік іноземних туристів [38].

Не дивлячись на певні проблеми у туристичній галузі України близько 6 млн людей здійснили понад 10 млн туристичних подорожей в межах нашої країни. Причому, у довоєнному 2021 році близько 80 % туристичних потоків здійснено в'їзними туристами, та лише 20 % внутрішніми туристами [13].

Внутрішній туризм в Україні до війни був недостатньо розвинутим і тому потребує державної підтримки. Лідерами з надання туристичних послуг у 2016 – 2020 роках були такі області України: Івано-Франківська, Київська, Харківська, Львівська, Дніпропетровська, Одеська [13]. Нижче для наочності приведемо результати Державної служби статистики України за 2019 рік [13], які демонструють кількість туристів (загалом внутрішні та зовнішні), які обслуговувалися українськими туристичними фірмами (див. табл. 2.1). За даними таблиці 2.1, встановлено, що лідерами є – м. Київ, Львівська область, Дніпропетровська область, Одеська область, Київська та Харківська область.

Таблиця 2.1 – Результати аналізу кількості туристів, які обслуговувалися українськими туристичними фірмами до пандемії COVID-19 (2019 рік) [13]

Україна та області	Кількість туристів обслуговуваних українськими туристичними фірмами		Всього
	Юридичні особи	Особи-підприємці	
Україна	3957623	599 824	4 557 447
Області-лідери			
Львівська	114364	67891	182255
Дніпропетровська	40 845	76 136	116 981
Одеська	51 898	29 483	81 381
Київська	22 865	43 520	66 385
Харківська	25 070	37 162	62 232
м. Київ	3497179	52 911	3 550 090

У відповідності до аналізу результатів Державної служби статистики України систематизовано та відображено (див. рис. А.1) кількість іноземних туристів, які відвідали Україну за останні роки (див. дод. А) [13]. Як бачимо у відповідності до даних Державної служби статистики України 2020 – 2022 рр. є несприятливим для розвитку туристичної галузі в Україні (причина пандемія і військові дії на території країни). Так, на розвиток туризму в Україні досить впливає економічна та політична діяльність. Основними видами економічної діяльності були: торгівля, будівництво, транспорт, виробництво, фінансовий сектор та нарощування показників внутрішнього валового продукту.

Найоптимальнішим видом туризму для України є агротуризм, бо він здатен розвинути як внутрішній так і зовнішній туризм, що має підвищити зайнятість населення, забезпечити зростання ВВП. Для ефективного введення екологічного туризму (агротуризму) треба: запровадити певну нормативно-правову базу та розробити механізми відбору та реалізації перспективних інвестиційних проєктів для розвитку агротуризму загалом в Україні [41].

Зазначено, що тенденції міжнародного розвитку на сьогодні є досить позитивними, що передбачає: інтерес до іншої культури і менталітету народів світу, зменшення мовного бар'єру, вільний доступ до інформації – все це сприятиме розвитку туризму України в повоєнному періоді відновлення.

Стосовно тенденції розвитку туризму в Україні зазначено, що державі потрібно продовжувати подальшу роботу щодо вдосконалення законодавчо-правової бази, забезпечити політичну стабільність та подолати проблему застарілої туристичної інфраструктури. Одним із пріоритетних напрямків економічного розвитку країни, а також туризму є: вступ України до НАТО та ЄС, що забезпечить функціонування високоприбуткової туристичної галузі. Поряд з цим встановлено, що залучення якомога більше інвестиційних потоків є найголовнішим елементом ведення туристичного бізнесу в Україні, та забезпечить поліпшення інфраструктури у всіх регіонах України [30].

Туристична галузь залежить від багатьох елементів, коли негаразди є в одному з елементів системи держави, то це впливає і на розвиток туристичної

індустрії. Тому залучення України до світового туризму вимагатиме нових підходів в організації та управлінні туристичним бізнесом. Треба планувати заходами з вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі.

Доцільно провести оцінку ефективності заходів щодо удосконалення механізмів державного регулювання туризму. Україна сьогодні перебуває в умовах європейської інтеграції, що значно поліпшує розвиток та її розбудову. Євроінтеграція допомагає пришвидшити розвиток науки та медицини, поряд з цим спостерігається загальне технологічне зростання [37]. Вхідження нашої держави у єдиний політичний та економічний простір Європи зробить її досить потужною країною, яка буде володіти розвинутою туристичною інфраструктурою. Тобто, європейська інтеграція – це шлях до модернізації економічної складової туризму, який гарантує: залучення технологічних інновацій, іноземних інвестицій; створення нових робочих місць; підвищення показника конкурентоспроможності туристичних агентств та організації. Так, євроінтеграційні процеси мають сприяти інтенсивному розвитку туризму.

На тенденцію розвитку туризму в Україні у 2020 – 2024 рр. негативно вплинули: по-перше, впровадження карантинних обмежень у зв'язку з covid-19 та закриття кордонів (2020 – 2021 рік), що вимагало виконання наступних заходів: закриття ресторанного бізнесу і санітарно-лікувальних закладів, транспортних перевезень; по-друге, розпочата Росією проти України агресія. Внаслідок пандемії у 2020 р. Україна недоотримала близько 60 млрд гривень (у відповідності до даних Державного розвитку туризму в Україні). Стосовно світових втрат у туристичних галузі, то вони склали близько 800 млрд доларів.

Встановлено, щорічно у світі подорожує близько 900 млн людей.

Представлено найбільших туристичних операторів нашої країни (див. рис. Б.1) і розподіл ринку туризму між туристичними операторами (див. дод. Б) у відповідності до даних Державної служби статистики України [28]. Так, зменшення кількості туристів, які відвідують Україну призведе до створення негативного сальдо. При цьому велика кількість туристичних операторів у діяльності робили акцент на наданні виїзних турів. Туристичні оператори не

займалися обслуговуванням іноземних туристів в межах нашої країни, тому спостерігалася тенденція: кількість людей, які виїжджали на відпочинок за межі країни за звітні роки перевищувала кількість тих, що відвідують країну. Це негативно впливає на формування бюджету. Вітчизняним туристичним операторам потрібно розробляти тури, які носитимуть такий характер: екскурсійний, спортивний, оздоровчо-рекреаційний. Дані тури сприятимуть розвитку туризму в Україні. Наприклад, спортивний туризм повинен приділяти більше уваги створенню відповідних спеціалізованих занять з різних видів спорту, проведення спортивних занять на природі. Напряму туризму професійно-прикладного напрямку цікавий переважно для людей прагнуть пізнати щось нове, здобути нові практичні навички у сфері туризму.

Далі наведено кількісну характеристику динаміки туристичних потоків України за обслуговування вітчизняними туристичними операторами за 2015 – 2020 рр. (складено: дані Державної служби статистики України) [28]: 2015 рік – 2019576 осіб, 2016 рік – 2549606 осіб, 2017 рік – 2806426 осіб, 2018 рік – 4557447, 2019 рік – 6132097 осіб, 2020 рік – 2360278 осіб. На діаграмі ми чітко можемо прослідкувати тенденцію до зростання кількості відвідування осіб за період 2015 – 2019 рік (показник зріс на 4,1 млн осіб). Відповідно кількість іноземних осіб, які відвідали Україну зріс на 71,7 тисяч осіб<sup>097</sup>, а показник українців, які виїхали за межі нашої держави складає 3,9 мільйонів осіб.

Також представлено діаграму «Топ-10 країн світу» (див. рис. Б.2) громадяни яких відвідали нашу країну у 2021 році» (див. дод. Б) [30]

Так, за 2021 рік через держаний кордон України сухопутним шляхом до України прибуло 2,5 млн туристів, морським шляхом приблизно 122 тис. осіб, авіашляхом біля 703 тис. осіб. Загальний потік перевезень починаючи із 2020 р. значно зменшився. Через карантинні обмеження скасувалися міжнародні перельоти. Ситуація у 2022 – 2024 рр. була важкою, на території країни не діє до сьогодні авіасполучення та морське сполучення, потрапити до країни можна, в основному, через сухопутний державний корд із Польщею. Серед основних причин порушення виїзду та в'їзду до України є: 1) воєнні дії на

території країни, що несуть потенційну безпеку туристам і населенню країни; 2) втрата значної частини туристично-рекреаційних ресурсів (заповідники, пам'ятки культури, релігійні об'єкти); 3) руйнування інфраструктури в районі активних бойових дій; 4) закриття повітряного простору країни; 5) порушення логістики на території країни; 6) розміщення окупаційних військ на території областей, які є важливим туристичними локаціями країни [39].

Отже, період 2022 – 2023 рр. призвів до зупинки розвитку туристичної діяльності в Україні, так як російсько-українська війна спричинила помітне зниження міжнародних туристичних потоків. Повне відновлення туристичної діяльності на території країни можливе лише після закінчення війни, що дасть гарантії безпеки іноземним туристам, відновлення всієї туристичної інфраструктури, можливість вільно пересуватися територією України. У світі є багато країн, які змогли відновити туристичну сферу після воєнних дій, тому Україні обов'язково потрібно керуватися прикладами для швидкого відновлення. Важливим напрямком для розвитку туризму України повинен бути туризм пам'яті або воєнний туризм, щоб показати іноземцям наслідки російсько-української війни та вшанувати пам'ять загиблих воїнів.

## 2.2. Оцінка тенденцій, передумов відновлення та стратегічних перспектив розвитку вітчизняного туризму після війни

Широкомасштабні воєнні дії, які розпочала росія проти України 24 лютого 2022 року внесли великі корективи в організацію внутрішнього та міжнародного туризму. Згідно офіційним даним станом на квітень-травень 2022 року 7,7 млн українців стали внутрішніми переселенцями. На вирішення даної проблеми прийшла туристична галузь, бо для розміщення внутрішньо-переміщених осіб потрібні були готелі, гуртожитки та заклади харчування.

В реаліях сьогодення, не дивлячись на воєнні дії внутрішній туризм продовжує функціонувати, але у тих регіонах, де це безпечно. Внутрішній туризм передбачає відвідування туристичних об'єктів, закладів відпочинку та

різних музеїв. Туризм в таких регіонах перебуває на досить високому рівні, а їх логістика не зазнала значних відхилень. Війна стала причиною вимушених подорожей українців територією нашої держави, особливо переміщення громадян відбулося із півдня, сходу нашої країни до західних областей [3].

У безпечних областях нашої країни розробленні екскурсійні тури, які є безкоштовними для тих громадян, які втратили будинки через військові дії. Тури по західній Україні передбачають наявність за побудованим маршрутом бомбосховищ на випадок повітряної тривоги. У відповідності до слів голови Державного агентства розвитку туризму Мар'яни Олеськів: «після закінчення війни туризм в Україні вийде на новий рівень» [47]. Під цими словами варто розуміти зміни підходу до містобудування, а саме: будівництву туристичних об'єктів із укриттями, у музеях потрібно буде розробити повноцінні плани евакуації культурних цінностей. Стосовно туристичної діяльності на півдні та сході нашої країни, то там ведуться активні бойові дії, тому літній сезон на берегах Чорного та Азовського моря є неможливим. Слід додати, якщо навіть закінчиться війна то перебування туристів буде під великою небезпекою, бо території, які зазнали окупації, є замінованими. На розмінування територій знадобиться досить багато часу. Поряд з цим окуповані росією території зазнали досить великих руйнувань в інфраструктурі, логістиці, природно-заповідних, лікувально-оздоровчих фондів. Крім того, варто також відмітити і моральний стан людей, для відновлення яких потрібно буде багато часу.

Вітчизняна туристична інфраструктура, шляхи сполучення, логістика між туристичними об'єктами є майже повністю зруйнованими в Донецькій, Луганській, Херсонській, Запорізькій, Харківській областях. На цих територіях туристичні потоки на даних не будуть відновлені ще досить довгий час.

Визнано у світі, що російська-українська війна негативно вплинула на туристично-рекреаційний потенціал України. Починаючи з 2014 рр. (анексія Криму, тимчасова окупація частин Донецької, Луганської областей) призвели до неможливості використання туристично-рекреаційних ресурсів регіонів. Втративши тимчасово Крим в Україні скоротився туристично-рекреаційний

потенціал на 30 %. Серед туристичних об'єктів, які стали недоступними є: ландшафтні парки, дендропарки, Нікітський ботанічний сад, Ялтинський гірсько-лісовий природний заповідник. Крим володіє цілим рядом унікальних пам'яток античного, середньовічного, нового (палацові культури, особняки) значення. Список туристично-рекреаційних ресурсів областей, які протягом 2022 року перебували під окупацією російської армії наведено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Туристично-рекреаційні ресурси областей України, які знаходились під окупацією іноземною державою

Область України	Історичні пам'ятки культури	Об'єкти природного заповідного фонду	Значущі об'єкти
Миколаївська область	33 тисячі пам'яток. Серед яких 3 музеї із відділами історико- археологічного заповідника	89 територій. Також Чорноморський заповідник	1. Джерела мінеральних вод. 2. Лікувальні грязі. 3. Чорноморські пляжі. 4. Сприятливі кліматичні умови.
Херсонська область	5,9 тисяч пам'яток, серед яких 143 пам'яток внесено у Державний реєстр національного надбання.	69 територій, зокрема 2 біосферні заповідники Асканія Нова та Чорноморський.	1. Азовське та Чорноморське узбережжя. 2. Сприятливі кліматичні умови.
Одеська область	7,4 тисячі пам'яток, з яких 1440 відносять до пам'ятки містобудування	Близько 92 природно-заповідних територій, серед яких Дунайські плавні, Одеські катакомби.	1. Острів Зміїний 2. Лікувальні грязі. 3. Сприятливі кліматичні умови.
Запорізька область	6,8 тисяч пам'яток, серед яких 3 заповідники, 16 музеїв, Національний заповідник «Хортиця»	Близько 299 територій природньо- заповідного фонду.	1. Побережжя Азовського моря. 2. Сприятливі кліматичні умови.
Харківська область	2535 об'єктів, серед яких 15 державних музеїв.	Близько 135 територій природньо- заповідного фонду	1. Курорт Березівські мінеральні води. 2. Курорт Рай-Оленівка

У таблиці 2.2 представлені тільки основні туристично-рекреаційні ресурси окупованих областей України. Зараз підрахувати масштабність втрат неможливо, бо відсутній доступ до територій, а на значній частині ведуться бойові дії. Саме тому на цих територіях відсутня туристична діяльність.

Про деякі руйнуванні туристично-рекреаційних об'єктів вже відомо, це стосується тих територій які звільнено від окупаційних військ. В таблиці 2.3 приведено список постраждалих туристичних об'єктів, серед них в основному музеї, історичні будівлі, храми, театри та концертні зали (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Постраждали від війни туристичні об'єкти України

Київська область	
Музеї	Історико-краєзнавчий музей Марії Примаченко
Храми	Георгієвська церква у Заворичах
Меморіальний комплекс	Бабин Яр
Донецька область	
Музеї	Маріупольський художній музей ім. Куїнджі
Храми	Христо-Різдвяний кафедральний собор Святогірська Свято-Успенська Лавра
Театри та концертні зали	Маріупольський драматичний театр
Харківська область	
Музеї	Історико-краєзнавчий музей м. Охтирка Монумент ХХ століття – колишній кінотеатр ім. Щорса
Храми	Успенський собор
Театри та концертні зали	Будівля вокзалу в м. Охтирка, що пережила 1943 рік
Історичні будівлі	Бібліотека іменні Короленка; Будинок «Слова» у Харкові; Будинок № 8 на вулиці Свободи у Харкові; Будинок № 3 на прощі Конституції у Харкові
Запорізька область	
Музеї	Пограбовано музей садибу Попових
Херсонська область	
Музеї	Пограбовано Херсонський обласний краєзнавчий музей
Чернігівська область	
Музеї	Музей українських старожитностей Василя Терновського, який вистояв під час другої світової війни.
Храми	Іллінська церква Успенський Єлецький монастир (1060 р.)
Сумська область (м. Суми)	
Історичні будівлі	Сумська духовна семінарія. Сумський кадетський корпус

Нажаль, це не повний список втрат. Повний ґрунтовний аналіз втрат можна буде провести тільки після закінчення війни. Взагалі, туристично-рекреаційний потенціал України досить високий, але російсько-українська

війна стала на заваді його розвитку, поряд з цим стала причиною руйнування туристично-рекреаційних ресурсів: пам'яток архітектури, культури, історії.

Систематизовано і виділено основні шляхи розвитку туристичної галузі України в умовах війни. Серед пріоритетів варто виділити наступні:

- розробка проєкту маршрутів пам'яті: частина зруйнованих об'єктів буде збереження для висвітлення злочинів країни-агресора проти України;
- створення та дія інформаційного проєкту 360.war.in.ua. Він дозволяє побачити фото зі звільнених міст України (зокрема Бучі, Ірпень, Бородянка й інші). Платформа містить страшні матеріали зі страченими та знищеними цивільними людьми. Проєкт дозволяє побачити все у 3D масштабі;
- участь українського туристичного бізнес-середовища у громадській діяльності Європейської туристичної комісії (отримання постійного членства та на безкоштовній основі терміном до трьох років);
- документування шкоди туристичним об'єктам України, які заповдіяні так званою російською федерацією, а також розробка стратегій відновлення після припинення ведення бойових дій на території України.

Так, запропоновані шляхи розвитку туристичної діяльності дозволять: 1) розбудувати туристичну інфраструктуру; 2) збільшити обсяг надходження коштів до державного бюджету; 3) підвищити ефективність управління галуззю туризму та туристичною діяльністю; 4) сприяння розвитку малого та середнього бізнесу в країні; 5) значно підвищити обізнаність туристів щодо України і покращити її імідж. Поряд з цим варто констатувати факт, що саме зараз в туристичній індустрії України є унікальна можливість відкрити для себе нові перспективи розвитку разом із країнами-учасниками ЄС [25].

Україна приймає участь у досить перспективних програмах кооперації у галузі туризму, активно залучається до використання новітніх туристичних технологій, має доступ до глобальної інформаційної мережі, що дозволяє їй користуватися передовими методиками підготовки і підвищення кваліфікації туристичних кадрів. Тобто в найближчих планах повинно бути розроблено комплекс заходів для розвитку туристичної сфери, які націлені на збільшення

конкуентоспроможності на світовій арені туризму. Потрібно вдосконалити державну політику стосовно розвитку вітчизняного туристичного бізнесу – ці запропоновані шляхи зроблять Україну привабливою для мільйонів туристів.

Представлено стратегічні перспективи відновлення сфери туризму в Україні у післявоєнний час. Галузь туристичної діяльності зазнала сильних втрат внаслідок військового конфлікту росії проти України з 24 лютого 2022 року. Однак, галузь туризму ще не встигла цілком відновитися після пандемії (протипандемічні обмеження). Війна закрила авіаційне перевезення, поряд з цим великі зміни відбулися і в самій туристичній галузі країни. Вона набула нових якостей у 2022 – 2024 роках: 1) галузь туризму зосереджена переважно на волонтерській діяльності, а також перетворенні туристичних об'єктів на волонтерські штаби; 2) розроблення маршрутів передбачає обов'язкову наявність бомбосховищ; 3) розробка туристичних маршрутів має відбуватися таким чином, щоб вони не пересікалися із військовими об'єктами, через те що є мішенями ракетно-бомбових ударів росії; 4) виключення повністю з турів пляжних та пішохідних турів, причиною тому є заміновані території.

Безумовно, інтерес до туристичних об'єктів України значно знизився – туристи не мають змоги відвідувати Україну через постійні масовані ракетні удари, і це зрозуміло. Нажаль, Україна не може надати гарантії безпеки ні своєму населенню, ні туристам. У перші дні на початку війни туристичний потік до України був повністю втрачений. Повністю перестав функціонувати такий вид туризму як діловий (міністри закордонних справ залишили країну), а внутрішній туризм зазнав докорінних трансформацій та був направлений на переміщення осіб із зон бойових дій у більш безпечніші регіони України.

Проте, не дивлячись на втрати українського туристичного бізнесу на міжнародній арені, внутрішній туризм значно збільшив суми туристичного збору [47]. Звісно, дана ситуацію обумовлена тим, що велика кількість осіб перемістилася із постійного місця проживання у безпечні регіони України. Лідерами туристичного збору 2022 року стали: місто Київ, Львівська область, Закарпатська область, Хмельницька область, Івано-Франківська область [47].

До основних перспективних напрямків розвитку туристичної галузі в Україні у післявоєнний період варто віднести наступні стратегії [51]:

- збільшити кількість іноземних туристів в Україні використовуючи досвід країн, що мали політико-економічну кризу. Обов'язково розробити маршрут пам'яті по символічним місцям. Розвивати освітній туризм, щоб показати вчиненні злочинів країни-агресора в різних містах нашої держави;
- концентрувати увагу іноземних туристів на особливих місцях, якими можуть бути вже славетні місця: село Чорнобаївка (Херсонської області) або острів Зміїний (Одеська область) – є символами слави українського народу;
- створення тенденції, розробка трендів, впровадження стратегій, які будуть націлені на відновлення туристично-рекреаційних локацій України.

Процес відновлення туристичного бізнесу в Україні потребує задіяння нових більш дієвих методів реклами (ЗМІ), що сприятимуть ефективній продажі туристичного продукту на міжнародній арені країн Європи.

Найважливішим кроком у відновленні вітчизняної туристичної галузі є переймання досвіду тих країн, які так само перебували в схожих кризових умовах (умовах війни). Такими прикладами для розвитку туристичної галузі можуть слугувати наступні країни: Хорватії, Ізраїль, Кіпр, Грузія.

Туристична сфера в Хорватії фактично припинила свій розвиток у період громадянської війни. Після завершення бойових дій розпочалася політика масової піар-компанії туристично-рекреативних об'єктів. Хорватія має понад тисячу островів, саме таке географічне розташування вплинуло на досить швидкий та ефективний розвиток туристичної галузі країни. Острови Хорватії відзначаються відзнаками за екологічні та чисті пляжі. Поряд з тим розквіт туристичної галузі позитивно вплинув на економіку країни загалом.

Кіпр (країна) зараз є найбільш популярним туристичним напрямком у Європі з курортного туризму. Тут туристичний бізнес швидко піднявся після припинення військових сутичок між турецьким і грецьким народом. Розвиток туристичної галузі відбувався за схемою, що і розвиток туризму Хорватії, а це: розголос за допомоги ЗМІ про головні переваги туризму саме в їх країні.

Ізраїль є найвідомішим прикладом відновлення туристичної галузі у післявоєнний час, або його введення під час війни. Ізраїль постійно перебуває у військових конфліктах з Палестиною. Але, не дивлячись на це, туристичний бізнес Ізраїлю зміг адаптуватися до постійних військових конфліктів.

Грузія зазнала кризи у розвитку туризму під час російської агресії та російсько-грузинської війни у 2008 р. Через військові дії туристичні сезони припинені. Після закінчення військових дій Грузії потрібно було відновити свій імідж щодо привабливості відвідування їхньої країни. Тому уряд Грузії вжив ряд ефективних заходів для подолання наслідків післявоєнного періоду, в результаті чого були відновлені всі туристичні потоки до країни.

Рекомендовано розвинути воєнний туризм в Україні, а до туристично-рекреативних об'єктів віднести: місця битв, пам'ятники та поховання воїнів, оборонні споруди, музеї. При цьому врахувати досвід зазначених країн.

Туризм у повоєнному періоді повинен ґрунтуватися на національно-патріотичному вихованні молоді, тому що у разі загрози втрати державності, виникатиме нагальна потреба у здійсненні системних заходів, що спрямовані на посилення патріотичного виховання молодого і підростаючого покоління. Стосовно розвитку міжнародного туризму, то це дасть можливість показати національну свідомість українців, які увібрали в себе європейські цінності.

Зроблено висновок, що стратегічними напрямками розвитку туризму в Україні після війни є: 1) впровадження воєнного, освітнього, національно-патріотичного, ділового, екологічного туризму; 2) розроблення стратегій міжнародного розвитку туризму; 3) створення взаємовідносин з країнами ЄС щодо підтримки та допомоги у туристичній діяльності; 4) створення умов, що підвищуватимуть інтерес іноземних туристів до пам'яток архітектури та культури України; 5) розробка інноваційних методів реалізації турпослуг.

Отже, враховуючи досвід країн, які вже проходять через таке складне випробування, Україна має резерви для відродження туристичної індустрії (на державному та міжнародному рівні). Важливе місце відіграватиме саме «туризм пам'яті», що передбачатиме вшанування пам'яті загиблих у війні.

Державне агентство розвитку туризму [10] виявило ключові туристичні тенденції, які будуть визначати майбутнє розвитку галузі туризму. Ці тренди охоплюють різні аспекти, від сталості довкілля та підтримки місцевих громад до популярності нових, менш відомих напрямків і гастрономічного туризму.

Виділились основні туристичні тренди, які на думку експертів ВТО ООН, будуть формувати майбутнє галузі. Прогнозні тренди передбачають:

- екологічну стійкість та всебічне сприяння екологічним ініціативам. «Сталість довкілля» вже не просто гасло, але потреба. Сучасні мандрівники надають перевагу напрямкам, де акцент робиться на збереженні середовища, відповідальному використанню ресурсів і підтримці місцевих спільнот;
- зростає популярність нових туристичних напрямків. Мандрівники тому шукають унікальні враження (обирають маловідомі країни та регіони);
- розвивається внутрішній туризм. Висока інфляція та зростання цін на пальне призводять до зростання витрат на транспорт і проживання, тому сучасні мандрівники частіше надають перевагу подорожам по власній країні. Це дозволяє їм глибше вивчати місцеву культуру, традиції та кухню;
- популярності набирає гастрономічний туризм. У сучасному світі місцева культурна спадщина стає важливим магнітом для туристів, зокрема у сфері гастрономії та виноробства. Це надає можливість просувати менш відомі напрямки, підтримувати місцеву економіку та зберігати традиції;
- підвищилася зацікавленість до екологічного туризму та відвідування заповідних територій. Далі частіше перевагу надають спокійному відпочинку в природних заповідних зонах, спостерігаючи за місцевою природою та традиційними культурами, що переважають у цих природних об'єктах;
- молоді туристи більше зацікавлені у пригодницькому туризмі, такому як альпінізм, рафтинг, трекінг, які дарують унікальні незабутні враження. Підкреслено, що під час турів і подорожей туристи насолоджуються трьома головними складовими: екзотикою, активним відпочинком та природою.

Отже, тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг свідчать про значний вплив різноманітних факторів на галузь туризму. Нові реалії, що

склалися в результаті глобальних змін, вимагають від галузі адаптації та впровадження інноваційних стратегій. Пандемія визначила нові реалії, що вимагає від галузі гнучкості та швидкої адаптації до змін в уподобаннях туристів та попиті. Розширення використання цифрових технологій стає ключовим елементом у покращенні якості й доступності туристичних послуг. Зростаючий інтерес до сталості та екологічної відповідальності визначає нові стандарти і вимоги до пропозицій. Туристи виявляють більше індивідуалізму, шукають унікальні та менш масові форми відпочинку. Туризм стає важливим каналом для міжкультурного обміну та взаєморозуміння. Галузь туризму повинна враховувати глобальні виклики, такі як зміни клімату та кризи безпеки, у розробці своїх стратегій. Враховуючи ці тенденції, галузь туризму може пристосовуватися до нових реалій та впроваджувати інновації для забезпечення стабільного і привабливого майбутнього туристичного досвіду.

#### Висновки до розділу 2.

Проведено аналіз стану, проблем та перспектив розвитку туристичної галузі України в умовах війни. Так, 2013 – 2014 роки були несприятливим для галузі туризму (відбувалися процеси інфляції та девальвації), що значно вплинуло на зменшення виїзних туристів. Починаючи із 2016 р. до 2020 р. дохід України завдяки туристичній індустрії підвищився (на 20 %). Тенденція мала перспективи на розвиток, але війська агресія знівечила плани розвитку.

Оцінено тенденції, передумови відновлення та стратегічні перспективи розвитку вітчизняного туризму після війни. Трендами розвитку туризму в Україні після війни є: 1) впровадження воєнного, освітнього, національно-патріотичного, ділового, екологічного туризму; 2) розроблення стратегій міжнародного розвитку туризму; 3) створення взаємовідносин з країнами ЄС щодо підтримки та допомоги у туристичній діяльності; 4) створення умов, що підвищуватимуть інтерес іноземних туристів до пам'яток архітектури та культури України; 5) розробка інноваційних методів реалізації турпослуг.

### РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ ТРЕНДИ В ПОВОЄННОМУ ТУРИЗМІ УКРАЇНИ

#### 3.1. Тенденції, тренди та чинники розвитку туризму України в координатах повоєнного відновлення

Українська туристична галузь, яка зазнала втрат після анексії Криму, окупації частини територій в Донецькій та Луганській областях у 2014 році, через пандемію COVID-19 у 2020 – 2021 роках, найбільше з поміж інших галузей економіки постраждала через початок повномасштабної війни рф проти України. Так, за даними [47], бюджетні надходження від туристичного бізнесу в Україні скоротилися з початку війни на третину. До наслідків війни також слід віднести: втрати туристично-рекреаційного потенціалу територій, що опинилися під окупацією або постраждали від бойових дій; зруйновані пам'ятки історії, релігійні споруди; знищені й зруйновані об'єкти української культурної спадщини. Важливість розвитку туристичної сфери для економіки України визначається тим, що крім фінансової функції, що проявляється через збільшення надходжень до державного бюджету від суб'єктів туристичної діяльності, та соціальної, яка полягає у створенні нових робочих місць та сприянні розвитку територіальних громад, галузь також стимулює розвиток інших видів діяльності та сфер економіки – транспорту, зв'язку, готельно-ресторанного бізнесу. Все це зумовлює необхідність переосмислення ролі туристичної галузі для країни з метою розроблення виваженої державної політики щодо відновлення і розвитку туризму в повоєнному періоді.

Питання впливу на стан та перспективи розвитку суб'єктів туристичної діяльності в умовах війни та у післявоєнному періоді умов та чинників, зумовлених військовою агресією з боку рф, є відносно новими і недостатньо дослідженими. Крім того, відрізняються умови для розвитку туристичного бізнесу в різних регіонах України, що обумовлено об'єктивними причинами – завданими інфраструктурі туристичної галузі руйнуваннями, вимушеною

міграцією населення в більш безпечні регіони, недоступністю туристичних магнітів через їх руйнування або мінування територій, екоцид, енергетичну і продовольчу кризи, інші чинники. Досліджуючи новітні фактори розвитку доцільно відзначити існування важко прогнозованих, регульованих факторів, серед яких – військові, збройні, суспільно-політичні та інші конфлікти.

До позитивних для розвитку туризму в Україні факторів в віднесено: природні туристичні ресурси (поєднання особливостей рельєфу, клімату, гідрографії, рослинного та тваринного світу, ландшафтів), які на території України представлені усіма видами рекреаційних ресурсів, що необхідні для закладів лікувально-оздоровчого комплексу (бальнеологічні, кліматичні, грязьові тощо). Відповідно до підходу А. Помаза-Пономаренко [35], зазначені фактори запропоновано поділити на основні (природні, соціально- культурні, економічні та ін.) та додаткові, які необхідні для забезпечення ефективного розвитку туристичної галузі (підприємництво та інформаційний чинник).

Вчені О. Носирєв, Т Деділова, І. Токар [25] виокремлюють виклики та проблеми, які унеможливають розвиток туристичного бізнесу в Україні та потребують негайного вирішення, відзначаючи такі: 1) застаріла туристична інфраструктура; 2) низький рівень комфорту та невідповідність стандартам якості; 3) невідповідність персоналу туристичної галузі кваліфікаційним вимогам світових стандартів; 4) недосконалість вітчизняного законодавства і правового регулювання страхового захисту іноземців на території України; 5) незадовільний стан транспортної інфраструктури; 6) важкий політичний стан та 7) воєнні дії в східних регіонах. Слід зазначити, що проблеми (1) – (6) відносяться до загальнонаціональних, а (7) – має регіональні особливості, що зумовлено руйнуваннями та шкодою, завданою туристичній інфраструктурі територій, які потрапили під окупацію або опинилися в зоні бойових дій.

До факторів, які позначилися на стані туристичної галузі в умовах війни, крім зазначених, вчені також відносять: 1) недостатній рівень безпеки і захисту туристів; 2) значна міграція населення, в тому числі працівників туристичної сфери, та, як наслідок, дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері

туризму; 3) скорочення туристичних програм шляхом перерозподілу фінансових потоків між оборонним і соціальним секторами; 4) зниження туристичної привабливості країни через високий рівень воєнної загрози [51].

Актуальним є систематизація чинників розвитку туристичної галузі в координатах повоєнного відновлення, розробка методичного інструментарію оцінювання і аналізу туристичної привабливості регіонів і країни в цілому.

На тенденції розвитку міжнародного туризму, які відзначилися у 2020 р скороченням темпів зростання на міжнародному ринку на 73 %, вплинули карантинні обмеження через пандемію covid-19. Тенденції мали глобальний характер і позначилися на розвитку міжнародного туризму в усьому світі. Динаміку обсягу реалізованих послуг в Україні туристичними агентствами, туристичними операторами, суб'єктами туристичної діяльності, що надають інші послуги із бронювання та пов'язаною з ним діяльністю в довоєнному періоді (у тому числі фізичними особами-підприємцями) – на рисунку Г.1 (див. дод. Г); показники обсягу реалізованих послуг туристичними агентствами та операторами в довоєнному періоді подано на рисунку Д.1 (див. дод. Д).

Так, 2020 рік відзначився стрімким падінням показника, що засвідчило неготовність світової туристичної індустрії до викликів, які були спричинені пандемією. Проте, вже у 2021 році туристична індустрія почала відновлювати розвиток і перевищила рівень 2019 р. У відповідь на виклики, які пов'язані з карантинними обмеженнями, більш стрімко почав розвиватися внутрішній туризм. Так, аналіз показників туристичного збору показав, що у 2021 році до бюджету територіальних громад в Україні надійшло 244 млн грн, що на 86,8 % більше, ніж у 2020 р. [47]. У 2020 році в Україні понад 88 % міжнародних мандрівок було скорочено, у 2021 р. скорочення потоку туристів оцінювалось в 9 % [47]. У 2022 році внаслідок військових дій на території України до чинників, які викликані пандемією і карантинними обмеженнями, додалися загрози і небезпеки, зумовлені війною. З огляду на це, безпека стала пріоритетною умовою сталого розвитку туристичної галузі України. З огляду на це, саме безпека стала пріоритетною умовою сталого розвитку туристичної

галузі України. В таблиці 3.1 і на рисунку Е.1 (див. дод. Е) наведено динаміку податкових надходжень від засобів розміщення по різних областях України за показниками 1 кв. кожного року, яка свідчить про вплив на цей показник погіршення безпекової ситуації у наведених областях України та м. Київ.

Таблиця 3.1 – Аналіз податкових надходжень від засобів розміщення у розрізі областей України за показниками 1 кварталу 2021 – 2023 рр. [47]

Область	Податкові надходження від засобів розміщення у 1 кварталі						
	млн грн.			коефіцієнти зростання			
				ланцюгові		базисні	
	2021	2022	2023	2022/2021	2023/2022	2022/2021	2023/2021
Закарпатська	11,5	14,6	16,8	1,270	1,151	1,270	1,461
Івано-Франківська	33,7	33,4	30,2	0,991	0,904	0,991	0,896
м. Київ	125,1	107,6	57	0,860	0,530	0,860	0,455
Львівська	37,9	52,1	60,4	1,375	1,159	1,375	1,594
Миколаївська	6,0	6,0	2,0	1,000	0,330	1,000	0,333
Одеська	191,5	24,2	15,2	0,126	0,628	0,126	0,079
Херсонська	6,8	7,0	0,2	1,029	0,029	1,029	0,029
Чернівецька	2,6	2,6	5,2	1,000	2,000	1,000	2,000

За даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) зростання податкових надходжень до бюджету від засобів розміщення за показниками перших трьох місяців років зафіксовано у десяти областях України, зокрема у 2023 р. в порівнянні з 2022 роком [13]: у Чернівецькій області (на 100 %); у Рівенській області (17 %); у Львівській області (16 %); на Закарпатті (15 %); на Волині – 2 %; у Вінницькій області – 1 %; в Житомирській області – 16 %; в Хмельницькій області – 4 %; у Дніпропетровській області – 4 %; у Кіровоградській області – 0,04 %. Динаміка показників 2023 р. у порівнянні з 2021 р. характеризується збільшенням обсягів податкових надходжень від засобів розміщення по областях України, зокрема: у Чернівецькій області (на 100 %); у Рівенській області (37 %); у Львівській області (59 %); на Закарпатті (46 %); на Волині – 39 %; у Вінницькій області – 7 %; в

Житомирській області – на 4 %; в Хмельницькій області – на 30 %. У 2023 р. в щодо 2021 р. податкові надходження від засобів розміщення були меншими у Кіровоградській області на 24 % і на 5 % у Дніпропетровській області.

Проте, найбільшим у першому кварталі 2023 року в порівнянні з 2022 роком був спад податкових надходжень до бюджету від туристичної галузі у 6 регіонах України, які перебувають в зоні активних бойових дій, а саме у: Луганській області на 100 %, Херсонській на 97 %, Донецькій на 87 %, Запорізькій на 79 %, Миколаївській на 67 % та Харківській на 54 % [28]. Крім того, зменшення обсягів податкових надходжень від закладів розміщення зафіксовано у м. Київ (на 46 % у 2023 в порівнянні з 2022 і на 14 % в порівнянні з 2021 роком); та в Черкаській області (на 13% проти зростання цього показника в порівнянні з довоєнним 2021 роком на 5 %); на Київщині – відповідно на 15 % і 1 %; в Полтавській області – на 8 % і на 2 % відповідно; в Сумській області відповідно на 16 % і 30 %; у Чернігівській області – на 33 % і 50,5 %; в Івано-Франківській області – на 9 % і 10 %; в Тернопільській області – на 23 % і на 5 %; в Одеській області – на 37 % і 92 % відповідно [39].

Зазначене обумовлює доцільність розроблення комплексу стратегічних заходів на державному рівні щодо відновлення потенціалу туристичної сфери України та повоєнного розвитку, орієнтуючись як на внутрішніх споживачів послуг туристичної галузі, так і на іноземних туристів. Для формування виваженої державної політики в туризмі потрібні дослідження чинників, які позитивно впливають на розвиток суб'єктів туристичної діяльності (чинники-можливості), а також тих, що створюють перешкоди (чинники-загрози).

Враховуючи завдані різним регіонам України збитки і руйнування, включаючи екоцид й інші наслідки військової агресії з боку РФ, які знижують туристичний потенціал територій, доцільно в процесі розробки державних програм, стратегій та обґрунтування інвестиційних проєктів, враховувати чинники зовнішнього середовища з позицій впливу на розвиток туристичної галузі на конкретних територіях і необхідних обсягів інвестиційних ресурсів. Це дозволить більш виважено підійти до управління процесами відновлення

туристичного бізнесу в регіонах, орієнтуючись на державні пріоритети та перспективи розвитку галузі, враховуючи чинники деструктивної дії і наявні можливості. Узагальнено умови та чинники розвитку туристичної галузі України в умовах війни та у післявоєнному періоді (див. рис. 3.1).

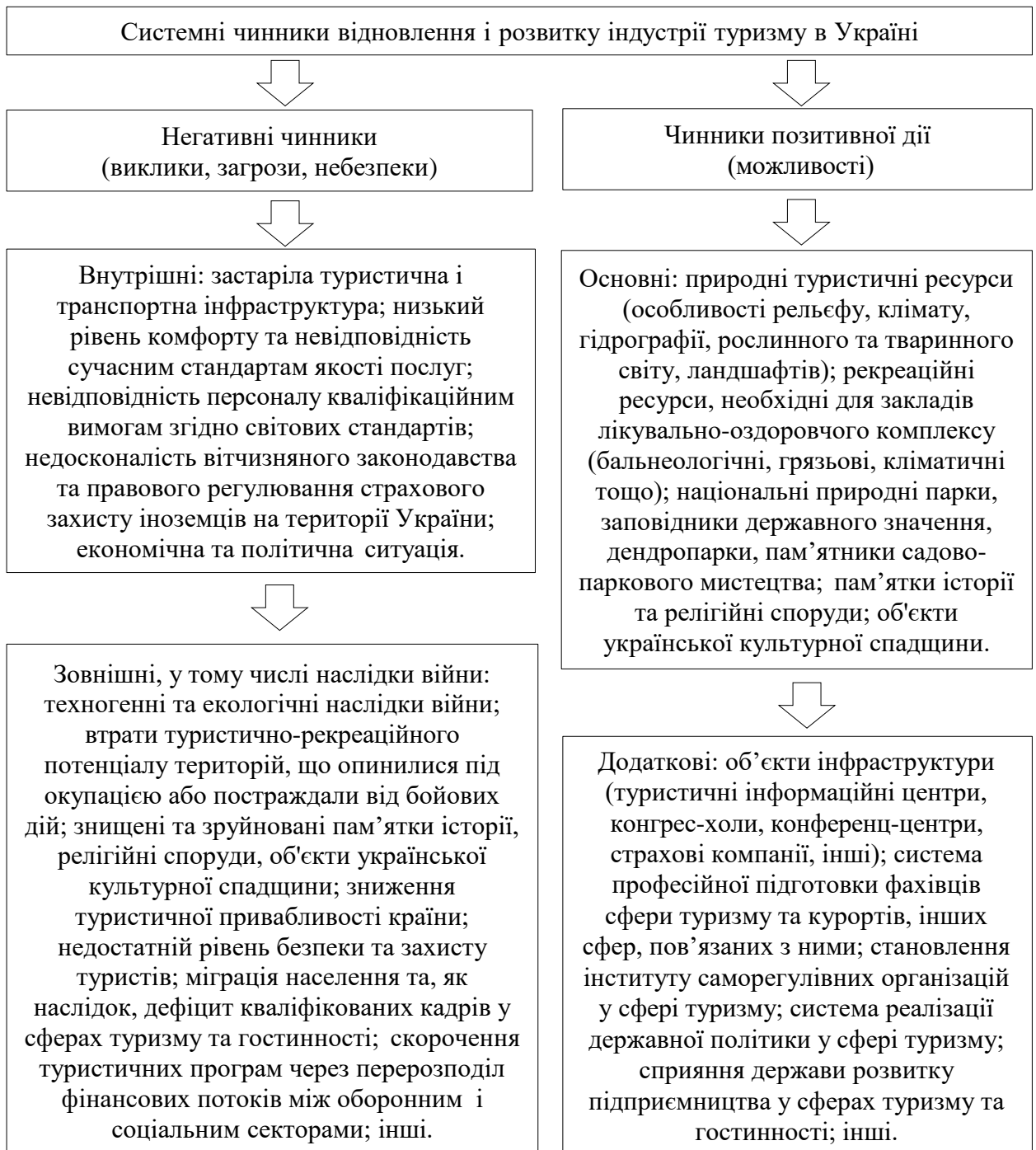


Рис. 3.1 – Система умов та чинників розвитку індустрії туризму в Україні в умовах війни та післявоєнному періоді

Системні умови та чинники (див. рис. 3.1) здійснюють вплив на:

- умови сталого розвитку туристичної сфери України, які визначені в Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року;
- додаткові заходи та завдання, які повинні знайти відображення в Стратегії розвитку туризму та курортів України, зважаючи на втрати і руйнування, завдані туристичній сфері внаслідок військової агресії з боку рф.

Встановлено, що чинники різновекторної дії, які визначають тенденції й перспективи розвитку туристичної галузі в Україні, потребують детального вивчення, у тому числі з урахуванням їх проявів на різних територіях, де туристична сфера постраждала від військових дій. Це дозволить більш обґрунтовано підійти до розроблення стратегії відновлення, розвитку туризму як в цілому в масштабах країни, так і в окремих регіонах, визначаючи найбільш перспективні напрями відновлення і розвитку туристичного потенціалу країни (регіонів) та плануючи залучення інвестиційних ресурсів.

З метою підвищення ефективності управлінських рішень щодо відновлення та розвитку туристичної індустрії України вважаємо доцільним впровадити сучасне методичне забезпечення та інструментарій ідентифікації основних загроз, небезпек і ризиків, сукупний вплив яких впливатиме на рівень туристичного потенціалу як окремих територій, так і країни в цілому.

На рисунку 3.2 представлено систему інформаційного забезпечення процесів оцінювання та аналізу туристичної привабливості окремих регіонів і країни в цілому з урахуванням туристичного потенціалу та впливу чинників зовнішнього середовища. Знаючи рівень туристичної привабливості окремих регіонів узагальнюючий показник туристичної привабливості країни (ТПК) пропонується визначати за формулою (3.1):

$$ТПК = \sum_{i=1}^n ТПР_i * \gamma_i, \quad (3.1)$$

де  $\gamma_i$  – показник внеску регіону в загальні результати функціонування туристичної індустрії країни (наприклад, частка в обсязі реалізованих

туристичною галуззю послуг, частка податкових надходжень, сплачених до бюджету суб'єктами туристичної діяльності).

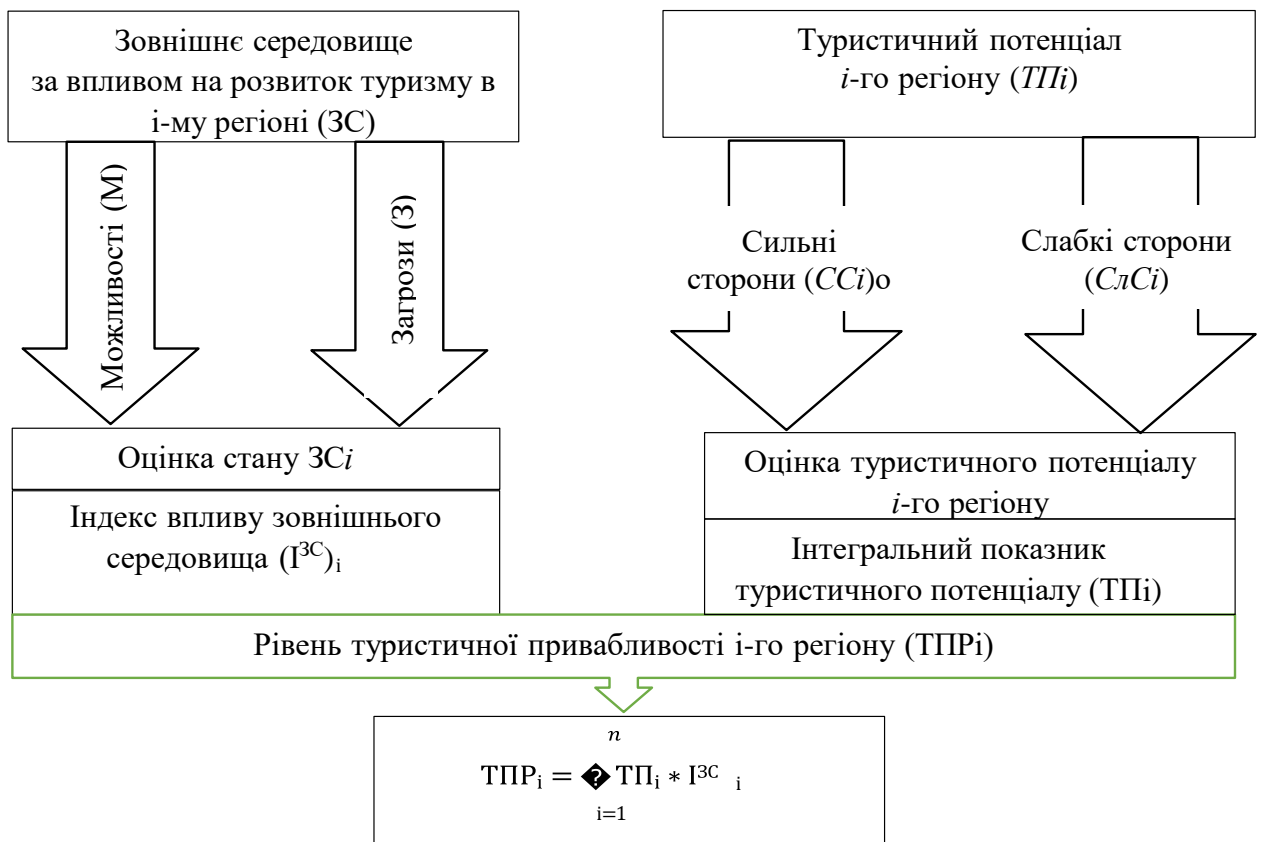


Рис. 3.2 – Інформаційне забезпечення процесів оцінювання та аналізу туристичної привабливості окремих регіонів

Практичне використання цього підходу потребує детального аналізу та дослідження окремих показників оцінювання стану зовнішнього середовища функціонування суб'єктів туристичної діяльності, певних індикаторів рівня туристичного потенціалу та здійснення експертного дослідження значимості. Для оцінки вагомості окремих (одиночних) та групових показників зовнішнього середовища, а також індикаторів рівня туристичного потенціалу пропонується експертний метод. Для оцінки впливу показників на досліджуване явище та діапазонів їх числових значень – застосувати функцію Е. Харрінгтона.

Вирішення зазначених задач потребує розробки науково-методичного і інформаційного забезпечення процедур прогнозування, моніторингу, аналізу

загроз та можливостей розвитку туристичної галузі України як в цілому, так і окремих регіонів, з метою формування адекватної сучасним умовам системи управління розвитком індустрії туризму в умовах війни та післявоєнному періоді, у тому числі враховуючи безпекові аспекти. Такий підхід сприятиме побудові дієвої системи управління розвитком туристичної індустрії на основі врахування наявних і прогнозування потенційних загроз, що створить підґрунтя для підвищення туристичної конкурентоспроможності України, інвестиційної та туристичної привабливості окремих регіонів країни.

Доцільним є оновлення Стратегії розвитку туризму та курортів, яку розроблено на період до 2026 року без урахування викликів війни та проблем післявоєнного відновлення України. До пріоритетних напрямів відновлення туризму в Україні з метою забезпечення гармонійного розвитку територій та враховуючи цілі сталого розвитку в контексті збереження природних ресурсів і довкілля, до заходів удосконалення державної політики України у сфері туризму доцільно віднести: 1) збільшення масштабів внутрішнього туризму шляхом розвитку послуг в межах України; 2) створення нових робочих місць в туристичній та суміжних сферах; 3) створення сприятливих умов для збалансованого розвитку туристичної інфраструктури навколо туристичних магнітів, що потребує залучення як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій; 4) розвиток мікро-, малого і середнього бізнесу у сфері туризму, залучення інновацій, створення умов для розвитку ділового туризму; 5) підвищення обізнаності потенційних туристів про регіональні туристичні магніти, сприяння підвищенню туристичної привабливості України в цілому; 6) покращення іміджу України як туристичної держави на світовому рівні; 7) підвищення рівня доступності туристичних послуг особам з обмеженими можливостями; 8) розвиток нових видів туризму як відповідь на глобальні та регіональні виклики сьогодення (військовий туризм (військово-історичний туризм, зброярський, мілітарі туризм, воєнний туризм, освітній туризм), *philantourism*, сільський (зелений) туризм, екологічний туризм та інші); 9) посилення співпраці між стейкхолдерами і створення професійних об'єднань

у формі альянсів, кластерів, спілок тощо; 10) підвищення ролі держави через застосування механізму державно-приватного партнерства і розроблення державних цільових програм, спрямованих на розвиток туристичної індустрії в Україні; 11) підвищення туристичної конкурентоспроможності країни та створення відповідної системи управління туристичною галуззю.

До основних завдань, від розв'язання яких буде залежати відновлення туристичного потенціалу України після війни, слід віднести: документування шкоди туристичним локаціям, що заповдіяні росією, розробка стратегії розвитку туристичної галузі України в умовах війни та повоєнному періоді на засадах інновацій, використання цифрових технологій і розвиток нових видів туристичних послуг; використання можливостей, які надає туристичній сфері України євроінтеграційний курс завдяки кооперації з країнами-учасницями ЄС та Всесвітньої туристичної організації, а також створення нових альянсів.

### 3.2. Інноваційні інформаційні процеси у розвитку туризму України

Сьогодні управлінцям туристичних підприємств необхідно генерувати дані, які допомагають інтерпретувати поведінку туристів, мати відповідну статистику, тим самим сприяючи розвитку індустрії туризму. У сучасну еру інформаційних технологій стає все більше важливий цифровий туризм. Зміни, що відбулися у сфері маркетингу в останні роки підтверджують що методи та механізми цифрового маркетингу розширилися, а традиційні методи вже не є ефективними в умовах сучасної великої цифрової революції. Методи цифрового маркетингу поширилися переважно в туристичному секторі, що у свою чергу, зумовлює зміни в галузі, пов'язані з подорожами, бронюванням, святами та відпустками, які здійснюються через пошукові системи, онлайн-додатки, віртуальну реальність [62]. Уваги потребують питання застосування інноваційних цифрових технологій у діяльності туристичних підприємств України. За таких умов доцільним є моніторинг та аналізування цифрових інноваційних інформаційних процесів у туристичній галузі України.

Останні роки цифрові інновації в туризмі поширюються прискореними темпами, завдяки сучасним технологіям і методам, таким як системи з відкритим вихідним кодом, платформні технології, хмарні обчислення, високошвидкісні та ефективні пошукові системи, смартфони та інші пристрої на основі бездротової мережевої інфраструктури, які сприяли значній зміні іміджу в галузі туризму. Поряд з іншими інноваціями маркетингові займають чільне місце в туристичній галузі України (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Інноваційні технології в туризмі України [57]

Вид туризму, де застосовуються інновації	Рік заснування	Тип інновацій
Сільський, зелений туризм та подієвий туризм в Рівненському, Волинському, Львівському рекреаційних регіонах	2015 – 2024 рр.	Продуктові інновації
Волонтерський медіапроект Ukraïner підготував 3600 хвилин онлайн-подорожі Україною. Онлайн-подорожі Західними областями України.	2019 рік 2015 – 2024 рр.	Техніко-технологічні інновації
Електронні сіті гідів у м. Чернівці, м. Луцьку і в інших містах України.	2017 р.	Техніко-технологічні інновації
Етногастрономічний туристичний маршрут «Дороги вина та смаку Української Бессарабії» (проекту ЄС «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні»).	2019 рік	Продуктова інновація
Електронна система бронювання ЖД квитків (Укрзалізниця).	2017 рік	Техніко-технологічні інновації
На сайті найбільшого українського онлайн-магазину Rozetka можна придбати тур. На порталі з'явився новий сервіс – Rozetka.Travel. Новий сервіс дозволяє купити тур, не відвідуючи агентство.	2019 рік	Техніко-технологічні інновації
CRM-системи на українському ринку.	2016 рік	Організаційні інновації
Перший далекомагістральний рейс України авіакомпанія МАУ Київ-Бангкок.	2013 рік	Маркетингові інновації
Тури до Чорнобиля (екологічний, промисловий, мілітарі туризм, темний туризм). Розвиток військового туризму	2016 рік 2014 – 2024 рр.	Продуктові інновації
Вперше розвиток зелених шляхів Green Ways на Волині і Рівненщині.	2018 – 2022 рр.	Маркетингові інновації

Цифровий маркетинг використовує цифрові технології «на Інтернет», для роботи з туристичними продуктами і послугами. Контакт з споживачами

може здійснюватися через мобільні телефони, комп'ютери, планшети, інші електронні пристрої. Цифровий маркетинг охоплює види маркетингових дій з клієнтами за допомогою пошукових систем, соціальних мереж, електронної пошти, веб-сайтів, мобільних додатків і будь-яких інших цифрових засобів.

Основні фундаментальні відмінності між традиційним (докризисним) і цифровим (післяковідним, повоєнним) туристичним маркетингом такі [61].

По-перше, маркетингове середовище. Найважливіша відмінність між традиційним і цифровим маркетингом є у маркетингових комунікаціях, де традиційний маркетинг використовує такі методи, як друк (привабливий дизайн обкладинки журналу чи ефективна телевізійна реклама). Цифровий маркетинг використовує цифрові медіа для просування нових продуктів.

По-друге, витрати на маркетинг. Традиційний маркетинг потребує більших витрат через друк, ефективне привернення уваги споживачів та ознайомлення їх з туристичним продуктом. Цифровий маркетинг в туризмі менш витратний, оскільки використовує соціальні мережі для рекламних цілей, а вони не потребують паперу та друку, що дозволяє заощадити кошти.

По-третє, цільова аудиторія. В туризмі традиційний маркетинг та цифровий маркетинг мають різні типи аудиторій. Використання реклами в пресі та на радіо може привабити споживачів старшого віку. За допомогою цифрового маркетингу можна залучити більш молоду аудиторію.

По-четверте, взаємодія зі споживачами. Зворотній зв'язок – один з найважливіших елементів ефективної системи, адже маркетинологи повинні знати, на що реагують споживачі. Взаємодія з споживачами у традиційному маркетингу є меншою, оскільки споживачі можуть сприймати туристичний контент рекламних кампаній, таких як білборди та попередньо записані рекламні ролики, але не можуть на них відреагувати. Цифровий маркетинг має потенціал для кращої комунікації з споживачами туристичних послуг порівняно з традиційним маркетингом. Під час перегляду веб-сайту компанії у сфері туризму або акаунту в соціальних мережах, споживачі можуть одразу поставити запитання або прокоментувати туристичний продукт.

По-п'яте, аналіз даних. Традиційний маркетинг може потребувати більше часу для отримання результату, оскільки неможливо прямо дізнатися, скільки людей побачили рекламу. Відносно аналізу даних, то цифровий маркетинг пропонує швидку реакцію даних кампанії (див. табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Інноваційні технології в туризмі України [57]

Показники	Традиційний маркетинг	Цифровий маркетинг
Відмінності	Традиційний маркетинг використовує старі медіа, такі як газети та журнали, радіо і телебачення щоб зробити маркетинговий аналіз	Продукти просуваються за допомогою цифрового маркетингу через цифрові канали, такі як інтернет, смартфон, дисплей реклама та інші цифрові медіа
Розвиток подій	Статичний	Динамічний
Трансформація	Повільна	Відносно швидка
Залученість споживачів	Низька	Відносно висока
Аналіз споживачів	Неможливо швидко проаналізувати кількість споживачів туристичних послуг	Можливо швидко проаналізувати кількість споживачів туристичних послуг
Ефективність та витрати	Менш ефективні, проте більш затратні	Менш затратні, проте більш ефективні
Просування	Місцевий споживач	Споживачі з усього світу
Ефекти	Відкладені ефекти	Швидкі результати в реальному часі
Комунікація	Комунікація одностороння	Комунікація двостороння

Цифровий маркетинг пов'язаний з маркетингом туристичних продуктів онлайн за допомогою електронних пристроїв. Це найбільш ефективний та простий спосіб охопити велику кількість споживачів туристичних послуг, потужна тенденція та тренд у повоєнному відновленні туристичної галузі. Стратегія цифрового маркетингу допомагає створити основу для всіх заходів цифрового маркетингу, щоб переконатися, що дії досягають поставлених цілей і можуть бути адаптовані за потреби. Цифровий маркетинг включає [2]:

- веб-сайт – керування веб-сайтом, як інтерфейсом, так і аналізом використання та статистикою, а також оцінкою працездатності веб-сайту;
- SEO – пошукова оптимізація для оптимізації веб-сайту таким чином, щоб його сторінки були вищими в пошукових системах, таких як Google;

- маркетинг електронною поштою – підтримка зв'язку із зацікавленими сторонами та клієнтами електронною поштою;
- соціальні медіа – керування обліковими записами та кампаніями в соціальних мережах;
- генерація контенту – генерація контенту з різних джерел, включаючи контент, створений користувачами (UGC);
- Email реклама (англ. email advertising) – це тип маркетингу, який полягає в розсилці рекламних листів потенційним покупцям;
- пошуковий маркетинг – комплекс заходів (стратегія), реалізуються для збільшення видимості сайту чи певної сторінки у пошукових системах;
- онлайн реклама – найефективніша форма надання інформації про товари та послуги в інтернеті (див. рис. Є.1; див. дод. Є).

Для того, щоб вбудувати платформу електронної комерції на веб-сайт туристичного підприємства, доцільно дослідити існуючі на ринку платформи для електронної комерції. Функції, на які слід звернути увагу, включають інтуїтивно зрозуміле відображення туристичних пакетів разом із негайним онлайн-бронюванням. Важливо, щоб платформа електронної комерції була безперервно пов'язана з веб-сайтом туристичного підприємства для того, щоб уникнути будь-яких конфліктів, таких як подвійне бронювання.

Комбіновано слід використовувати два види систем бронювання:

- інвенторні – системи, до функцій яких включено лише управління ресурсами пере-візників (авіа, авто, залізничних, круїзних тощо).
- дистрибутивні – системи, які здійснюють продаж перевезень, ресурсів готельних мереж та інших супутніх послуг і продуктів турагенціям.

Комп'ютерні системи бронювання туристичних послуг поділяють на групи: 1) глобальні системи бронювання (GDS – Global Distribution System). До них належать системи AMADEUS, GALILEO, SABRE і WORLDSPAN, які пропонують послуги з бронювання на продукти майже всіх авіакомпаній світу, а також міжнародних готельних ланцюгів і фірм з прокату автомобілів; 2) національні системи бронювання (NCRS – National Computer Reservations

Systems), що створювалися через специфіку туристичного ринку країни (до найвідоміших належать: німецький START, австрійський TRAVIAUSTRIA, англійський TRAVICOM, французький ESTEREL, скандинавський SMART, швейцарський TRAVISWISS); 3) комп'ютерні системи бронювання (CRS – Computer Reservation Systems) створюються окремими компаніями (MARLIN, TRAVELPLANE), які допомагають у конкурентній боротьбі на ринку.

Побудова цифрового туризму має орієнтуватися на типи бронювання:

- системи GDS (Global Distribution System) – глобальні розподільчі системи. Системи GDS – це об'єднання готелів (до 100 тис.). Готелі надають інформацію про себе, вказують ціни, наявність місць за допомогою бек-офісів, установлених у готелях, або при певному доступі в систему через Інтернет;

- системи туроператорів. Завдяки прямим контрактам з готелями, постійним оборотам і закупівлі блоків місць готелі дають туристичному оператору комісію, яка може досягати до 70 відсотків від ціни Rack. Системи бронювання туроператорів – це їх внутрішні бази даних в Інтернеті. Процес онлайн-бронювання поїздок (турів) зображено на рисунку Є.2 (див. дод. Є).

Слід враховувати, що в системах бронювання наявні основні складові:

- управління бронюванням – щоб можна відповідати на запити, робити бронювання та приймати онлайн-бронювання від мандрівників;

- створення маршруту – дозволити мандрівникам зібрати інформацію для своєї подорожі, включаючи рейси та проживання, якщо це необхідно;

- точка продажу та обробка платежів – це елемент продажу, через який обробляється оплата бронювання;

- база даних клієнтів і менеджер зв'язків із клієнтами (CRM) – цей елемент дає змогу відстежувати своїх клієнтів і їхні потреби, щоб можна ефективніше орієнтуватися на інших;

- звітність – допоможе ефективніше вести туристичний бізнес;

- відгуки клієнтів і система зворотного зв'язку – можливість мандрівників публікувати свої відгуки, що допоможе збільшити продажі та збільшити кількість клієнтів (див. рис. Є.3; див. дод. Є).

Рекомендовано такі виміри впливу цифрового маркетингу на туризм:

- інформаційний. Суть туристичних продуктів в онлайн-контексті повинна бути зосереджена на туристичній інформації, що робить їх дослідницьким продуктом, який оцінюється на основі відповідної інформації;
- тренди. Тренд – це поляризаційне явище, що спонукає до вибору туристичного продукту певну кількість людей одночасно. В останні роки поляризація стала предметом занепокоєння для підприємців що вимагає постійного і точного дослідження тенденцій споживачів;
- кастомізація. Цінність створення постачальника для споживача виникає в декількох точках взаємодії, через спільний досвід, що відбувається протягом усього життя послуги. Створення цінності буде розвиватися через особистий досвід, де споживач є одним з активних елементів цього процесу;
- інтерактивність. У офлайн-світі мультисенсорний досвід цифрового маркетингу розглядається як база для туристичного бізнесу. Результат може бути збільшений залежно від здатності фірм розвивати цифрові технології, взаємодіяти з навколишнім середовищем і створювати технології та стратегії.

Для українських туристичних підприємств є необхідним застосування інноваційних цифрових технологій, які дадуть змогу оговтатися від страшної кризи і бути конкурентоспроможними. Військова агресія росії проти України спричинила значні зміни в свідомості українців, руйнацію інфраструктури, численні жертви та ін. Проте, після перемоги України у війні сформується значний потенціал туризму. Мають бути створені новітні дестинації туризму – місця битв, польові фортифікації, військові поховання українських вояків.

На думку автора, українська туристична галузь швидко адаптується до цифрової трансформації та використання технологій для залучення більшої кількості туристів і покращення їх досвіду, що останнім часом спрямоване на використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Завдяки ІКТ індустрія туризму дасть споживачам доступ до більшої кількості інформації. Ця інформація може варіюватися від оглядів туристичних напрямків і засобів розміщення до оновлень про погоду і місцевих подій в режимі реального

часу. Здатність збирати інформацію та приймати обґрунтовані рішення ще ніколи не була такою доступною як з ІТ. Технології автоматизації і штучний інтелект допоможуть галузі туризму України зменшити фіксовані витрати, підвищити стійкість і допомогти в управлінні соціальною дистанцією.

### Висновки до розділу 3.

Узагальнено тенденції, тренди та чинники розвитку туристичної галузі України в координатах повоєнного відновлення. До завдань, від розв'язання яких буде залежати відновлення туристичного потенціалу України після війни, віднесено: документування шкоди туристичним локаціям, що заподіяні росією, розробка стратегії розвитку туристичної галузі країни в умовах війни і повоєнному періоді на засадах інновацій, використання цифрових технологій і розвиток нових видів туристичних послуг; використання можливостей, які надає туристичній сфері України євроінтеграційний курс завдяки кооперації з країнами-учасницями ЄС, а також Всесвітньої туристичної організації.

Обґрунтовано доцільність управління інноваційними інформаційними процесами у розвитку туризму України. Після перемоги України у війні буде сформовано потенціал туризму і створено новітні дестинації туризму – місця битв, польові фортифікації, військові поховання українських вояків. Галузь туризму України адаптується до цифрової трансформації та використання технологій для залучення більшої кількості туристів і покращення їх досвіду, що спрямоване на використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Завдяки ІКТ індустрія туризму дасть споживачам доступ до більшої кількості інформації. Інформація може варіюватися від оглядів туристичних напрямків і засобів розміщення до оновлень про погоду і місцевих подій в режимі реального часу. Здатність збирати інформацію та приймати рішення ще ніколи не була такою доступною як з ІТ. Технології автоматизації і штучний інтелект допоможуть галузі туризму зменшити фіксовані витрати, підвищити стійкість і допомогти в управлінні соціальною дистанцією.

## ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження автором досягнуто основну мету кваліфікаційної (дипломної) роботи, яка полягає в аналізуванні тенденцій та трендів в контексті повоєнного відновлення туристичної галузі України.

Розкрито класифікацію основних видів туристичної діяльності. Туризм класифіковано за різними ознаками, при чому наявність великої кількості різновидів туризму забезпечує виконання комплексу функцій: духовна, соціальна, економічна, медико-біологічна, рекреаційна. Виконання функцій робить туризм сферою задоволення потреб людини, яка подорожує, поряд з цим виступає досить потужним господарським комплексом національної економіки країни, який спроможний функціонувати у тісному взаємозв'язку з економікою системи, природним середовищем та суспільством.

Вивчено сучасні тенденції розвитку туризму в Україні та світі. У світі туризм займає важливе місце і його розвиток сприяє не лише економічному зростанню, але й зближенню людей, культурному обміну та пізнанню світу. Існування різних форм і видів туризму створює можливості для туристів усіх вікових груп і інтересів, дозволяючи кожному знайти цікаве і неповторне. Попит на подорожі з кожним роком стає все більш різноманітним, у зв'язку з чим з'являються нові види туризму та напрямки подорожей: кінотуризм, фототуризм, хобі-туризм, шопінг-туризм, екстремальний та екологічний.

Встановлено, що наша країна володіє досить високим потенціалом в організації туризму, але є певні виклики та проблеми, що унеможливають розвиток туристичного бізнесу в Україні. Серед найгостріших проблем варто виділити: 1) застаріла туристична система; 2) недосконалість вітчизняного законодавства щодо страхового захисту іноземців на території України; 3) складна політична ситуація в країні (російсько-українська війна).

Проведено аналіз стану, проблем та перспектив розвитку туристичної галузі України в умовах війни. Так, 2013 – 2014 роки були несприятливим для галузі туризму (відбувалися процеси інфляції та девальвації), що значно

вплинуло на зменшення виїзних туристів. Починаючи із 2016 р. до 2020 р. дохід України завдяки туристичній індустрії підвищився (на 20 %). Тенденція мала перспективи на розвиток, але війська агресія знівечила плани розвитку.

Виокремлено основні туристичні тренди у світі, яку передбачають:

– екологічну стійкість та всебічне сприяння екологічним ініціативам. «Сталість довкілля» вже не просто гасло, але потреба. Сучасні мандрівники надають перевагу напрямкам, де акцент робиться на збереженні середовища, відповідальному використанню ресурсів і підтримці місцевих спільнот;

– зростає популярність нових туристичних напрямків. Мандрівники тому шукають унікальні враження (обирають маловідомі країни та регіони);

– розвивається внутрішній туризм. Висока інфляція та зростання цін на пальне призводять до зростання витрат на транспорт і проживання, тому сучасні мандрівники частіше надають перевагу подорожам по власній країні.

Це дозволяє їм глибше вивчати місцеву культуру, традиції та кухню;

– популярності набирає гастрономічний туризм. У сучасному світі місцева культурна спадщина стає важливим магнітом для туристів, зокрема у сфері гастрономії та виноробства. Це надає можливість просувати менш відомі напрямки, підтримувати місцеву економіку та зберігати традиції;

– підвищилася зацікавленість до екологічного туризму та відвідування заповідних територій. Далі частіше перевагу надають спокійному відпочинку в природних заповідних зонах, спостерігаючи за місцевою природою та традиційними культурами, що переважають у цих природних об'єктах;

– молоді туристи більше зацікавлені у пригодницькому туризмі, такому як альпінізм, рафтинг, трекінг, які дарують унікальні незабутні враження. Підкреслено, що під час турів і подорожей туристи насолоджуються трьома головними складовими: екзотикою, активним відпочинком та природою.

Оцінено тенденції, передумови відновлення та стратегічні перспективи розвитку вітчизняного туризму після війни. Трендами розвитку туризму в Україні після війни є: 1) впровадження воєнного, освітнього, національно-патріотичного, ділового, екологічного туризму; 2) розроблення стратегій

міжнародного розвитку туризму; 3) створення взаємовідносин з країнами ЄС щодо підтримки та допомоги у туристичній діяльності; 4) створення умов, що підвищуватимуть інтерес іноземних туристів до пам'яток архітектури та культури України; 5) розробка інноваційних методів реалізації турпослуг.

Узагальнено тенденції, тренди та чинники розвитку туристичної галузі України в координатах повоєнного відновлення. До завдань, від розв'язання яких буде залежати відновлення туристичного потенціалу України після війни, віднесено: документування шкоди туристичним локаціям, що заподіяні росією, розробка стратегії розвитку туристичної галузі країни в умовах війни і повоєнному періоді на засадах інновацій, використання цифрових технологій і розвиток нових видів туристичних послуг; використання можливостей, які надає туристичній сфері України євроінтеграційний курс завдяки кооперації з країнами-учасницями ЄС, а також Всесвітньої туристичної організації.

Обґрунтовано доцільність управління інноваційними інформаційними процесами у розвитку туризму України. Після перемоги України у війні буде сформовано потенціал туризму і створено новітні дестинації туризму – місця битв, польові фортифікації, військові поховання українських вояків. Галузь туризму України адаптується до цифрової трансформації та використання технологій для залучення більшої кількості туристів і покращення їх досвіду, що спрямоване на використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Завдяки ІКТ індустрія туризму дасть споживачам доступ до більшої кількості інформації. Інформація може варіюватися від оглядів туристичних напрямків і засобів розміщення до оновлень про погоду і місцевих подій в режимі реального часу. Здатність збирати інформацію та приймати рішення ще ніколи не була такою доступною як з ІТ. Технології автоматизації і штучний інтелект допоможуть галузі туризму зменшити фіксовані витрати, підвищити стійкість і допомогти в управлінні соціальною дистанцією.

Зроблено висновок, що впровадження стратегії цифрового маркетингу допоможе створити базу заходів цифрового маркетингу для переконання, що дії досягають поставлених туристичних цілей і можуть бути адаптовані.

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Ангелко І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Український соціум*. 2014. № 2. С. 71 – 79.
2. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5. С. 168.
3. Барвінок Н.В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. URL: <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/aprde/article/view/6091/6347> (дата звернення: 30.03.2025).
4. Бартошук О. В. Оцінка розвитку туризму в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 7. С. 82 – 86.
5. Безпала О. А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 6. С. 1 – 9.
6. Білецька І. М. Моніторинг тенденцій розвитку міжнародного туризму. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 11. С. 41 – 46.
7. Бондаренко М. П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Вісник Київського університету права НАН України*. 2012. № 1. С. 20 – 22.
8. Велике руйнівництво: культурні втрати України під час війни. URL: <https://lb.ua/culture> (дата звернення: 19.04.2025).
9. Гальків Л., Галаз Л., Денбіцка Й. Теоретичні засади та інституційне середовище розвитку медичного туризму в системі чинників попередження втрат людського капіталу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2019. № 4. С. 24 – 33.
10. Гринько П. Методологія управління інноваційним розвитком бізнесу в умовах цифрової економіки: дис. д-ра екон. наук. ХДУХТ, Харків, 2020.
11. Гук Н. А. Міжнародний туризм в Україні: реалії та перспективи. *Науковий вісник УжНУ*. 2016. № 71. С. 99 – 102.
12. Демків Ю. М., Стукач Т. М. Українська туристична галузь у світовому середовищі: адаптація за умов впливу глобальної міжнародної кризи COVID-19. *Бізнес-навігатор*. 2020. № 4. С. 18 – 25.

13. Державна служба статистики України. 2022. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/tyrpotoki.htm> (дата звернення: 18.04.2025).
14. Зікеєва С. Г. Туристична галузь України в період євроінтеграції: соціально-економічний аспект. *Економіка і менеджмент культури*. 2013. № 1. С. 74 – 82.
15. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туристична індустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/> (дата звернення: 31.03.2025).
16. Колосінська М. І. Підходи до класифікації видів та форм туризму. *Вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського*. 2016. № 9. С. 146 – 150.
17. Копець Г. Р., Кулиняк І. Я. Сучасні напрями розвитку підприємств у сфері туризму в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2020. № 4. № 2. С. 37 – 48.
18. Коржилов Л. І. Туризм в Україні. Класифікація та види. *Вісник Дніпровського ДАЕУ*. 2014. № 9. С. 149 – 151.
19. Лазарева О. В. Ключові аспекти розвитку агротуризму в Україні. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2017. № 4. с. 25-35.
20. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. / С. М. Цвілий, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.
21. Маркетинг в туризмі : навч. посібник. / С. М. Цвілий, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.
22. Марченко О. А. Концептуальні засади регіонального розвитку туристичної індустрії. *Економіка і суспільство*. 2017. № 10. С. 454 – 458.
23. Моца А., Шевчук С., Серєда Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>.
24. Матвійчук Л.Ю., Дащук Ю.Є. Європейський вектор сталого розвитку індустрії гостинності України. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 45. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-28>

25. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. № 1(26). С. 55 – 68.

26. Обозна А. О. Аналіз стану розвитку вітчизняної туристичної галузі у відповідності з міжнародними рекомендаціями статистичних показників. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>.

27. Оліховська М. В. Організаційно-економічне обґрунтування становлення та розвитку підприємств агробізнесу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Львів. 2012. 20 с.

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

29. Паньків Н. Є. Характеристика потенціалу екотуризму України в умовах війни. *Креативний простір в Укра-їні та світі*: кол. моногр. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2022. С. 154–162.

30. Петрович Й, Бондаренко Ю., Просович О. Інституційне середовище як важлива передумова розвитку рекреаційно- туристичної сфери. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2019. № 3. С. 3 – 15.

31. Піменов В. Г. Розвиток екологічного туризму в Україні: основні поняття, проблеми, сучасний стан. *Вісник ХДАК*. 2018. № 52. С. 198 – 208.

32. Пітюліч М. М. Особливості функціонування сільського туризму в Україні та досвід європейських країн. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. № 3. С. 154 – 158.

33. Плотнікова М. Ф., Якобчук В. П., Ходаківський Є. І., Войтенко А. Б., Колеснікова М. С. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України. *Інвес-тиції: практика та досвід*. 2022. № 3. С. 102–112.

34. Пойта І.О. Тенденції розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: Матеріали V міжнародної науково-практичної конференції / за ред. Саух І.В. Житомир: Вид-во ЖФ КІБІТ, 2011. С. 183-188.

35. Помаза-Пономаренко А.Л. Розвиток туризму в Україні у воєнний та післявоєнний періоди. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2022. Том 33 (72). № 5. DOI: <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2022.5/02>.
36. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР; редакція від 11.02.2015 р. URL: [http://tourlib.net/zakon/pro\\_turyzm.htm](http://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm) (дата звернення: 22.03.2025).
37. Проект Плану відновлення України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini> (дата звернення: 16.04.2025).
38. Прокопишин-Рашкевич Л., Шадурська Б., Петрович Й. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2020. № 1. С. 72 – 82.
39. Про розвиток туристичної галузі України. URL: <http://narodna.pravda.com.ua> (дата звернення: 12.04.2025)
40. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник ХДУ*. 2022. № 46. С. 11 – 15.
41. Редько К. Ю., Фурс О. С. Основні тенденції розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2020. № 1. С. 220 – 227.
42. Сак Т., Більо І., Ткачук Ю. Еколого-економічні наслідки російсько-української війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. С. 12 – 19.
43. Сидорова А.В. Статистичний аналіз туризму на основі в'їзного та виїзного туристичних потоків. *Економіка і організація управління*. 2016. №4 (24). С. 100 – 106.
44. Тараненко Г. Г. Розвиток туризму в сучасних умовах: реалії та перспективи. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9902> (дата звернення: 14.04.2025).
45. Трусова Н.В., Цвілий С.М. Безпечний стан інноваційного розвитку туристичної індустрії в економічній системі держави. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. DOI: [10.32782/2524-0072/2022-45-75](https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-75).
46. Трусова Н., Цвілий С. Стійкий безпечний інноваційний розвиток у вітчизняній територіальній туристичній дестинації. *Інтелект XXI*. 2023. №2. С. 42 – 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2023-2.7>.

47. Україна отримала рекорді 244 млн грн. туристичного збору. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-otrimala-rekordi-244-mln-grn-tur-zboru> (дата звернення: 15.04.2023).

48. Ханін І. Інституційні передумови функціонування інформаційного простору національної економіки: монографія. Донецьк: АРТ, 2012. 270 с.

49. Цвілій С.М. Інтеграція локально-регіональної системи індустрії туризму України у гео економічний простір Європи. *Управління інноваційним розвитком соціально-економічних систем* : колективна монографія. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2024. С. 219 – 231.

50. Цвілій С.М. Конструктивна модель реалізації потенціалу індустрії туризму України в європейському гео економічному просторі. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2024. № 1(50). С. 57 – 69. <https://doi.org/10.32782/2519-884X-2024-50-7>.

51. Цвілій С. М. Прогнозування показників інноваційності індустрії туризму у періоді постконфліктного відновлення. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2023. № 2 (31). С. 4 – 16. DOI: <https://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2023.31.4>.

52. Цвілій С.М. Стратегія відновлення потенціалу міжнародного співробітництва української індустрії туризму в кризових умовах гео економічного простору. *Перспективи ефективних управлінських рішень у бізнесі та проєктах* : колективна монографія. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2024. С. 518 – 566. DOI: <https://doi.org/10.32837/11300.27539>.

53. Цвілій С. М., Жилко О. М., Зайцева В. М. Відновлення туристичної екосистеми в післявоєнному періоді. *Відновлення природно-ресурсного потенціалу та стійкості екосистем* : колективна монографія ; за заг. ред. Т. О. Чайки. Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2023. С. 292 – 299.

54. Цвілій С.М., Жилко О.В., Зайцева В.М. Територіальний брендинг в контексті інвестиційної привабливості вітчизняної туристичної дестинації. *Інтелект XXI*. Київ : НУХТ; Одеса: ВД «Гельветика». 2022. № 3. С. 73 – 77. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2022-3.13>.

55. Цвілій С.М., Каптюх Т.В., Матвієнко Я.О. Сучасний стан проблеми і перспективи післявоєнного розвитку вітчизняної індустрії гостинності. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2024. №11(29). С. 224 – 238. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-11\(29\)-224-238](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-11(29)-224-238).

56. Шамара І. М. Теоретичні підходи до визначення поняття туризм, його сутність та роль на сучасному етапі. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. 2016. № 5. С. 167 – 170.

57. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. №38. С. 226 – 235.

58. Шепелюк С. І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. *Вісник ЛуІРЛУ «Україна»*. 2013. № 17. С. 262 – 268.

59. Щербакова Н. О. Стан туристичної галузі України та процес та процес її відновлення в післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-17>.

60. Charkina T., Pikulina O., Zadoja V., Tsviliy S. Improvement of the tourism industry management due to introduction of new trends and types of tourism. *Philosophy, economics and law review : Scientific Journal*. Dnipro : DSUIA, 2022. Volume 2, №. 1. Pp. 108 – 117.

61. Tsviliy S.M., Gurova D.D., Zhuravlyova S.M. Sustainable development, tendencies, trends of the tourism and hospitality industry: global and domestic dimensions. *Збалансований розвиток: сучасний стан і перспективи* : кол. монографія. Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2024. 475 с. С. 452–468.

62. Tsviliy S., Korniienko O., Mamotenko D., Hres-Yevreinova S., Gurova D. Transformation of the tourism industry in the context of the development of digital technologies. *Green and digital economic transformation: a synthesis of the future*: Monograph. Praha: Oktan print, 2024. Pp. 172 – 187.

63. Рус'єв Д.В. Проблеми, тенденції, тренди в туризмі на сучасному етапі. *Тиждень науки – 2025* : матер. щоріч. наук.-пр. конф. викл., наук., мол. уч., асп., студ. НУ «Запорізька політехніка», 14 – 18 квітня 2025 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025. С. 100 – 102.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

Кількості іноземних туристів, які відвідали Україну за десять років  
(2013 – 2022 роки)



Рис. А.1 – Кількості іноземних туристів, які відвідали Україну за десять років  
(2013 – 2022 роки)

## Додаток Б

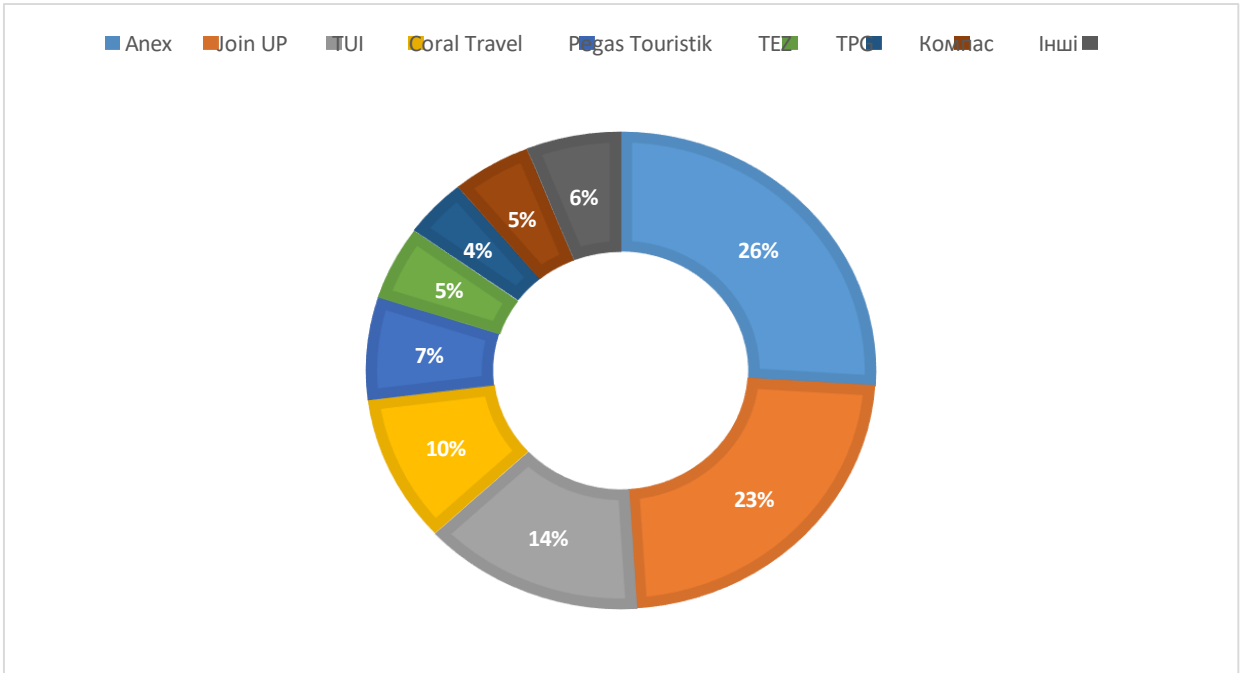


Рис. Б.1 – Розподіл ринку туризму між туристичними операторами України

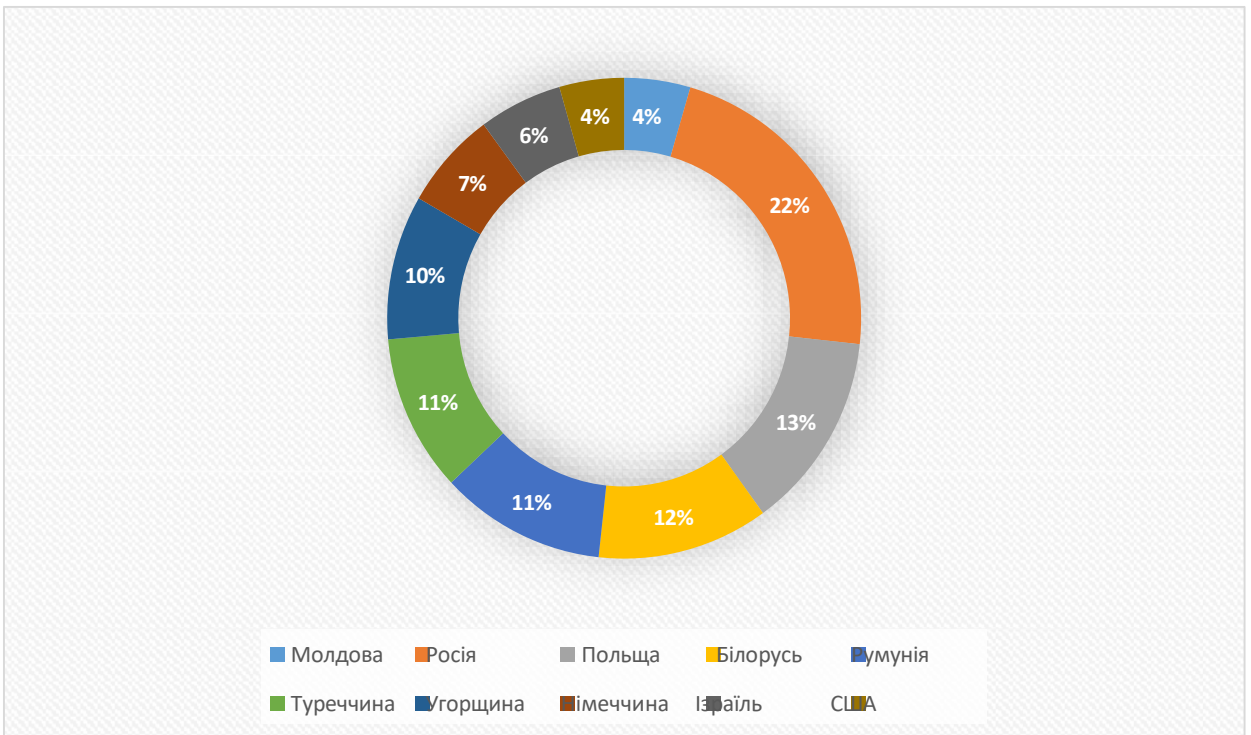


Рис. Б.2 – Топ-10 країн світу, громадян яких відвідали Україну у 2021 році

## Додаток В

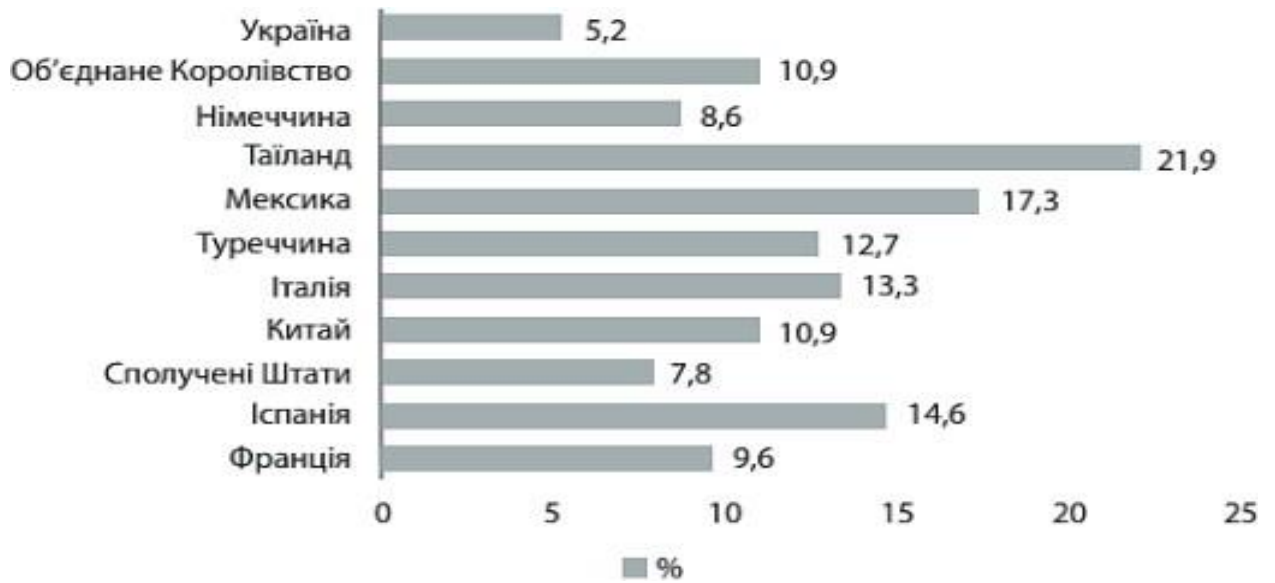


Рис. В.1 – Внесок туризму у світовий ВВП, % за найпопулярнішими туристичними маршрутами у останній довоєнний рік, 2021 рік

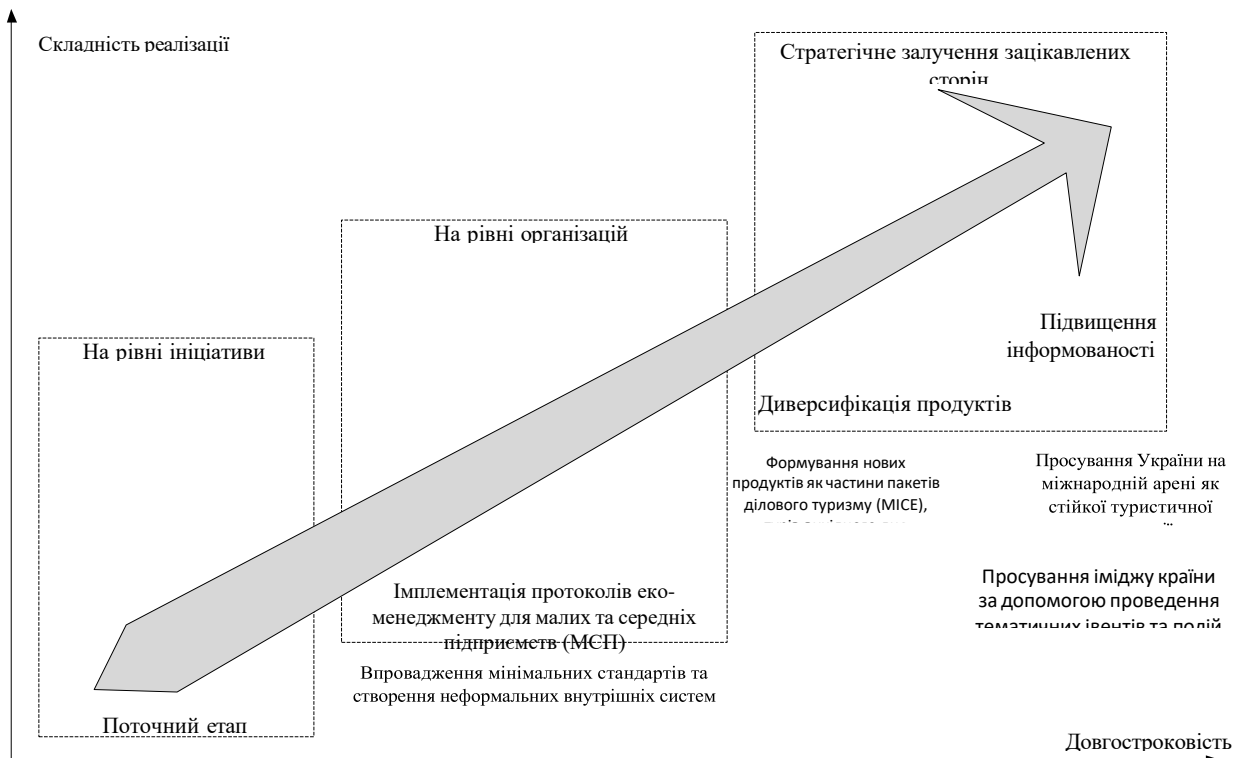


Рис. В.2 – Етапи реалізації екологічного туризму в Україні

## Додаток Г

Динаміка обсягу реалізованих послуг туристичними агентствами, туристичними операторами, суб'єктами туристичної діяльності, що надають інші послуги із бронювання та пов'язаною з ним діяльністю в довоєнному періоді, тис. грн.

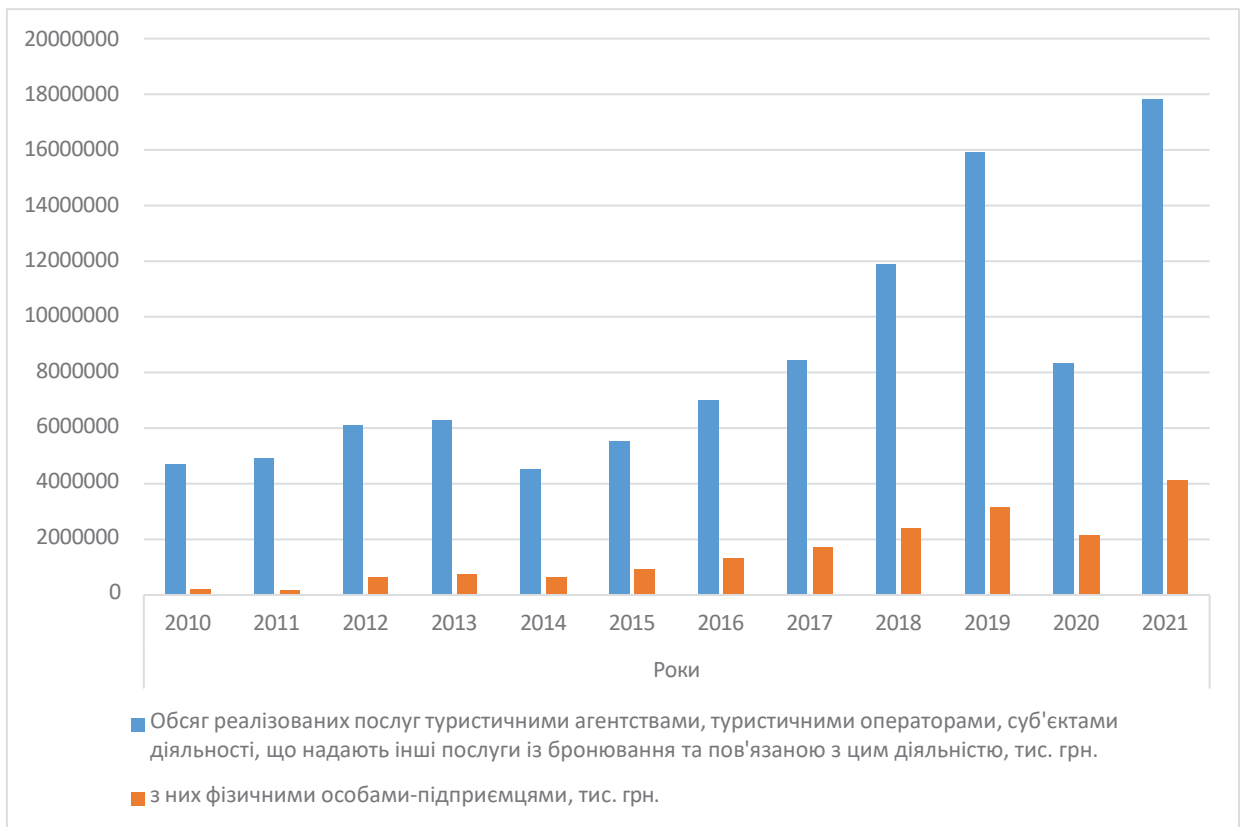


Рис. Г.1 – Динаміка обсягу реалізованих послуг туристичними агентствами, туристичними операторами, суб'єктами туристичної діяльності, що надають інші послуги із бронювання та пов'язаною з ним діяльністю в довоєнному періоді, тис. грн.

## Додаток Д

Динаміка обсягу реалізованих послуг туристичними агентствами та туристичними операторами в довоєнному періоді, тис. грн.

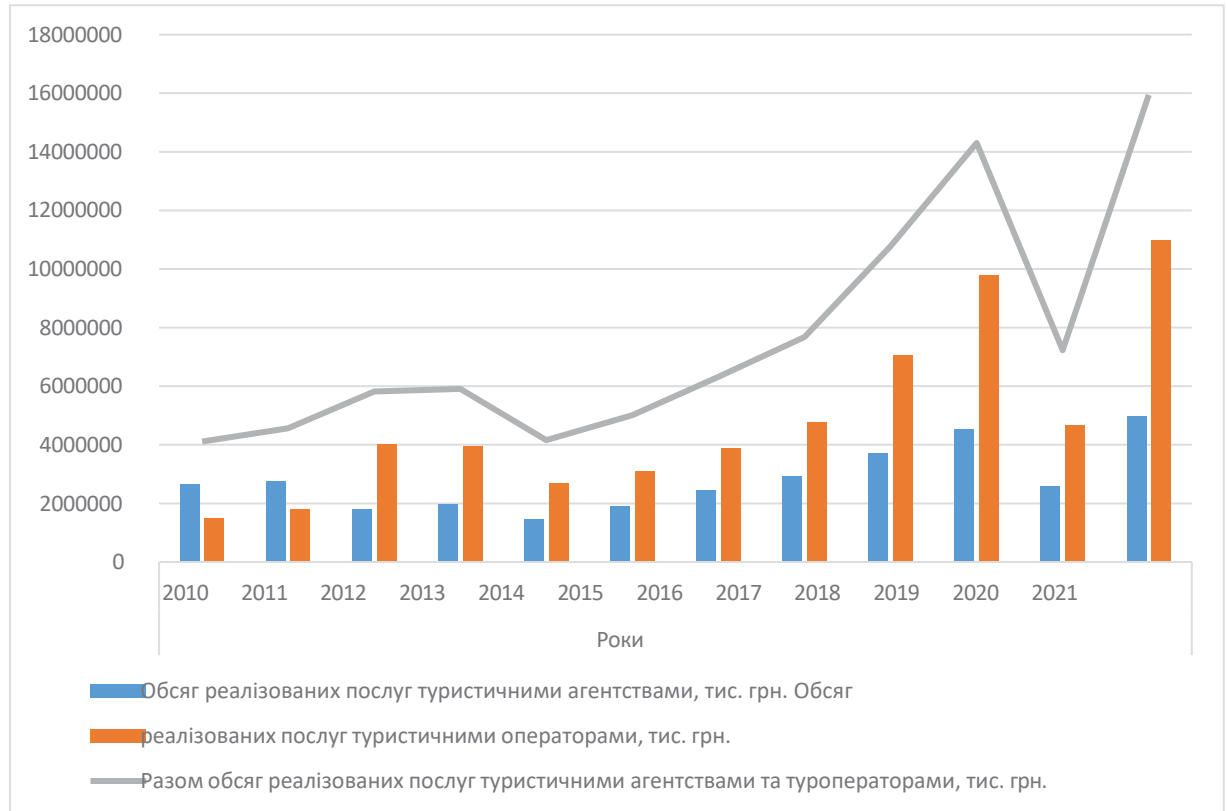


Рис. Д.1 – Динаміка обсягу реалізованих послуг туристичними агентствами та туристичними операторами в довоєнному періоді, тис. грн.

## Додаток Е

Динаміка податкових надходжень від засобів розміщення по областях  
України за показниками 1-го кварталу 2021 – 2023 років

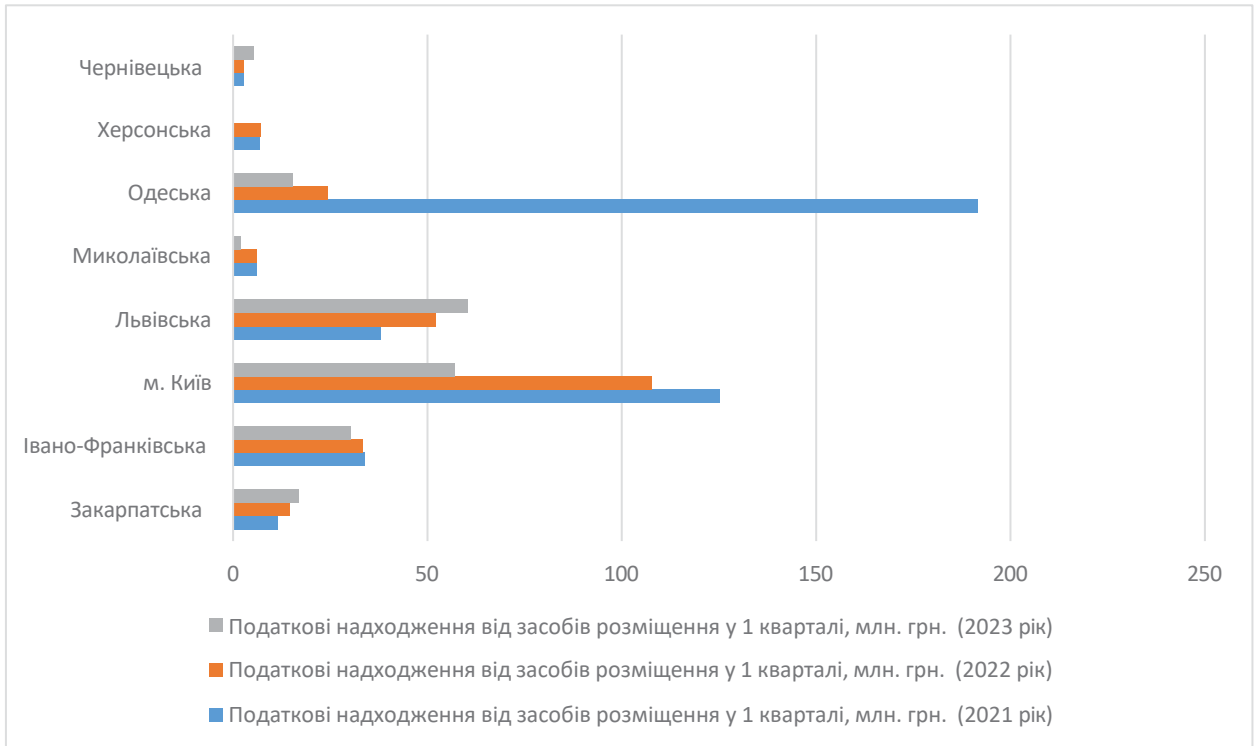


Рис. Е.1 – Динаміка податкових надходжень від засобів розміщення по областях України за показниками 1-го кварталу 2021 – 2023 років

## Додаток Є

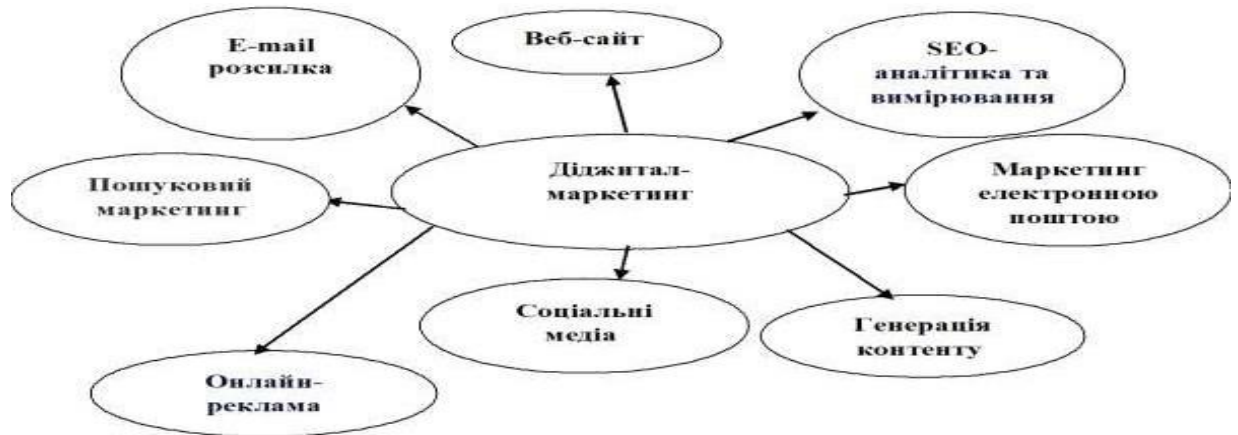


Рис. Є.1 – Елементи цифрового маркетингу

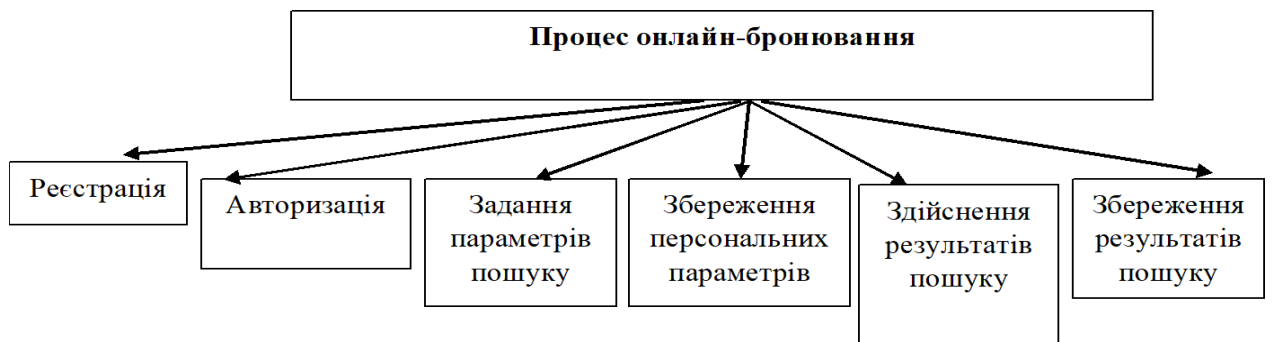


Рис. Є.2 – Процес онлайн-бронювання турів

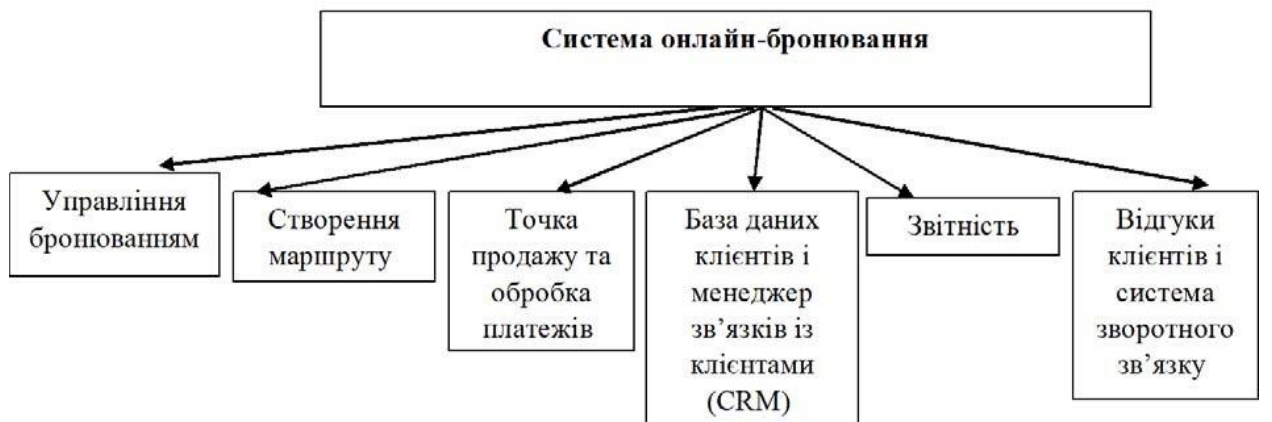


Рис. Є.3 – Складові систем бронювання