

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

Поточна ситуація у туризмі як в Україні, так і на глобальному рівні, з одного боку, характеризується наявністю цілого ряду кризових явищ та складних соціально-економічних та політичних викликів, а з іншого – відкриває широкі можливості розвитку внутрішнього туризму. Так, тренди трансформації ринку та споживчої поведінки, що склалися під впливом пандемії, а також досвід діяльності компаній вітчизняної туристичної індустрії в умовах значної турбулентності ринку сприятимуть досить швидкій адаптації туризму до нової політичної та економічної реальності за системної державної підтримки галузі. Військова агресія росії проти України та тимчасова окупація окремих територій нашої країни поглибила постпандемійні кризові процеси у вітчизняному туристичному бізнесі, але не припинила діяльність туристичних підприємств. У надзвичайний період дієва повоєнна стратегія розвитку галузі дозволить скоригувати коротко-, середньо- і довгострокові плани відновлення національної туристичної системи у межах обраного стратегічного вектору сталого розвитку. Саме тому визначення перспективних трендів в туризмі має велике значення в контексті повоєнного відновлення вітчизняної індустрії туризму, що підкреслює актуальність та своєчасність напрямку дослідження.

Військово-політичні події 24 лютого 2022 р. посилили для вітчизняного ринку обмеження виїзного і в'їзного туризму, окреслили певні тренди на зміну напрямків туристичних потоків та транспортної логістики туризму України.

Наслідки від збройної агресії росії для сфери туризму України наступні:

- 1) втрата гуманітарної та соціальної функції туризму у відносинах з країнами, які підтримали країну-окупанта;
- 2) загроза для розвитку в'їзного та виїзного туризму;
- 3) відсутність доходу галузі від експорту різних туристичних послуг;
- 4) фактичне припинення масштабної діяльності фірм, що спеціалізувалися на міжнародних напрямках;
- 5) руйнування партнерських відносин з зарубіжними компаніями;
- 6) обмеження ринків подієвого та ділового туризму;
- 7) тимчасові фінансові збитки туроператорів, авіаперевізників, туристичних агентств тощо.

Аналіз оцінок експертів туристичної індустрії України у червні 2024 року дозволив сформувати бачення розвитку індустрії туризму під час війни:

– високий попит на туристичний продукт безпечних регіонів (переважно Центральна і Західна Україна) у межах комфортної доступності на автомобілі;

– продовження участі міжнародних готельних брендів в інвестиційних проєктах, будівництво нових об'єктів, та можливість продовжувати бізнес під новими брендами завдяки напрацьованим компетенціям і власним стандартам;

– значна зміна напрямів туристичних потоків внутрішнього, в'їзного та виїзного туризму (зміна транспортної логістики всередині і за межами країни);

– коливання платоспроможного попиту, середнього чека та споживчих переваг на ринку внутрішнього туризму у зв'язку з війною, невизначеністю, погіршенням соціально-економічної ситуації, кризою, зростанням інфляції;

– перебудови логістичних ланцюжків постачальників для готельного-ресторанного та агротуристичного бізнесу (не більше 50–70 % поставок);

– нові умови співпраці з партнерами і партнерські угоди із туристичними компаніями з країн Європейського Союзу (авіап перевізники, оператори тощо);

– питання забезпечення функціонування великих системоутворюючих інфраструктурних об'єктів (обслуговування об'єктів на гірських курортах);

– створення нових сегментів ринку в'їзного туризму (військовий);

– створення нових сегментів ринку виїзного туризму (освітній);

– створення нового міжнародного авіаційного хабу на Заході України;

– реалізація постпандемійних глобальних туристичних трендів.

Перспективні туристичні тренди в контексті повоєнного відновлення вітчизняної індустрії туризму мають базуватись на принципах популярності, затребуваності, стійкого розвитку, інноваційності, сталості змін для певного зменшення впливу негативних наслідків нових штамів пандемії коронавірусу та пом'якшення кризової ситуації в індустрії туризму, яка викликана воєнною агресією росії проти України, для [2]: 1) виходу на нові ринки; 2) створення нових туристичних, готельних та ресторанних продуктів; 3) впровадження організаційних змін в структурі підприємств індустрії туризму; 4) прийняття креативних рішень у сфері маркетингу та просування туристичних продуктів, брендів, територій, країни на міжнародний ринок; 5) розробки раціональної політики збереження кваліфікованих кадрів у вітчизняній індустрії туризму; 6) впровадження інноваційних цифрових технологій; 7) швидкої адаптації до змін в системі управління вітчизняними суб'єктами туристичного бізнесу.

В повоєнних умовах необхідна мобілізація всіх складових туристичної індустрії: транспортної інфраструктури, готельних і туристичних комплексів, фахівців (у тому числі представників туристичних компаній та

туроператорів), експертів по територіях – для підготовки нових туристичних продуктів, а також надання споживачам в межах визначених перспективних туристичних трендів.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Цвілій С. М. Аналіз і оцінка інструментів стимулювання розвитку інвестиційного потенціалу туристичної індустрії / С. М. Цвілій // Сталий розвиток економіки. – 2023. – № 1(46). – С. 149–154.

2. Трусова Н. В. Стійкий безпечний інноваційний розвиток у вітчизняній територіальній туристичній дестинації / Н. В. Трусова, С. М. Цвілій // Науковий економічний журнал «Інтелект ХХІ». – 2023. – №2. – С. 42–50.