

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКА ГУМАНІТАРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ

ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Форма навчання: денна

Кафедра: туризму, теорії і методики фізичної культури та валеології

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему:

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В
УКРАЇНІ**

Виконав: студентка
4 курсу, спеціальності 242
«Туризм рекреація»
Горшечник Анна Андріївна
(прізвище та ініціали)

Керівник:

Мозолев О. М.
(прізвище та ініціали)

Рецензент:

Поліщук О.С.
(прізвище та ініціали)

Хмельницький – 2024 рік

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1 ПОНЯТТЯ ТА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....	6
1.2 КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....	11
1.3 ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ..	15
ВИСНОВКИ ПО РОЗДІЛУ 1.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	21
2.1 ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	21
2.2 МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19 ТА ПОВНОМАШТАБНОЇ ВІЙНИ.....	30
2.3 ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	34
2.4 ВИСНОВКИ ПО РОЗДІЛУ 2.....	39
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	41
3.1 ЗАХОДИ З ПОКРАЩЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	41
3.2 РОЗВИТОК ОСНОВНИХ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ НАПРЯМКІВ В УКРАЇНІ.....	45
3.3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ПІСЛЯ ЗАВЕРШЕННЯ ВІЙНИ.....	49
ВИСНОВКИ ПО РОЗДІЛУ 3.....	52
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ.....	64

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що міжнародний туризм став одним з найважливіших соціально-економічних явищ сучасного світу. За останні десятиліття туризм перетворився на потужну індустрію, яка здійснює суттєвий вплив на розвиток економіки багатьох країн. Розвиток міжнародного туризму сприяє зміцненню та розширенню економічних, соціальних і культурних зв'язків між країнами та народами світу. Міжнародний туризм є однією з найперспективніших галузей світової економіки, що динамічне розвиваються.

Міжнародний туризм відіграє важливу роль у розвитку національної економіки України. Він сприяє припливу іноземної валюти, створенню нових робочих місць, покращенню інфраструктури, збереженню культурної спадщини. Україна має значний туристичний потенціал завдяки своєму географічному положенню, природно-рекреаційним та історико-культурним ресурсам. Однак, незважаючи на це, частка України на світовому туристичному ринку залишається незначною.

В умовах глобалізації та посилення міжнародної конкуренції на світовому туристичному ринку для України надзвичайно важливо проаналізувати сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму, виявити проблеми та перспективи участі України в міжнародних туристичних потоках. Це дозволить розробити ефективну стратегію розвитку туристичної галузі країни та посилити її конкурентні позиції на міжнародному туристичному ринку.

Крім того, актуальність теми підсилюється тим, що міжнародний туризм в Україні зазнав суттєвих змін та викликів протягом останніх років. Пандемія COVID-19 спричинила серйозний спад туристичної активності у 2020-2021 роках. А повномасштабне російське вторгнення в Україну у 2022 році фактично зупинило міжнародний туризм в країні. Тому аналіз впливу цих факторів на розвиток міжнародного туризму в Україні та пошук шляхів відновлення галузі в післявоєнний період набуває особливого значення.

Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій розвитку міжнародного туризму в Україні, виявлення проблем та перспектив участі країни в міжнародному туристичному обміні.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні **завдання**:

1. Розкрити сутність та особливості розвитку міжнародного туризму в сучасних умовах. Дослідити історію становлення та розвитку міжнародного туризму в Україні.
2. Проаналізувати вплив пандемії COVID-19 та повномасштабної війни на міжнародний туризм в Україні.
3. Виявити основні проблеми та перешкоди розвитку міжнародного туризму в Україні. Запропонувати заходи з покращення функціонування міжнародного туризму в Україні.
4. Визначити пріоритетні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні. Окреслити перспективи відновлення та розвитку міжнародного туризму в Україні після завершення війни.

Об'єктом дослідження є міжнародний туризм як соціально-економічне явище.

Предметом дослідження виступають сучасні тенденції, проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні.

Для вирішення поставлених завдань в роботі були використані загальнонаукові та спеціальні **методи дослідження**:

- методи теоретичного узагальнення та порівняння - для розкриття сутності та особливостей міжнародного туризму;
- історичний метод - для дослідження еволюції розвитку міжнародного туризму в Україні;
- методи статистичного та економічного аналізу - для оцінки сучасного стану міжнародного туризму в Україні;
- можливостей та загроз розвитку міжнародного туризму в Україні;
- графічний метод - для наочного представлення результатів дослідження.

- Інформаційну базу дослідження склали праці вітчизняних та зарубіжних вчених у галузі туризму, статистичні дані Державної служби статистики України, Всесвітньої туристичної організації, аналітичні звіти міжнародних організацій, матеріали науково-практичних конференцій, інтернет-ресурси.

Окремі положення та результати дослідження були представлені на науковій конференції студентів Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії (травень 2024 р.) та опубліковані у збірнику матеріалів конференції.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, списку використаних джерел (45 найменувань). Загальний обсяг роботи - 65 сторінок. Основний текст роботи вкладено на 60 сторінках надрукованого тексту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та розвиток міжнародного туризму

Сучасні дослідження в галузі економіки все більше визнають туризм як складну соціально-економічну систему. Міжнародний туризм стає одним з найбільш важливих напрямків у сфері надання послуг. Розвиток світової економіки та підвищення рівня благополуччя людей сприяють зростанню попиту на туристичні продукти та продукти, а також зростають вимоги щодо їх різноманітності.

З економічної точки зору, туризм представляє собою особливу форму споживання матеріальних та духовних благ, послуг і товарів, які визначаються як окремий сектор економіки. Щоб визначити туризм як економічну категорію, застосовуються певні критерії, такі як виїзд за межі постійного місця проживання, тривалість перебування, мотивація або мета поїздки, попит на туристичні об'єкти та задоволення туристичних потреб.

Міжнародний туризм має свої особливості. Згідно з офіційним визначенням ООН, це подорожі з туристичними цілями за межі країни постійного проживання, які здійснюються відповідно до міжнародних угод та звичаїв.

О. Бейдик описує міжнародний туризм як подорожі до іноземних країн з туристичною метою, які тривають принаймні 24 години і, як правило, не перевищують 6 місяців. С. Каспар визначає міжнародний туризм як організовану та цілеспрямовану діяльність підприємства у сфері туризму, пов'язану з наданням туристичних послуг і продуктів іноземним туристам на території своєї країни (в'їзний туризм), а також наданням туристичних послуг і продуктів за кордоном (виїзний туризм).

С. Мальська стверджує, що міжнародний туризм – це система подорожей, які здійснюються на підставі міжнародних договорів з урахуванням міжнародних норм і місцевих звичаїв.

У сучасній науковій літературі, як вітчизняній, так і зарубіжній, існує значна кількість підходів до визначення поняття «міжнародний туризм», які можна об'єднати в кілька груп: міжнародний туризм як вид рекреації; міжнародний туризм як форма проведення вільного часу через використання послуг у подорожах, що поєднують активний відпочинок і підвищення загальної культури; міжнародний туризм як форма міграції населення; міжнародний туризм як складне соціально-економічне явище.

Для визначення міжнародного туризму необхідно встановити такі основні положення:

- турист – особа, яка має бажання задовольнити свою потребу в подорожах. Його бажання і потреби визначатимуть місце перебування і форму відпочинку;
- туристичний бізнес – це діяльність, спрямована на отримання прибутку через виробництво і надання туристичних товарів і послуг.

В середині ХХ ст. уряди різних країн почали активно розвивати туризм, і в 1947 р. різні міжнародні туристичні організації були об'єднані в Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (МСОТО). Його членами стали як державні, так і недержавні національні організації з 116 країн світу. Потреба в постійних міжнародних контактах для розвитку та координації туристичних обмінів, а також узгодження політичних, економічних, соціальних і культурних аспектів діяльності, привела до реорганізації в 1969 р. Згідно з резолюцією Генеральної Асамблеї ООН, МСОТО було перетворено з недержавної організації у міжурядову Всесвітню туристичну організацію (ВТО).

Розвиток туризму призвів до значного зростання міжнародного туризму. У своїй роботі І. М. Школа визначає такі поняття, як «іноземний туризм», «міжнародний туризм» та «світовий туризм»:

- іноземний туризм – це система подорожей і обміну, що здійснюються на основі міжнародних договорів з дотриманням чинних міжнародних норм. Цей вид туризму реалізується через міжнародні туристичні

зв'язки, що базуються на організації прийому туристів у конкретній країні та поїздок громадян цієї країни за кордон;

- міжнародний туризм – це важлива галузь міжнародного співробітництва, що ґрунтується на повазі до національної культури та історії кожної нації та основних інтересів кожної держави. Він є сферою розвитку туристичних відносин між народами різних країн та сприяє взаємному ознайомленню з досягненнями інших держав у різних галузях;
- світовий туризм – це частина світових економічних відносин у галузі пересування, відпочинку і подорожей. Він є важливим показником світового розвитку та є однією з основних галузей світової економічної діяльності.

Вітчизняний дослідник Т. Божидарнік розрізняє чотири періоди у розвитку міжнародного туризму. Перший етап (до 1841 р.) пов'язаний з виникненням товарно-грошових відносин, розширенням торгівлі, розвитком транспорту та будівництвом шляхів сполучення. Другий етап (1841-1914 рр.) характеризується значними науковими відкриттями та їх впровадженням у практику, підвищенням продуктивності праці, розвитком сфери послуг. Третій етап (1918-1939 рр.) пов'язаний із комерційною спрямованістю туристичних фірм та доступом до подорожей для середнього класу. Четвертий етап (починаючи з 1945 р.) асоційований із зростанням науково-технічного, економічного та торгового співробітництва між країнами практично всіх континентів.

Пройшовши тривалу історію розвитку, термін «міжнародний туризм» сьогодні розуміється по-різному не лише окремими експертами, а й туристичними організаціями. Міжнародний туризм може розглядатися як соціально-економічний процес, пов'язаний із наданням туристичних послуг особам за межами країни їхнього постійного проживання та спрямований на задоволення духовних, фізичних та інших некомерційних потреб.

Міжнародний туризм можна розглядати як соціально-економічний процес, що полягає у наданні туристичних послуг особам за межами їхньої

країни проживання та спрямований на задоволення різноманітних потреб, включаючи духовні та фізичні. Масовий туризм, що став феноменом ХХ ст., пережив стрімкий розвиток, який відображається у зростанні обсягів туристичних послуг та потоків туристів [19].

Швидкий розвиток міжнародного туризму переважно відбувався у країнах, де створені відповідні економічні та організаційні умови. Функціонування та розвиток міжнародного туризму залежать від різноманітних чинників, таких як економічні, соціальні, демографічні, науково-технічні, міжнародні та громадська думка. Кожен з цих чинників потребує окремого дослідження та уваги.

Особливості міжнародного туризму можна розглядати з різних точок зору, враховуючи його унікальні характеристики та вплив на глобальну економіку і культуру. Декілька основних особливостей міжнародного туризму включають такі аспекти (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Характерні особливості міжнародного туризму

Джерело: складено автором за [20].

Слід розглянути їх детальніше:

1. Перетин державних кордонів. Міжнародний туризм передбачає подорожі через кордони країни проживання туриста. Це може включати в

себе відвідування інших континентів або країн з різним культурним та мовним середовищем;

2. Культурний обмін. Туристи, подорожуючи за кордон, комунікують з представниками різних культур, традицій і мов. Це сприяє культурному обміну та взаєморозумінню між націями;

3. Економічний вплив. Міжнародний туризм є важливим елементом економіки багатьох країн, забезпечуючи робочі місця, збільшуючи доходи від туризму та стимулюючи розвиток інфраструктури;

4. Різноманітність видів туризму. Міжнародний туризм включає різні види, такі як культурно-пізнавальний, екологічний, спортивний, релігійний та інші, що відображають інтереси та потреби туристів;

5. Глобальна конкуренція. Країни активно конкурують за приваблення туристів, пропонуючи різноманітні туристичні продукти, послуги та екскурсійні маршрути;

6. Вплив на довкілля. Масовий міжнародний туризм може мати негативний вплив на довкілля через забруднення, знищення природних ресурсів та перенапруження екосистем [20].

Таким чином, існує багато різних визначень міжнародного туризму, які висвітлюють його різні аспекти. Відсутність єдиної концепції ускладнює його дослідження та може мати негативні наслідки для практичної діяльності туристичних підприємств.

Узагальнюючи, зазначимо, що міжнародний туризм – це система взаємин між туристом і виробниками туристичних товарів та послуг, які виникають під час їхнього використання за межами країни проживання, із тривалістю не більше року. По суті, міжнародний туризм є одним з видів рекреації, реалізація якого практично не має просторових обмежень і забезпечується різноманітними туристичними послугами.

1.2. Класифікація видів міжнародного туризму

Міжнародний туризм охоплює подорожі тих людей, які вирушають у інші країни, ніж та, де вони проживають. Під час таких подорожей туристи

перетинають державні кордони, змушені використовувати іншу мову та валюту. Для приваблення міжнародних туристів необхідно мати дуже привабливий туризм та високоякісні послуги, а також добре розвинуту інфраструктуру.

Чітка класифікація видів міжнародного туризму є складним завданням через різноманітність та складність сучасного туризму. Туризм можна класифікувати за різними критеріями, такими як мета подорожі, засоби пересування, умови проживання та інші. Види туризму залежать від багатьох факторів, таких як вільний час, вік, стан здоров'я, особисті уподобання, матеріальний стан, природні умови та інфраструктура та багато інших [13].

Туристичний потенціал території включає всі складові, які зроблять подорож для туристів цікавою та комфортною. Класифікація туризму може здійснюватися за багатьма критеріями, такими як відстань, тривалість подорожі, географічне походження туристів, засоби транспорту, умови проживання, особливості місця призначення та інші.

У галузі міжнародного туризму розрізняють два основні напрямки: в'їзний і виїзний, які визначаються напрямом подорожі. Один і той самий турист може бути класифікований як в'їзний або виїзний в залежності від країни, яку він залишає, та країни, до якої прибуває. Термін «виїзний» застосовується, коли турист вирушає за кордон, а «в'їзний» – коли він в'їжджає в іншу країну. Ці терміни використовуються для опису маневрів на початку подорожі, тобто відправлення за кордон і прибуття назад додому. Основні класифікаційні групи міжнародного туризму наведені в табл. 1.1.

Крім того, міжнародний туризм можна поділити за цілями подорожей на такі категорії: діловий, лікувально-оздоровчий, культурно-пізнавальний, туризм для відпочинку та розваг, приватний, фестивальний, спортивний, релігійний, екологічний, пригодницький, екстремальний, і космічний туризм.

Таблиця 1.1

Основні класифікаційні групи міжнародного туризму

За масштабом охоплення території	За джерелами фінансування	За характером організації	За інтенсивністю туристичних потоків
Внутрішньоконтинентальний Міжконтинентальний Кругосвітній	Комерційний Соціальний	Організований Неорганізований Груповий Індивідуальний	Постійний Сезонний Літній Зимовий
За тривалістю подорожі	За дальністю подорожі	За способом розміщення	За віком туристів
Короткостроковий Середньостроковий Довгостроковий	Близький Далекий	Готельного типу Неготельного типу	Дитячий; молодіжний; туризм осіб середнього та похилого віку

Джерело: складено автором за [14].

В залежності від цілей, об'єктів відвідування та інших ознак подорожі, виділяються різноманітні форми туризму, такі як організований і неорганізований. Туристи задовольняють свої потреби на різних рівнях, відповідно до свого вибору. Вони можуть скористатися послугами туристичних агентств або подорожувати самостійно, оплачуючи послуги окремо на місці. Організований туризм передбачає попередню оплату турів і включає в себе готові маршрути, обрані терміни та повний пакет послуг, наданих через туристичні агентства.

На відміну від організованого туризму, неорганізовані туристи не мають жодних взаємних зобов'язань з посередниками, такими як туристичні агентства. Вони подорожують самостійно, керуючись принципами самодіяльності і самообслуговування. Типовим прикладом неорганізованого туризму є подорожі автостопом, коли вони користуються побіжними автомобілями для пересування. Цей тип відпочинку став досить популярним.

Туризм можна також класифікувати за індивідуальним і груповим підходами. Залежно від кількості учасників, він поділяється на індивідуальний (від одного до п'яти осіб) і груповий (від шести до семи осіб і більше). Групові подорожі, як правило, організовуються на основі спільних інтересів учасників, таких як археологічні, мистецькі або історичні тематики, а також сафарі чи лижні прогулянки [21].

Інша класифікація туризму ґрунтується на цілях подорожі. Розрізняють подорожі з метою розваг і відпочинку, з одного боку, та діловий туризм – з іншого, який має відмінні моделі поведінки відвідувачів. Подорожі з метою розваг і відпочинку становлять значну частку міжнародного туристичного обміну, на які припадає близько 50% всього світового туризму. Вони охоплюють різноманітні види відпочинку, такі як оздоровчі, пізнавальні, спортивні та лікувальні подорожі [13].

Подорожі до моря продовжують залишатися популярними серед населення. Відпочинок на пляжі традиційно вважається одним з найкращих способів зняття стресу і відновлення сил. Проте оздоровчий туризм зазнає змін: популярність морських курортів зменшується, а туристичні потоки переорієнтовуються. Збільшується інтерес до гірськолижних курортів та пригодницького туризму [21].

Основною складовою будь-якого виду відпочинку є відвідування історико-культурних пам'яток, театрів, музеїв, що розширює кругозір людини. Особливий інтерес викликають культура, історія, релігія та традиції різних народів. Ці аспекти життя людей стають більш зрозумілими через безпосередні контакти з місцевим населенням, які стають можливими завдяки туризму. Пізнавальний туризм вважається однією з провідних субгалузей туризму разом із відпочинковим і спортивним.

Діловий туризм охоплює поїздки з робочими цілями, коли основною метою не є отримання задоволення від місця призначення. Рішення про такі поїздки та їх фінансування, як правило, приймаються не самими туристами, а їхніми роботодавцями або іншими особами. Такі поїздки можуть включати участь у конференціях, виставках, семінарах, укладення контрактів тощо. У

числі ділових туристів виступають не лише менеджери, але й водії вантажівок, комерційні агенти, стюардеси, які виконують свої обов'язки поза звичайним робочим середовищем.

Діловий туризм може бути розділений на кілька категорій: бізнес-поїздки, конгресно-виставковий туризм та інсентів-туризм, тобто, маються на увазі заохочувальні поїздки. Останній тип включає в себе подорожі, які компанії використовують для винагородження своїх працівників за високі досягнення у роботі. Хоча грошова премія може бути одним із методів стимулювання продуктивності, але досвід показує, що туристичні поїздки мають набагато сильніший мотивуючий вплив на покращення результатів роботи. Дослідження, проведені серед комерційних фірм у Великобританії, показали, що понад 90% їх учасників вважають інсентів-туризм дуже ефективним та мають намір продовжувати його використовувати у майбутньому [17].

Діловий туризм є перспективною та високорентабельною галуззю галуззю туризму. Відповідно до деяких оцінок, його частка у міжнародному туристичному обміні становить від 10% до 20% і має тенденцію до зростання. Сучасний термін «MICE-туризм» використовується для позначення ділового туризму. Ця аббревіатура складається з перших літер слів англійською мовою: M – зустрічі (Meetings), I – заохочення (Incentives), C – конгреси (Congresses), E – виставки (Exhibitions), і широко використовується фахівцями у західних країнах для опису складових ділового туризму [17].

Спеціальною формою соціального туризму є молодіжний туризм, який призначений для студентів або молодих людей і, зазвичай, має освітній характер. Організація WISE (The World Youth Student and Educational) визначає молодіжний туризм як форму подорожей, що включає самостійних мандрівників (без супроводу батьків або опікунів) у віці від 15 до 29 років, які мають мотивацію до такого руху, готові поділитися своїм досвідом і прагнуть пізнати нові культури та здобути нові знання в незвичайному середовищі, відмінному від звичайного повсякденного життя [4].

Серед найбільш популярних та перспективних видів міжнародного туризму варто виділити культурно-пізнавальний, тематичний, пригодницький, круїзний та екологічний туризм. Культурно-пізнавальний міжнародний туризм є дуже популярним у регіонах Європи, Азії та Близького Сходу, де пропонується різноманітність подорожей – від одноденних екскурсій до тривалих дослідницьких експедицій до Тибету та Гімалаїв. Цей вид туризму продемонстрував високу динаміку розвитку, особливо в країнах Південно-Східної Європи та Індокитаю.

Таким чином, кожна форма туризму є важливою, особливо з економічної точки зору, оскільки сприяє розвитку цієї сфери. Туризм вважається найрозвинутішою галуззю на європейському рівні зі значним економічним впливом і високими темпами зростання. Завдяки своїй масштабності та різноманітності, туризм є ключовим мотивом для туристичного руху. Певні території чи об'єкти стають цікавими для подорожей через свій туристичний потенціал та оригінальність.

1.3. Фактори впливу на розвиток міжнародного туризму

У наш час міжнародний туризм став глобальним явищем, що впливає на життя сотень мільйонів людей по всьому світу. Значущість сучасного міжнародного туризму у світовій економіці підтверджується тим, що більше 250 мільйонів людей працюють у цій галузі, що становить кожного десятого працівника на Землі. Туризм забезпечує 30% всіх витрат на придбання послуг, 11% витрат на споживання, 7% загальних світових інвестицій і 5% податкових надходжень. Завдяки функціонуванню туристичної галузі, формується близько 10% ВВП у світі. Туризм став ключовим драйвером соціально-економічного розвитку у багатьох країнах. У понад 100 країнах туризм сприяє високому рівню зайнятості, розвитку окремих регіонів і стає значимим джерелом доходу для державного бюджету [16].

За словами С. Маккула та Р. Мойзі, існує низка чинників, які призводять до зростання попиту на міжнародний туризм, включаючи процес глобалізації, розвиток автомобільного та масового громадського транспорту,

а також впровадження інформаційних технологій для зацікавлених сторін у туристичній індустрії, зростання ВВП у всьому світі та збільшення доходів, які споживачі витрачають на подорожі, а також зростання рівня безпеки для туристів [38].

Як описано Б. Брамвеллом і Д. Мейером, збільшення масового туризму призводить до ряду проблем, пов'язаних з розвитком міжнародного туризму. Ці проблеми включають екологічні, культурні та соціальні аспекти. Найбільш очевидні наслідки туризму пов'язані з впливом на природний ландшафт [28].

Останнім часом розвиток міжнародного туризму зазнав впливу кількох ключових факторів. Вони відображені схематично на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Основні фактори розвитку міжнародного туризму

По-перше, це зростання економічної забезпеченості населення в країнах, що є основними джерелами туристів у світі. Статистика туристичних потоків підтверджує, що найбільший відсоток міжнародних подорожей становлять виїзди з розвинених країн.

По-друге, вплив глобальних економічних та фінансових криз, які мають циклічний характер. Під час економічних криз і рецесій спостерігається різке зменшення туристичного потоку. Наприклад, у 2009 р. обсяги міжнародних туристичних прибуттів зменшилися на близько 4%, що тоді було найвищим показником за останні десятиліття. Рецесія мала великий вплив на зростання міжнародного туризму до 2016 року. Проте, пандемія COVID-19 здійснила руйнівний вплив на туристичну галузь у світі, оскільки глобальне падіння туристичної галузі склало 73% (скорочення кількості туристичних подорожей). Це означало не просто втрату прибутків (1,3 трлн дол за даними Всесвітнього економічного форуму), а й скорочення робочих місць та ВВП в країнах, що найбільше залежать від цих надходжень [22].

По-третє, транснаціоналізація міжнародного туристичного бізнесу. Оскільки цей бізнес є високо прибутковим та привабливим для інвестицій, лідери цієї галузі постійно розширюють свою діяльність у багатьох країнах інших континентів, вкладають кошти у різноманітні сфери туристичної індустрії та залучають додаткові фінансові ресурси через світові фондові ринки. За результатами 2021 р. року провідними компаніями у цьому сегменті були готельні мережі Marriott International (річний оборот 25 млрд. доларів США), Hilton (оборот 11 млрд. доларів США) та оператори круїзного відпочинку Carnival (оборот 20 млрд. доларів США) та Royal Caribbean Cruises (оборот близько 10 млрд. доларів США). Фінансово спроможні корпорації з інших сфер економічної діяльності, такі як великі банки, авіакомпанії, компанії кіноіндустрії та мережі супермаркетів, також активно вкладаються в туристичний бізнес.

По-четверте, значний розвиток сучасних технологій у галузі міжнародного туризму, особливо за допомогою Інтернету та мобільних додатків. Наприклад, веб-сайт Booking.com пропонує можливість бронювання понад 2,034 мільйонів готелів у всьому світі, тоді як онлайн-сервіс з розміщення та короткострокової оренди житла Airbnb.com, що працює на засадах економіки спільного використання, допомагає знаходити житло у більш ніж 190 країнах. Використання сучасних технологій в туризмі

значно полегшує та здешевлює подорожі для туристів, але в той же час створює серйозну конкуренцію для традиційних турагентств і туроператорів.

П'ятий фактор – загострення проблем міжнародного тероризму та масової неконтрольованої міграції та її соціально-економічних наслідків, особливо в Європі. Терористичні атаки у європейських містах, таких як Мадрид у 2004 р., Париж у 2015 р., Брюссель, Ніцца та Берлін у 2016 р., призвели до різкого зменшення міжнародних прибуттів туристів. Ці проблеми негативно впливають на безпеку туристів у певних країнах або містах та, відповідно, на доходи туристичної індустрії [13].

Шостий аспект – вплив демографічних чинників на обсяги та структуру туристичних потоків. Населення старшого віку тепер має вищий рівень доходу, ніж раніше, і тому туризм стає для них популярним способом проведення вільного часу. Очікується зростання частки туристів старшого віку у структурі туристів з Європи, оскільки прогнозується, що до 2030 року частка населення віком понад 65 років зросте до 30%.

Підсумовуючи, варто зауважити, що у найближчій та середньостроковій перспективі екологічні аспекти матимуть значний вплив на розвиток міжнародного туризму. На сьогоднішній день деякі країни вже впроваджують програми для боротьби з явищем «овертуризму», оскільки великий приплив туристів починає серйозно загрожувати місцевим екосистемам. У сучасних умовах надзвичайно важливо забезпечити сталий розвиток міжнародного туризму як на глобальному рівні, так і на рівні окремих країн, зберігаючи рівновагу між зростанням туристичних потоків і збереженням навколишнього середовища.

Аналізуючи останні роки розвитку міжнародного туризму стає очевидним, що ця сфера перетворилася на перспективну галузь міжнародного бізнесу з численними напрямками розвитку. Вона включає в себе індустрію курортів, спеціальні фінансові інструменти та системи комунікацій. Туризм став важливою складовою стратегічних, економічних і соціальних концепцій розвитку країн у всьому світі. Він сприяє розвитку багатьох пов'язаних галузей економіки, сприяє створенню робочих місць і

вирішує проблему безробіття. Однак, для його подальшого розвитку як індустрії необхідна державна підтримка, оскільки вона ефективно організує не лише відпочинок, а й оздоровлення людей.

Висновки по розділу 1

Таким чином, нами було визначено, що міжнародний туризм є важливим явищем у сучасному світі, що здійснює значний вплив на економіку, культуру та соціальний розвиток. Міжнародний туризм – це вид туризму, що охоплює подорожі осіб з однієї країни до іншої з метою відпочинку, розваг, культурного пізнання, бізнесу або будь-яких інших цілей. Його відмінністю від внутрішнього туризму є перетин державних кордонів. Міжнародний туризм включає в себе подорожі на різний термін – від короткострокових відпусток до тривалих подорожей. Цей вид туризму сприяє культурній взаємодії між націями, розвитку економіки та розширенню горизонтів для туристів.

Серед видів міжнародного туризму, що користуються великою популярністю та мають перспективи, слід відзначити культурно-пізнавальний, тематичний, пригодницький, круїзний та екологічний туризм. Крім того, за іншими класифікаційними групами дуже популярними є діловий туризм, зелений туризм, лікувальний, релігійний, медичний та інші види міжнародного туризму.

Фактори впливу на розвиток міжнародного туризму відображають широкий спектр чинників, що впливають на його стан і перспективи. Основні фактори впливу та подальшого розвитку міжнародного туризму включають: зростання економічної забезпеченості населення, глобальні економічні та фінансові кризи, транснаціоналізацію міжнародного туристичного бізнесу, розвиток сучасних технологій у галузі міжнародного туризму, загострення проблем міжнародного тероризму та масової неконтрольованої міграції, демографічні чинники (зокрема, старіння населення).

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Історія розвитку міжнародного туризму в Україні

Розвиток міжнародного туризму на території сучасної України має давню історію. Ще за часів Київської Русі через її землі проходили важливі торгові шляхи, що сприяло розвитку подорожей та культурних контактів. Однак, власне туристична діяльність почала формуватися значно пізніше. Можна виділити кілька основних етапів розвитку міжнародного туризму в Україні (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Основні етапи розвитку міжнародного туризму в Україні

Етап	Період	Характеристика
Зародження туризму	XIX ст.	Початок формування туристичної інфраструктури, створення перших туристичних товариств та бюро подорожей, розвиток лікувально-оздоровчого та екскурсійного туризму.
Радянський період	1917-1991	Масовий розвиток внутрішнього туризму, обмеженість міжнародних туристичних зв'язків, монополія держави на туристичну діяльність.
Незалежна Україна	1991-2013	Інтеграція України до світового туристичного ринку, розвиток різноманітних видів туризму, приватизація туристичних об'єктів, удосконалення нормативно-правової бази туристичної діяльності.
Формування Сучасного етапу	2014-2019 н.ч.	Розвиток туризму в умовах політичної та економічної нестабільності, втрата туристичного потенціалу Криму та частини Донбасу, вплив пандемії COVID-19 та повномасштабної війни.
Сучасний етап	2020-2021р.	Економічні сфери України потребує перебудови для більш успішного розвитку туристичної галузі та стабільності, більш ефективного розвитку міжнародного туризму. Національний ринок туризму має сформувати сприятливий клімат для міжнародного інвестора. Нажаль, український ринок туризму страждає через велику кількість тіньової економік.

Зародження організованого туризму на українських землях відбулося у XIX ст. [14]. Цьому сприяли суспільно-економічні зміни, розвиток

транспортної інфраструктури (будівництво залізниць), підвищення добробуту та культурного рівня населення. У цей період були створені перші туристичні товариства, що займалися організацією екскурсій та мандрівок - Товариство велосипедистів-туристів (Київ, 1887 р.), Кримський гірський клуб (Одеса, 1890 р.) та інші. Почала формуватися туристична інфраструктура - готелі, дачі, пансіонати. Популярними стають лікувально-оздоровчі курорти Криму, Карпат, Одеси.

Протягом ХІХ ст. на українських землях почали з'являтися перші заклади туристичної інфраструктури європейського типу. Так, у 1803 р. у Львові була відкрита перша кав'ярня-цукерня швейцарця Домініка Андреоллі, яка стала популярним місцем зустрічей місцевої інтелігенції та приїжджих гостей [19]. У 1840-х рр. у Києві, Одесі, Харкові, Чернігові та інших містах почали з'являтися перші готелі сучасного типу, розраховані на заможних подорожуючих.

Одним з піонерів туристичного руху в Україні став педагог і просвітитель Київського навчального округу Костянтин Ушинський. У 1861 р. він організував першу рекреаційну подорож київських гімназистів до Криму з метою оздоровлення та ознайомлення з природою і культурою регіону [24]. Цей досвід започаткував традицію освітніх екскурсій для учнівської молоді.

Важливу роль у популяризації туристичного руху відіграли громадські товариства та клуби, що виникли у другій половині ХІХ ст. Так, у 1887 р. у Києві було засноване Товариство велосипедистів-туристів, яке, окрім організації велосипедних прогулянок, займалося облаштуванням доріг, випуском путівників та карт. У 1890 р. в Одесі почав діяти Кримський гірський клуб, який займався дослідженням та популяризацією природних і культурних пам'яток Криму, прокладанням туристичних маршрутів.

Наприкінці ХІХ - на початку ХХ ст. в Україні почали активно розвиватися лікувально-оздоровчі курорти. Цьому сприяло відкриття цілющих властивостей мінеральних вод, грязей, морського та гірського клімату. Найбільшу популярність здобули курорти Криму (Ялта, Алушта,

Євпаторія, Феодосія), Одеси, Закарпаття (Поляна Квасова), Прикарпаття (Трускавець, Моршин), Поділля (Сатанів, Хмільник) [19]. (Додаток А)

Вони приваблювали не лише місцеву аристократію та заможних містян, але й відпочиваючих з інших регіонів Російської імперії та з-за кордону.

З розвитком залізничного транспорту у другій половині XIX ст. подорожі стали більш доступними для ширших верств населення. Залізниці з'єднали основні міста України між собою та з іншими регіонами Російської імперії і Європи. Це сприяло збільшенню туристичних потоків. За даними дослідників, уже в 1890-х рр. Крим щорічно відвідували близько 100 тис. подорожуючих з різних куточків імперії та з-за кордону.

Напередодні Першої світової війни в Україні вже функціонувало близько 20 бальнеологічних та кліматичних курортів, діяли численні готелі, ресторани, були прокладені екскурсійні маршрути. Однак, масштаби туристичного руху ще істотно поступалися країнам Західної Європи. Туризм залишався в основному привілеєм заможних верств і ще не набув масового характеру.

Таблиця 2.2

Хронологія розвитку туризму в Україні у XIX - на початку XX ст.

Рік	Подія
1803	Відкриття першої кав'ярні-цукерні у Львові
1840	Поява перших сучасних готелів у Києві, Одесі, Харкові та інших містах
1861	Перша рекреаційна подорож київських гімназистів до Криму, організована педагогом К. Ушинським
1878	Початок курортного освоєння узбережжя Криму
1887	Заснування Товариства велосипедистів-туристів у Києві
1890	Створення Кримського гірського клубу в Одесі

1890-ті	Щорічне відвідування кримських курортів близько 100 тис. подорожуючих з різних регіонів імперії та з-за кордону
1900-ті	Функціонування близько 20 бальнеологічних та кліматичних курортів на території України

У радянський період туризм розвивався в умовах жорсткого державного контролю. Була створена централізована система управління туризмом. Активно розвивався внутрішній соціальний туризм через профспілкові організації, молодіжні та спортивні товариства. Міжнародний туризм був обмеженим і в основному реалізовувався у формі контрольованого обміну туристичними групами між СРСР та соціалістичними країнами. Також організовувалися круїзи навколо Європи, але вони були доступні лише обмеженим категоріям громадян.

Радянський період розвитку туризму в Україні характеризувався його масовістю та ідеологізацією. Туризм розглядався як важлива складова комуністичного виховання трудящих, засіб підвищення їх культурного рівня та патріотизму. Організацією туристичної діяльності займалися профспілкові, комсомольські, спортивні товариства, підпорядковані державі. У 1928 р. було створено Товариство пролетарського туризму, яке у 1930 р. реорганізоване у Всесоюзне добровільне товариство пролетарського туризму та екскурсій (ТПТЕ) [1].

У 1930-х рр. в Україні активно створювалася матеріальна база туризму - будувалися нові турбази, притулки, готелі, санаторії. Популярними стають піші, лижні, водні, велосипедні походи вихідного дня та багатоденні мандрівки. Розвивається екскурсійна справа, розробляються нові маршрути. У цей період були закладені основи системи планового туризму, орієнтованого на масового споживача.

Після Другої світової війни та відбудови зруйнованого господарства туризм в Україні отримав новий імпульс розвитку. У 1960-х рр. на зміну ТПТЕ приходять республіканські та обласні Ради з туризму, підпорядковані

профспілкам. Зміцнюється матеріально-технічна база галузі, будуються нові туристичні об'єкти за типовими проєктами. У 1980-х рр. в Україні діяло близько 1000 туристичних закладів (турбаз, готелів, кемпінгів тощо), які щорічно обслуговували мільйони туристів [24].

Особливістю міжнародного туризму в УРСР було те, що він здійснювався у формі організованого групового обміну з соціалістичними країнами. Найбільш інтенсивний обмін туристами відбувався з Болгарією, Чехословаччиною, Угорщиною, Польщею, НДР у рамках угод між профспілковими організаціями. Країни Заходу відвідати було складно через ідеологічні перепони та бюрократичні процедури. Водночас, УРСР була популярним напрямком внутрішнього туризму в межах СРСР. Республіка приваблювала мальовничою природою, сприятливим кліматом, багатою історико-культурною спадщиною.

Таблиця 2.3

Кількість туристів, обслугованих на території УРСР, 1960-1980-ті рр.

Рік	Внутрішні туристи, млн. осіб	Іноземні туристи, тис. осіб
1960	1,2	84,3
1965	3,8	112,6
1970	6,4	186,2
1975	9,1	226,4
1980	12,6	328,7
1985	15,3	402,1
1990	17,8	489,6

Наведені дані демонструють стрімке зростання як внутрішніх, так і міжнародних туристичних потоків в УРСР у період з 1960 по 1990 рр. Кількість внутрішніх туристів за цей період збільшилася майже у 15 разів - з 1,2 млн. до 17,8 млн. осіб. Це було пов'язано з розвитком системи

соціального туризму, зростанням доходів населення, популяризацією активних видів відпочинку.

Кількість іноземних туристів, які відвідали УРСР, за цей же період зросла у 5,8 рази - з 84,3 тис. до 489,6 тис. осіб. Це свідчить про посилення міжнародних туристичних зв'язків УРСР, передусім з соціалістичними країнами. Однак, в абсолютному вимірі обсяги в'їзного туризму були порівняно незначними - у 1990 р. частка іноземних туристів складала лише 2,7% від загальної кількості туристів в УРСР.

На основі цих даних можна побудувати комбіновану діаграму, яка буде відображати динаміку внутрішніх туристів у вигляді гістограми, а динаміку іноземних туристів - у вигляді лінійного графіка. Це дозволить наочно продемонструвати різницю в масштабах внутрішніх та міжнародних турпотоків, а також загальний висхідний тренд розвитку туризму в УРСР у другій половині ХХ ст.

У цілому, незважаючи на певні здобутки, за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якістю обслуговування УРСР істотно поступалася провідним туристичним країнам світу. Негативно позначалися на галузі надмірна централізація управління, залишковий принцип фінансування, низький рівень сервісу. Можливості для приватної ініціативи у сфері туризму були відсутні.

Після здобуття незалежності у 1991 р. Україна почала активно інтегруватися у світовий туристичний простір. Були створені правові засади розвитку туризму - прийнятий Закон України "Про туризм" (1995 р.), сформована система органів управління туризмом. Почався процес роздержавлення та приватизації туристичних об'єктів. З'явилося багато приватних туроператорів та турагентств. Україна стала членом ЮНВТО у 1997 р.

У цей період активно розвивалися різноманітні види туризму - культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, гірськолижний, круїзний та інші. Популярними туристичними центрами стали Київ, Львів, Одеса, Крим, Карпати. Значно збільшився потік іноземних туристів в Україну, переважно з

країн Європи, США, Ізраїлю. Українці також активно подорожували за кордон, особливо до Туреччини, Єгипту, країн Європи.

Здобуття Україною незалежності відкрило новий етап у розвитку національної туристичної галузі. Почалося формування законодавчої бази туристичної діяльності. Першим профільним законодавчим актом став Закон України "Про туризм", ухвалений у вересні 1995 р. Він визначив загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики в галузі туризму [11]. У 2000-х рр. були ухвалені закони "Про курорти" (2000), "Про охорону культурної спадщини" (2000), "Про природно-заповідний фонд України" (1992) та інші, що мали важливе значення для розвитку різних видів туризму.

Таблиця 2.4

Основні законодавчі та нормативні акти у сфері туризму, ухвалені в Україні у 1990-2000-х рр.

Рік	Назва документа
1995	Закон України "Про туризм"
2000	Закон України "Про курорти"
2000	Закон України "Про охорону культурної спадщини"
2003	Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки
2008	Державна цільова програма формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року

У 2000-х рр. вживалися заходи щодо просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку. Зокрема, у 2008 р. була затверджена Державна цільова програма формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 р., яка передбачала рекламно-інформаційні кампанії, створення туристичних представництв за кордоном, участь у міжнародних виставках тощо [9].

Активний розвиток туризму на початку 2000-х рр. був зумовлений низкою факторів: стабілізацією економіки, зростанням доходів населення, спрощенням візових процедур, збільшенням прямих авіарейсів. За 2000-2013 рр. кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, зросла з 6,4 млн. до рекордних 24,6 млн. (рис. 2.1). Основними країнами-постачальниками туристів були Росія, Молдова, Білорусь, Польща, Румунія, Угорщина, Словаччина, Німеччина, США, Ізраїль. В'їзний туризм забезпечував до 8-10% надходжень до держбюджету України [26]. (табл 2.5).

Таблиця 2.5

Кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, 2000-2013 рр.

Рік	Кількість іноземних туристів, млн. осіб
2000	6,4
2001	9,2
2002	10,5
2003	12,5
2004	15,6
2005	17,6
2006	18,9
2007	23,1
2008	25,4
2009	20,8
2010	21,2
2011	21,4
2012	23,0
2013	24,6
2014	12,7
2015	14,6
2016	16,1
2017	18,8
2018	19,3
2019	20,1
2020	3,4

З 2014 р. міжнародний туризм в Україні зазнав масштабної кризи. Окупація Криму та війна на Донбасі призвели до втрати частини

рекреаційно-туристичних ресурсів та стрімкого скорочення в'їзного потоку з Росії, яка до цього була основним постачальником туристів. У 2014 р. загальна кількість іноземних туристів зменшилася до 12,7 млн., тобто майже вдвічі порівняно з попереднім роком [8].

Попри складні обставини, Україна продовжувала докладати зусиль для підтримання туристичного іміджу та розвитку перспективних видів туризму. Запроваджувалися інформаційно-маркетингові кампанії, такі як "Ukraine: It's all about U", розвивалася туристична інфраструктура у безпечних регіонах, створювалися нові тематичні маршрути. Пожвавився внутрішній туризм, оскільки багато українців через безпекову ситуацію та економічні причини переорієнтувалися на відпочинок всередині країни.

У 2020-2021 рр. через пандемію COVID-19 Україна, як і весь світ, пережила черговий етап туристичної кризи. За даними Державної прикордонної служби, у 2020 р. Україну відвідали лише 3,4 млн. іноземних туристів, що на 72% менше, ніж у 2019 р. [6].

Такого низького показника не було навіть у кризовому 2014 році. Особливо постраждав сектор організованого туризму - діяльність туроператорів та турагентів. За даними Держстату, у 2020 р. кількість туристів, обслугованих туроператорами, зменшилася майже на 80% порівняно з попереднім роком [8].

Попри поступове відновлення туристичних потоків у 2021 р., повномасштабне російське вторгнення у лютому 2022 р. завдало нищівного удару по туристичній галузі України. Повітряний простір країни був закритий, більшість регіонів охопили бойові дії, мільйони громадян вимушено покинули домівки. Туристична інфраструктура зазнала масштабних руйнувань. У 2022 р. в'їзний туризм фактично зупинився, а виїзд українців за кордон носив переважно вимушений характер. (Рис.2.2)

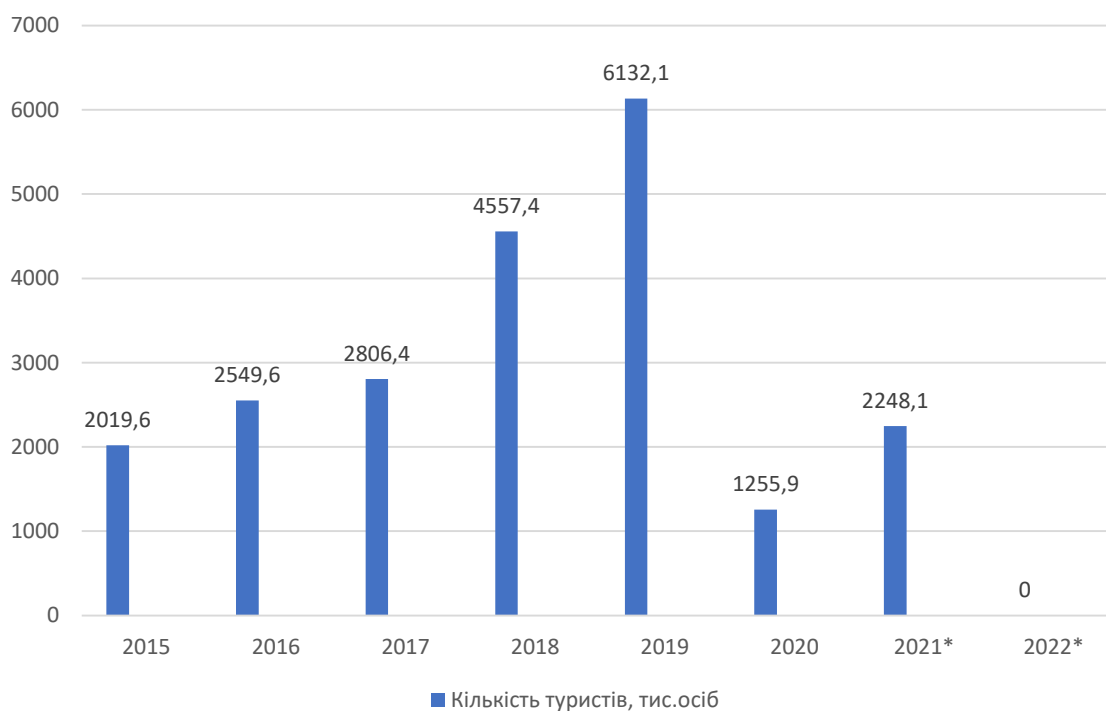


Рис.2.2. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Україні, 2015-2022 рр.

Попри колосальні втрати, Україна не відмовилася від просування свого туристичного потенціалу. У 2022 р. під час міжнародних туристичних виставок у Берліні та Лондоні було презентовано концепцію відновлення туризму "Brave Travel", яка позиціонує Україну як місце сили та країну хоробрих людей [ДАРТ, 2022]. У рамках кампанії розроблено низку цікавих турів до безпечних регіонів України, які дозволяють іноземцям відкрити для себе нові грані країни. Проте очевидно, що реальні перспективи відродження в'їзного туризму в Україні залежатимуть передусім від перебігу війни та повоєнного відновлення.

Таким чином, історія розвитку міжнародного туризму в Україні пройшла кілька етапів - від зародження у ХІХ ст. до масового розвитку у радянський період, стрімкого зростання у перші десятиліття незалежності та сучасної кризи, спричиненої військово-політичними факторами. Незважаючи на численні виклики та втрати, Україна має всі передумови для відновлення свого туристичного потенціалу та гідного місця на міжнародному туристичному ринку. Успіх цього процесу залежатиме від мудрої державної

політики, ефективної співпраці усіх стейкхолдерів галузі та креативного підходу до створення і просування конкурентного національного туристичного продукту.

2.2. Міжнародний туризм в Україні під час пандемії COVID-19 та повномасштабної війни

Пандемія COVID-19, яка охопила світ у 2020 році, завдала нищівного удару по міжнародному туризму. Україна, як і більшість країн світу, зазнала безпрецедентного скорочення туристичних потоків. За даними Державної прикордонної служби України, у 2020 році країну відвідали лише 3,4 млн іноземних громадян, що на 72% менше, ніж у 2019 році.

Особливо постраждав сектор організованого туризму. Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2020 році кількість туристів, обслугованих туроператорами, скоротилася на 80% порівняно з попереднім роком і склала лише 1,3 млн осіб (табл. 2.7). При цьому частка іноземних туристів у загальній структурі туристичних потоків зменшилася з 17% у 2019 році до 7% у 2020 році.

Таблиця 2.7

Кількість туристів, обслугованих туроператорами в Україні, 2019-2021 рр.

Показник	2019	2020	2021*
Кількість туристів, обслугованих туроператорами, тис. осіб з них:	6132,1	1255,9	2248,1
в'їзні (іноземні) туристи	1060,9	86,6	150,3
виїзні туристи	5071,2	1169,3	2097,8

*Дані за 2021 р. є попередніми. Джерело: складено автором.

Ключовими факторами, що спричинили таке катастрофічне падіння міжнародного туризму в Україні у 2020 році, стали:

- запровадження жорстких карантинних обмежень на в'їзд іноземців та пересування всередині країни;
- призупинення міжнародного авіасполучення та залізничного сполучення;
- закриття готелів, ресторанів, музеїв та інших туристичних об'єктів;
- загальна атмосфера страху та невизначеності, пов'язана з поширенням вірусу.

У 2021 році ситуація дещо покращилася завдяки пом'якшенню карантинних обмежень, відновленню авіасполучення та поступовій адаптації туристичного бізнесу до нових реалій. Кількість іноземних туристів, обслугованих туроператорами, зросла до 150 тис. осіб, що, однак, складало лише 14% від допандемічного рівня 2019 року. Основними країнами-постачальниками туристів до України у 2021 році були сусідні держави - Молдова, Білорусь, Польща, Румунія, а також Туреччина та Ізраїль.

Проте справжнім шоком для туристичної галузі України став початок повномасштабного російського вторгнення 24 лютого 2022 року. Бойові дії, що охопили більшість регіонів країни, масові руйнування інфраструктури, закриття повітряного простору та евакуація мільйонів громадян фактично паралізували туристичну діяльність.

За оцінками фахівців, втрати туристичної галузі України у 2022 році склали близько 5 млрд дол. США, що становить приблизно 1,5% ВВП країни [23]. Були пошкоджені або зруйновані сотні туристичних об'єктів, готелів, закладів відпочинку. Зокрема, під час окупації Херсонської області значних руйнувань зазнала курортна інфраструктура на узбережжі Чорного моря.
(Рис.2.3)



Рис.2.3. Руїни готелю "Україна" в Чернігові після удару російської ракети

В умовах війни в'їзний туризм фактично зупинився. Виняток становили окремі групи іноземних волонтерів та журналістів, які відвідували Україну з гуманітарними та професійними цілями. При цьому виїзний туристичний потік з України різко зріс, але переважно він складався з вимушених переселенців, які шукали прихистку в сусідніх європейських країнах. За даними ООН, з початку повномасштабної війни близько 8 млн українців виїхали за кордон [42].

Попри вкрай складні обставини, Україна не відмовилася від просування свого туристичного потенціалу на міжнародному рівні. У травні 2022 року під час виставки IMEX (Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings and Events) у Франкфурті було презентовано концепцію відновлення туризму "Brave Travel" (Сміливі подорожі). (Рис 2.4) Вона позиціонує Україну як країну незламних людей та закликає іноземців відвідати її, щоб на власні очі побачити наслідки війни, відчутти силу духу українців та підтримати економіку країни.



Рис 2.4. IMEX Frankfurt. Україна на міжнародній арені туризму

У рамках кампанії "Brave Travel" розроблено кілька пілотних турів до відносно безпечних регіонів Західної України - Львова, Закарпаття, Чернівців. Ці тури розраховані на сміливих та небайдужих іноземних туристів, готових подорожувати попри певні ризики. Під час поїздок передбачено відвідування історичних пам'яток, дегустації місцевої кухні та зустрічі з українцями, які постраждали від війни [22].

Однак очевидно, що в умовах триваючих бойових дій та руйнувань перспективи швидкого відновлення в'їзного туризму в Україні виглядають малоімовірними. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), повернення міжнародного туризму в Україні до довоєнного рівня може зайняти щонайменше 3-5 років після завершення війни [44]. Передумовами для цього мають стати відбудова туристичної інфраструктури, відновлення транспортного сполучення, забезпечення безпеки туристів та активне просування України на міжнародному туристичному ринку.

Таким чином, пандемія COVID-19 та повномасштабна війна завдали нищівного удару по міжнародному туризму в Україні. Якщо у 2019 році країну відвідали рекордні 13,6 млн іноземних туристів, то у 2020 році їх кількість скоротилася до 3,4 млн, а у 2022 році в'їзний туризм фактично

зупинився. Туристична галузь зазнала колосальних втрат через руйнування інфраструктури, закриття кордонів та евакуацію населення. Попри відчайдушні спроби просування України як туристичного напрямку навіть в умовах війни, реальні перспективи відновлення міжнародного туризму залежатимуть передусім від перебігу бойових дій та повоєнної відбудови країни. За оптимістичними прогнозами, на це може знадобитися щонайменше 3-5 років.

2.3. Основні проблеми міжнародного туризму в Україні

Незважаючи на значний туристичний потенціал, розвиток міжнародного туризму в Україні стикається з низкою проблем, які особливо загострилися в умовах пандемії COVID-19 та повномасштабної війни. Серед ключових проблем галузі можна виділити такі:

1. Недостатній розвиток туристичної інфраструктури. Попри деякі позитивні зрушення в останні роки, якість туристичної інфраструктури в Україні все ще поступається багатьом популярним туристичним напрямкам. Це стосується як засобів розміщення (готелів, хостелів, кемпінгів), так і транспортної інфраструктури (доріг, аеропортів, залізниць), закладів харчування, розважальних та спортивних об'єктів.

Наприклад, за даними Держстату, станом на 2021 рік в Україні налічувалося лише 4432 колективних засоби розміщення, з яких тільки 1337 мали категорію "готель" [7]. Для порівняння, в сусідній Польщі, яка за площею майже вдвічі менша за Україну, функціонує понад 4300 готелів та близько 11 тис. інших закладів розміщення. Це свідчить про недостатні потужності готельної інфраструктури в Україні для прийому значної кількості іноземних туристів.

2. Низька поінформованість іноземців про туристичні можливості України. Попри зусилля з просування туристичного потенціалу країни на міжнародному рівні, рівень обізнаності іноземців про Україну як туристичний напрямок залишається порівняно низьким. Згідно з опитуванням іноземних туристів, проведеним Європейською Бізнес

Асоціацією у 2021 році, лише 35% респондентів вважали Україну привабливою для відпочинку, тоді як 40% не змогли нічого сказати про туристичні принади країни [10].

Це пов'язано з недостатньо ефективною маркетинговою та іміджевою політикою України на міжнародній арені. Країна досі не має чіткого та впізнаваного туристичного бренду, який би асоціювався з певними унікальними перевагами та атрибутами. Участь України у міжнародних туристичних виставках та ярмарках носить несистемний характер, а рекламні кампанії в зарубіжних ЗМІ є фрагментарними та недостатньо масштабними.

3. Складність і забюрократизованість візових процедур. Попри запровадження у 2017 році безвізового режиму з країнами ЄС, для громадян багатьох держав, що є потенційними постачальниками туристів до України (Китаю, Індії, країн Перської затоки, Африки), процедура отримання української візи залишається складною і тривалою.

За даними Держприкордонслужби, у 2019 році (до пандемії) частка іноземців, які в'їхали до України з візами, становила лише 6,5% від загальної кількості відвідувачів [6]. Це свідчить про те, що візові бар'єри продовжують стримувати потенційні туристичні потоки з візових країн. Спрощення візових процедур, запровадження електронних віз чи навіть скасування візового режиму з окремими країнами могли би суттєво збільшити кількість іноземних туристів в Україні.

4. Недостатня якість сервісу та кваліфікація персоналу. Попри поступове покращення, рівень обслуговування в багатьох українських готелях, ресторанах, музеях та інших туристичних закладах поки що не відповідає міжнародним стандартам. Це пов'язано з дефіцитом кваліфікованих кадрів, недосконалістю системи професійної підготовки та низьким рівнем володіння іноземними мовами серед персоналу.

Наприклад, згідно з дослідженням, проведеним експертами Львівського інституту економіки і туризму у 2020 році, лише 18% працівників готельно-ресторанної сфери Львівщини (одного з найпопулярніших туристичних регіонів України) мали профільну туристичну

освіту, а 40% персоналу готелів визнали свій рівень володіння англійською мовою як "початковий" [18]. Це створює мовні та комунікаційні бар'єри при спілкуванні з іноземними гостями та знижує якість їх обслуговування.

5. Нестабільна безпекова та політична ситуація. Анексія Криму, війна на Донбасі, а тепер і повномасштабне російське вторгнення створюють у світі імідж України як небезпечної для подорожей країни. Це відлякує потенційних іноземних туристів, для яких відчуття безпеки є ключовим фактором при виборі місця відпочинку.

Наприклад, згідно з Глобальним індексом миролюбності (Global Peace Index), який оцінює рівень безпеки в країнах світу, у 2021 році Україна посіла 142 місце зі 163 держав [34]. (Рис.2.5) Це свідчить про те, що Україна сприймається як одна з найменш безпечних країн світу, що, безумовно, негативно впливає на її туристичну привабливість.

6. Недостатня державна підтримка туристичної галузі. Попри визнання туризму одним із пріоритетних напрямків розвитку економіки, реальна підтримка галузі з боку держави залишається недостатньою. Це проявляється у незначних обсягах бюджетного фінансування туристичної сфери, відсутності дієвих механізмів стимулювання інвестицій у туристичну інфраструктуру, неефективності системи управління туризмом на національному та регіональному рівнях.



RANK	COUNTRY	SCORE	CHANGE	RANK	COUNTRY	SCORE	CHANGE	RANK	COUNTRY	SCORE	CHANGE
84	Trinidad and Tobago	2.029	↑ 1	112	Lesotho	2.202	↓ 4	139	Ethiopia	2.613	↓ 6
85	Nepal	2.033	↓ 2	113	Thailand	2.205	↑ 5	140	Mexico	2.62	↓ 2
86	Peru	2.034	↑ 3	114	Uganda	2.219	↑ 3	141	Iran	2.637	↑ 1
87	Cuba	2.042	↓ 1	115	Togo	2.239	↓ 4	142	Ukraine	2.66	↑ 6
88	Ecuador	2.044	↑ 4	116	Kenya	2.254	↑ 9	143	Israel	2.669	↑ 2
89	Georgia	2.054	↓ 5	117	Belarus	2.285	↓ 19	144	Colombia	2.694	↓ 4
90	Uzbekistan	2.062	↔	118	Mauritania	2.29	↑ 1	145	Cameroon	2.7	↓ 4
91	Bangladesh	2.068	↑ 7	119	Republic of the Congo	2.291	↑ 4	146	Nigeria	2.712	↑ 1
92	Guinea	2.069	↓ 1	120	Algeria	2.31	↑ 2	147	Lebanon	2.797	↓ 1
93	Gabon	2.074	↑ 14	121	Azerbaijan	2.334	↓ 6	148	Mali	2.813	↓ 4
94	Armenia	2.075	↓ 16	122	United States of America	2.337	↓ 2	149	Turkey	2.843	↔
95	Sri Lanka	2.083	↓ 19	123	South Africa	2.344	↑ 1	150	Pakistan	2.868	↓ 2
96	Benin	2.093	↑ 9	124	Honduras	2.371	↓ 8	151	North Korea	2.923	↑ 1
97	Tajikistan	2.095	↑ 6	125	Saudi Arabia	2.376	↑ 2	152	Venezuela	2.934	↓ 2
98	Tunisia	2.108	↓ 3	126	Egypt	2.397	↑ 3	153	Sudan	2.936	↔
99	Guinea-Bissau	2.113	↑ 3	127	Philippines	2.417	↑ 3	154	Russia	2.993	↔
=100	China	2.114	↓ 6	128	Brazil	2.43	↔	155	Central African Republic	3.131	↑ 1
=100	Guyana	2.114	↓ 7	129	Burundi	2.434	↑ 3	156	Libya	3.166	↓ 1
102	Bahrain	2.121	↑ 2	130	Nicaragua	2.445	↑ 5	157	Democratic Republic of the Congo	3.196	↑ 1
=103	Cote d'Ivoire	2.123	↑ 2	131	Myanmar	2.457	↓ 5	158	Somalia	3.211	↓ 1
=103	Mozambique	2.123	↓ 2	132	Chad	2.489	↑ 1	159	Iraq	3.257	↑ 2
105	Bolivia	2.14	↓ 8	133	Zimbabwe	2.49	↓ 2	160	South Sudan	3.363	↔
106	Djibouti	2.146	↑ 6	134	Burkina Faso	2.527	↓ 13	161	Syria	3.371	↑ 1
107	Papua New Guinea	2.149	↓ 7	135	India	2.553	↑ 2	162	Yemen	3.407	↓ 3
108	Haiti	2.151	↑ 5	136	Eritrea	2.555	↑ 3	163	Afghanistan	3.631	↔
109	Turkmenistan	2.154	↔	137	Niger	2.589	↓ 1				
110	El Salvador	2.184	↔	138	Palestine	2.61	↑ 5				
111	Guatemala	2.195	↑ 3								

Рис.2.5. Глобальний індекс миролюбності (Global Peace Index), 2021 р.

Наприклад, у Державному бюджеті України на 2022 рік (ще до початку повномасштабної війни) на фінансування туристичної галузі було передбачено лише 240 млн грн, що становило менше 0,05% від загальних видатків бюджету. Для порівняння, у сусідній Туреччині, де туризм відіграє ключову роль в економіці, державні витрати на підтримку галузі у 2022 році склали близько 1,5 млрд дол. США [32]. (табл.2.8)

Таблиця 2.8

Державні витрати на розвиток туризму

Державні витрати на розвиток туризму в окремих країнах світу, 2022 р.		
Країна	Обсяг державного фінансування, млн дол. США	Частка видатків на туризм у загальних витратах бюджету, %
Туреччина	1500	1,2
Єгипет	890	2,5
Греція	430	0,8
Хорватія	150	1,8
Грузія	60	1,5
Україна	7,2 (до початку повномасштабної війни)	0,05

Окрім цих системних проблем, додаткові виклики для міжнародного туризму в Україні створили пандемія COVID-19 та повномасштабна війна. Карантинні обмеження, закриття кордонів, призупинення транспортного сполучення фактично паралізували в'їзний туристичний потік у 2020-2021 роках. А масштабні руйнування туристичної інфраструктури внаслідок бойових дій у 2022 році відкинули галузь на багато років назад і поставили під сумнів перспективи її швидкого відновлення навіть після завершення війни.

Таким чином, розвиток міжнародного туризму в Україні стикається з цілою низкою проблем, які мають комплексний характер і потребують системного підходу до вирішення. Серед ключових викликів - недостатній розвиток туристичної інфраструктури, низька поінформованість іноземців про туристичні можливості України, складність візових процедур, невідповідність стандартам сервісу, несприятливий безпековий імідж країни

та брак державної підтримки галузі. Додаткові труднощі створили пандемія COVID-19 та повномасштабна війна, які завдали нищівного удару по туристичній сфері. Подолання цих проблем вимагатиме консолідації зусиль держави, бізнесу та громадськості, а також значних інвестицій у відновлення та модернізацію туристичної інфраструктури, маркетинг та промоцію українського туристичного продукту на міжнародному рівні.

Висновки по розділу 2

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що розвиток міжнародного туризму в Україні пройшов тривалий та складний шлях - від зародження у XIX ст. до стрімкого зростання у перші десятиліття незалежності та безпрецедентної кризи, спричиненої пандемією COVID-19 та повномасштабною війною.

Історія туризму на українських землях сягає корінням щонайменше XIX ст., коли почали з'являтися перші заклади туристичної інфраструктури, громадські туристичні товариства та клуби. Масового характеру туризм набув у радянський період завдяки створенню централізованої системи управління галуззю та розбудові рекреаційних об'єктів. Однак міжнародний туризм у цей час залишався обмеженим і здійснювався переважно у формі групового обміну із соціалістичними країнами.

Здобуття Україною незалежності відкрило нові можливості для інтеграції країни до світового туристичного простору. Завдяки лібералізації туристичного режиму, розвитку інфраструктури та активному просуванню на зарубіжних ринках у 2000-2013 рр. спостерігалось стрімке зростання кількості іноземних відвідувачів (з 6,4 млн у 2000 р. до рекордних 24,6 млн у 2013 р.). Найбільше туристів прибувало з сусідніх країн (Росії, Молдови, Білорусі, Польщі), а також з Німеччини, США та Ізраїлю.

Проте у 2014 р. позитивну динаміку перервала анексія Криму та початок війни на Донбасі, які призвели до різкого скорочення в'їзного турпотоків. А справжніми шоковими викликами для галузі стали пандемія COVID-19, яка у 2020 р. спричинила обвал кількості іноземних відвідувачів

на 72% (до 3,4 млн), та повномасштабне російське вторгнення у 2022 р., яке фактично паралізувало міжнародний туризм в Україні.

На сучасному етапі розвиток міжнародного туризму в Україні стикається з цілим комплексом проблем, як-от: недостатній розвиток інфраструктури, низька поінформованість іноземців про туристичні можливості країни, невідповідність сервісу міжнародним стандартам, несприятливий безпековий імідж та слабка державна підтримка галузі. Колосальні руйнування та втрати внаслідок війни поставили під сумнів перспективи швидкого відновлення в'їзного туризму навіть у післявоєнний період.

Водночас Україна зберігає потужний туристичний потенціал завдяки унікальним природним та історико-культурним ресурсам, розгалуженій мережі транспортних шляхів, безвізовому режиму з ЄС та порівняно низьким цінам на послуги. Реалізація цього потенціалу на міжнародному туристичному ринку вимагатиме значних інвестицій у відбудову інфраструктури, ефективних маркетингових кампаній з промоції країни, спрощення візових процедур, підвищення якості сервісу та, найголовніше, - відновлення миру та безпеки в державі. Лише за таких умов Україна зможе повернути втрачені позиції та закріпитися як привабливий напрямок для мільйонів іноземних туристів.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Заходи з покращення функціонування міжнародного туризму в Україні

Для подолання проблем та відновлення міжнародного туризму в Україні після завершення війни необхідно реалізувати комплекс заходів на державному, галузевому та місцевому рівнях. Серед ключових кроків можна виділити такі:

1. Розробка та імплементація Стратегії розвитку туризму України на період до 2030 року. Цей документ має визначити довгострокове бачення, цілі та пріоритети розвитку туристичної галузі з урахуванням нових викликів та можливостей у повоєнний період. Стратегія повинна передбачати конкретні заходи та механізми підтримки туризму, зокрема збільшення державного фінансування галузі, створення сприятливого інвестиційного клімату, спрощення регуляторних процедур, налагодження ефективної координації між усіма стейкхолдерами.

Розробка Стратегії має відбуватися за активної участі представників туристичного бізнесу, профільних асоціацій, наукових та освітніх установ, громадськості. Це забезпечить врахування інтересів та експертизи всіх зацікавлених сторін. Для реалізації Стратегії доцільно розробити деталізований план заходів з чіткими індикаторами виконання, розподілом відповідальності та механізмами моніторингу.

2. Удосконалення нормативно-правової бази у сфері туризму. Попри наявність профільного Закону України "Про туризм", багато аспектів функціонування галузі залишаються неврегульованими або врегульованими недостатньо чітко. Зокрема, це стосується питань ліцензування туроператорської діяльності, страхування туристів, класифікації засобів розміщення, відповідальності туристичних підприємств перед споживачами тощо.

Удосконалення законодавства має відбуватися у напрямку його гармонізації з нормами та стандартами ЄС, що впливає із зобов'язань України в рамках Угоди про асоціацію. Зокрема, доцільно імплементувати положення Директиви ЄС 2015/2302 про пакетні тури та пов'язані з ними туристичні послуги, яка значно посилює захист прав туристів. Також необхідно розробити чіткі та прозорі правила роботи туристичного ринку в умовах нових безпекових викликів (санітарно-епідемічні протоколи, алгоритми дій при загрозах терактів тощо).

3. Розбудова та модернізація туристичної інфраструктури. Повномасштабна війна завдала колосальних руйнувань об'єктам туристичної та рекреаційної інфраструктури в Україні. За попередніми оцінками, загальні збитки галузі можуть сягати 5-7 млрд дол. США [5]. Відбудова та оновлення інфраструктурної бази туризму стане одним із ключових пріоритетів у повоєнний період.

Мова йде як про відновлення пошкоджених та зруйнованих об'єктів (готелів, санаторіїв, музеїв, історичних пам'яток), так і про створення нових атракцій та туристичних магнітів. Особливу увагу слід приділити розбудові сучасних засобів розміщення (готелів, хостелів, кемпінгів), що відповідають міжнародним стандартам якості та безпеки. Важливо також модернізувати транспортну інфраструктуру (аеропорти, вокзали, дороги), що забезпечує доступність туристичних destinations.

Реалізація інфраструктурних проєктів вимагатиме значних інвестицій з боку держави та приватного бізнесу. Для залучення коштів доцільно активно використовувати механізми державно-приватного партнерства, гранти міжнародних організацій, кошти спеціалізованих фондів відбудови України. Пріоритет слід надавати проєктам, що мають найбільший потенціал для приваблення іноземних туристів та генерування доходів у регіональні бюджети.

4. Запровадження інноваційних маркетингових інструментів для промоції України. Для відновлення іміджу України як безпечної та привабливої для туризму країни необхідні масштабні маркетингові зусилля

на міжнародному рівні. Вони мають бути спрямовані на "перезавантаження" сприйняття України в уяві потенційних туристів - від країни війни до країни миру, що пропонує унікальні враження та цінності.

У цьому контексті доцільно розробити потужну маркетингову стратегію та бренд України як туристичного напрямку. Він має базуватися на унікальних перевагах та "родзинках" країни (автентична культура та традиції, гастрономія, природа, гостинність тощо) та водночас враховувати специфіку постконфліктного періоду (акцент на безпеці, відкритості, гуманітарних цінностях).

Для доведення цього месиджу до цільових аудиторій необхідно задіяти увесь спектр сучасних маркетингових інструментів: потужну digital-кампанію у соцмережах та на туристичних порталах, таргетовану рекламу, співпрацю з впливовими тревел-блогерами та ЗМІ, участь у prestigious міжнародних виставках та форумах. Окрему увагу слід приділити розвитку туристичного сайту та мобільного додатку для планування подорожей до України.

5. Розвиток людського капіталу та підвищення якості сервісу. Якість обслуговування та людський фактор відіграють вирішальну роль у забезпеченні позитивного досвіду та вражень туристів від подорожі. В умовах зростаючої конкуренції на міжнародному туристичному ринку Україні вкрай важливо підвищити рівень сервісу до кращих світових стандартів.

Для цього необхідно модернізувати систему підготовки та перепідготовки кадрів для туристичної галузі. Мова йде про оновлення освітніх програм відповідно до сучасних трендів та викликів, впровадження дуальної освіти, розширення співпраці з роботодавцями. Важливо налагодити систему безперервного навчання та сертифікації персоналу туристичних підприємств, особливо у сфері володіння іноземними мовами, цифрових навичок, етики спілкування.

Додатковим фактором мотивації для працівників галузі може стати запровадження рейтингу якості сервісу та відзнак за професійні досягнення.

А для туристичних підприємств доцільно передбачити систему добровільної категоризації і сертифікації послуг за міжнародними стандартами якості (ISO, HOTREC).

6. Цифровізація туристичної галузі та розвиток smart-дестинацій. В умовах постпандемійних обмежень та нових безпекових викликів цифрові технології стають критично важливими для функціонування туристичного сектору. Вони дозволяють мінімізувати фізичні контакти, оптимізувати бізнес-процеси, персоналізувати сервіс і в кінцевому рахунку підвищити конкурентоспроможність дестинацій.

Для України цифровізація туризму відкриває можливість для інноваційного "стрибка" та випередження конкурентів. Ключовими напрямками цифрової трансформації галузі мають стати:

- створення національної туристичної цифрової платформи, яка об'єднає усі сервіси для планування та здійснення подорожі в одному місці (бронювання, навігація, гіді, квитки, програми лояльності тощо);
- розвиток мережі smart-дестинацій в регіонах на базі концепції розумного міста (безготівкові розрахунки, електронні квитки, QR-коди на пам'ятках, розумні зупинки тощо);
- запровадження інструментів доповненої та віртуальної реальності для збагачення туристичного досвіду (3D-екскурсії музеями, віртуальні подорожі, ігрові елементи);
- використання великих даних та штучного інтелекту для персоналізації сервісу, прогнозування попиту, управління потоками відвідувачів у режимі реального часу.

Цифровізація туризму вимагатиме тісної співпраці держави, IT-бізнесу та туристичних операторів ринку. Необхідно створити сприятливу регуляторну базу та фінансові стимули для впровадження цифрових рішень, забезпечити підготовку кваліфікованих кадрів. Використання найкращих світових практик та досвіду ЄС у цій сфері стане запорукою успіху.

Підсумовуючи, для покращення функціонування та відновлення міжнародного туризму в Україні у повоєнний період необхідні системні зусилля держави та бізнесу за цілою низкою напрямів. Вони включають удосконалення стратегічного планування та нормативної бази галузі, відбудову та модернізацію туристичної інфраструктури, запровадження інноваційних маркетингових інструментів, підвищення якості сервісу та цифровізацію туризму. Лише комплексний підхід та синергія зусиль усіх стейкхолдерів дозволять Україні подолати наслідки війни та закріпитися як конкурентоспроможний гравець на міжнародному туристичному ринку.

3.2. Розвиток основних міжнародних туристичних напрямків в Україні

Україна має значний потенціал для розвитку різноманітних видів міжнародного туризму завдяки унікальному поєднанню природних, історико-культурних та рекреаційних ресурсів. Для приваблення іноземних туристів у повоєнний період доцільно зосередитися на розвитку найбільш перспективних та конкурентних туристичних напрямків.

Культурно-пізнавальний туризм

Україна має надзвичайно багату історичну та культурну спадщину, представлену тисячами пам'яток різних епох та цивілізацій. Серед найбільш привабливих для іноземних туристів місць - столиця Київ з його древніми церквами та монастирями, історичний центр Львова (об'єкт ЮНЕСКО), замки та палаци Західної України, античні пам'ятки Криму та Причорномор'я.

Для розвитку культурно-пізнавального туризму необхідно забезпечити збереження та відновлення пошкоджених війною об'єктів культурної спадщини, створити сучасну інфраструктуру для відвідувачів (візит-центри, музейні експозиції, екскурсійні маршрути), активно просувати український культурний продукт на міжнародному рівні. Особливу увагу слід приділити розвитку подієвого туризму на базі історико-культурних фестивалів, реконструкцій, мистецьких подій.

Природний та екологічний туризм

Україна володіє унікальними природними ландшафтами та багатим біорізноманіттям, що створює передумови для розвитку екологічного туризму. Найбільш перспективними DESTИНАЦІЯМИ в цьому плані є Карпатські гори з їх первозданими лісами та гірськими озерами, дельта Дунаю з її водно-болотними угіддями, узбережжя Чорного та Азовського морів з піщаними пляжами та лиманами.

Для розвитку екотуризму важливо забезпечити ефективне функціонування мережі природоохоронних територій (національних парків, заповідників, заказників), створити візит-центри та екологічні стежки для відвідувачів, налагодити співпрацю з місцевими громадами для розвитку зеленого туризму. Окремим напрямом може стати розвиток природничих музеїв, океанаріумів, дендропарків, що популяризують природу України.

Лікувально-оздоровчий туризм

Україна здавна відома своїми унікальними природними лікувальними ресурсами - мінеральними водами, лікувальними грязями, соляними печерами тощо. На їх базі функціонують десятки курортів та санаторіїв, такі як Трускавець, Моршин, Миргород, Хмільник, які приваблюють тисячі іноземних туристів. (Рис.3.1)



Рис.3.1.Профспілковий санаторій Хмільник

Повоєнне відновлення лікувально-оздоровчого туризму вимагатиме модернізації санаторно-курортної бази відповідно до сучасних стандартів якості та безпеки, впровадження нових оздоровчих методик та технологій, активного промо українських курортів за кордоном. Перспективним напрямом може стати розвиток медичного туризму на базі провідних клінік та медичних центрів України.

Гастрономічний та винний туризм

Українська кухня та вина мають значний потенціал для приваблення іноземних туристів-гурманів. Такі страви, як борщ, вареники, сало здобули міжнародне визнання, а українські вина з Закарпаття, Одещини, Херсонщини неодноразово отримували нагороди на престижних конкурсах.

Для розвитку гастрономічного туризму необхідно створити мережу автентичних ресторанів та кафе української кухні, гастрономічних музеїв та етно-садиб, розробити тематичні маршрути "Смаки України". Окремий фокус слід зробити на розвитку енотуризму - створенні туристичних маршрутів до виноробних господарств, дегустаційних залів, музеїв вина та проведенні тематичних фестивалів.

Релігійний та паломницький туризм

Україна має унікальну сакральну спадщину, представлену тисячами церков, монастирів, синагог, мечетей різних конфесій. Серед найбільш відомих святинь - Києво-Печерська лавра, Почаївська лавра, Софія Київська, Зарваницький духовний центр, святилища хасидів в Умані та Меджибожі.

Розвиток релігійного туризму потребує тісної співпраці з релігійними організаціями для забезпечення належних умов перебування паломників, розбудови відповідної інфраструктури (готелів, транспорту), промоції українських святинь через спеціалізовані релігійні медіа за кордоном. Важливо також розвивати міжконфесійний діалог та толерантність як передумову приваблення паломників різних релігій.

Промисловий та військовий туризм

Війна в Україні, попри свій трагізм, створила передумови для розвитку специфічних видів туризму, пов'язаних з військовою та промисловою

спадщиною. Йдеться про можливість відвідання місць бойових дій, військових музеїв та меморіалів, сховищ, бункерів тощо.

Попит на такий туризм вже зараз демонструють іноземці, які приїжджають до України, щоб на власні очі побачити наслідки війни та відчутти дух незламності українців. У повоєнний період цей інтерес лише зростатиме. Для його задоволення необхідно буде створити мережу меморіальних комплексів та музеїв, розробити тематичні екскурсії та маршрути місцями бойової слави, забезпечити належну інфраструктуру та безпеку відвідувачів.

Окремим напрямом може стати промисловий туризм на базі покинутих заводів, фабрик, шахт, які мають значний туристичний потенціал завдяки своїй автентичності та атмосферності. Це вимагатиме ревіталізації індустріальних об'єктів, створення на їх базі музеїв, креативних просторів, майданчиків для подій.

Підсумовуючи, Україна має унікальні ресурси та можливості для розвитку різноманітних видів міжнародного туризму у повоєнний період. Пріоритетними напрямками мають стати культурно-пізнавальний, природний, лікувально-оздоровчий, гастрономічний, релігійний та специфічні воєнно-промислові види туризму.

Їх розвиток вимагатиме значних зусиль з боку держави та бізнесу щодо відновлення та розбудови туристичної інфраструктури, створення конкурентних туристичних продуктів, ефективного маркетингу та промоції за кордоном. Важливо забезпечити диверсифікацію туристичних потоків як за видами туризму, так і за географією країн-постачальників туристів.

Розвиток перспективних туристичних напрямків дозволить Україні не лише відновити, але й наростити свій туристичний потенціал, закріпитися на міжнародному туристичному ринку та перетворити туризм на драйвер посткризового відновлення економіки та добробуту громадян.

3.3. Перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні після завершення війни

Повномасштабна російська агресія завдала колосальних збитків туристичній галузі України та фактично зупинила потоки іноземних туристів до країни. Однак, як не парадоксально, війна також відкрила нові можливості та перспективи для розвитку міжнародного туризму в Україні у повоєнний період.

Серед ключових чинників, що формуватимуть перспективи туристичної галузі у післявоєнний період, можна виділити наступні:

1. Зростання глобального інтересу до України. Мужній спротив українців російській агресії привернув небачену увагу світової спільноти до нашої країни. Мільйони людей по всьому світу захоплюються незламністю та стійкістю українського народу, його відданістю демократичним цінностям та європейському вибору. Це створює унікальне "вікно можливостей" для формування нового іміджу України у світі - не лише як жертви війни, але й як країни героїв, які здатні протистояти злу та відстоювати свободу. Цей глобальний інтерес до України може бути конвертований у зростання туристичних потоків у повоєнний період. Багато іноземців захочуть на власні очі побачити місця українського спротиву, відчутти атмосферу незламності та солідарності нашого народу. Для цього необхідно буде розробити спеціальні туристичні продукти та маршрути, пов'язані з військово-історичною спадщиною війни, меморіалізацією її жертв та героїв.

2. Потужна міжнародна підтримка відбудови України. Провідні країни світу та міжнародні організації задекларували готовність надати масштабну допомогу Україні для повоєнного відновлення. На конференціях в Лугано та Берліні були озвучені плани виділення десятків мільярдів доларів на відбудову критичної інфраструктури, житла, соціальних об'єктів. Частина цих коштів може бути спрямована на відновлення та розвиток туристичної інфраструктури України, зруйнованої чи пошкодженої війною - готелів, курортів, культурних пам'яток тощо. Залучення грантів та інвестицій від міжнародних партнерів дозволить модернізувати українські туристичні

дестинації відповідно до найкращих світових практик сталого туризму, інклюзивності, безпеки. Це суттєво підвищить конкурентоспроможність України на міжнародному туристичному ринку.

3. Прискорення євроінтеграції України. Героїчний спротив України російській навалі та її відданість європейським цінностям фактично зняли питання щодо європейської перспективи нашої держави. У червні 2022 року Україні було надано статус кандидата на вступ до ЄС, тривають активні перемовини щодо початку предвступних процедур. Поглиблення політичної асоціації та економічної інтеграції з ЄС створюватиме додаткові можливості для розвитку туристичних обмінів між Україною та країнами Євросоюзу. Мова йде про подальшу лібералізацію візового та авіаційного режимів, гармонізацію стандартів та практик у сфері туризму, розширення співпраці в рамках європейських туристичних маршрутів та культурних шляхів. Це дозволить суттєво наростити потоки туристів з ЄС до України та покращити сприйняття нашої країни як невід'ємної частини європейського туристичного простору.

4. Відновлення та переформатування внутрішнього туризму. Повномасштабна війна призвела до масштабного внутрішнього переміщення населення України. Мільйони українців були змушені евакуюватися із зон бойових дій до більш безпечних регіонів - Західної України, Закарпаття, Київщини тощо. Це створило безпрецедентний попит на послуги розміщення, харчування, дозвілля у приймаючих громадах. У повоєнний період цей вимушено активізований внутрішній туризм може стати основою для сталого відновлення туристичної галузі України. З одного боку, він генеруватиме потоки та доходи для локальних туристичних бізнесів та дестинацій. З іншого - зростання внутрішньої туристичної мобільності українців сприятиме кращому пізнанню своєї країни, формуванню відчуття єдності та солідарності нації перед викликами війни.

При цьому акценти внутрішнього туризму поступово зміщуватимуться від суто рекреаційних до пізнавальних, культурно-патріотичних. Популярними стануть подорожі визначними місцями української історії та

культури, пам'ятками боротьби за незалежність, місцями пов'язаними з героями та жертвами війни. Це закладатиме фундамент для розвитку якісного та змістовного внутрішнього туризму, який буде цікавим і для іноземних гостей.

5. Цифровізація та інновації у туризмі. Відновлення туристичної галузі України після руйнівної війни вимагатиме не просто реставрації довоєнної моделі туризму, а її якісної трансформації на засадах сталості, інноваційності, цифровізації. Повоєнна відбудова має стати можливістю для технологічного ривка української туристичної індустрії та її наближення до найкращих світових практик. Мова йде про масштабне впровадження цифрових інструментів на всіх етапах туристичного циклу - від онлайн-промоції та віртуальних турів до "розумних" дестинацій та безконтактного сервісу. Важливим буде розвиток національної туристичної цифрової платформи, яка об'єднає усі сервіси та продукти для мандрівника "в одному вікні". Окремим фокусом інновацій стане адаптація об'єктів туристичної інфраструктури до нових безпекових викликів (енергоощадність, захист від загроз).

Цифровізація туризму вимагатиме тісної співпраці держави, бізнесу, громадськості у форматі потрійної спіралі (Triple Helix Model). Це передбачає створення інноваційних туристичних кластерів та хабів на базі партнерства університетів, стартапів та дестинацій. Така модель співпраці дозволить генерувати та масштабувати проривні цифрові рішення для туризму, перетворюючи виклики війни на можливості для інноваційного відновлення галузі.

Підсумовуючи, перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні після війни виглядають викликаючими, але обнадійливими. Ключові можливості пов'язані із зростанням глобального інтересу до нашої країни, масштабною міжнародною підтримкою відновлення, поглибленням євроінтеграції, відновленням внутрішнього туризму на нових засадах, а також цифровізацією та інноваціями у галузі.

Звісно, реалізація цих можливостей вимагатиме колосальних зусиль держави, бізнесу та громадянського суспільства. На часі розробка амбітної Стратегії повоєнного відновлення туризму України, яка визначить цілі, пріоритети та механізми перезавантаження галузі у посткризовий період. Ця Стратегія має передбачати масштабні інвестиції у туристичну інфраструктуру, розвиток людського капіталу, маркетинг та інновації.

Не менш важливою буде синергія зусиль усіх стейкхолдерів туризму - органів влади, дестинацій, туристичного бізнесу, освіти, громадськості. Лише через партнерство та кооперацію можна буде ефективно мобілізувати обмежені ресурси відновлення та спрямувати їх на розвиток найбільш перспективних туристичних дестинацій та продуктів.

Попри усі виклики, Україна має усі шанси постати з руїн війни оновленою та конкурентоздатною туристичною державою. Країною, яка пропонує унікальний досвід осягнення своєї драматичної історії та героїчного сьогодення. Країною, відкритою до світу та готовою ділитися своєю незламністю та жагою до життя. Країною, подорож до якої змінює не лише враження, але й цінності та світогляд. Такий образ України має усі шанси стати магнітом для мільйонів туристів з усього світу та драйвером сталого розвитку України у мирному майбутньому.

Висновки по розділу 3.

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що відновлення та розвиток міжнародного туризму в Україні після завершення війни вимагатиме реалізації комплексу стратегічних заходів на національному, галузевому та локальному рівнях.

Серед ключових напрямів вдосконалення функціонування туристичної галузі України у повоєнний період можна виділити:

- розробку та імплементацію Стратегії розвитку туризму України на період до 2030 року, яка визначить цілі, пріоритети та механізми відновлення галузі з урахуванням нових викликів та можливостей, удосконалення нормативно-правової бази туризму шляхом її гармонізації з

європейськими стандартами та практиками, зокрема в частині захисту прав туристів, ліцензування діяльності, категоризації об'єктів тощо;

- відбудову та модернізацію туристичної інфраструктури, зруйнованої чи пошкодженої війною, із залученням інвестицій та грантів від міжнародних партнерів та приватного бізнесу;

- цифровізацію туристичної галузі на засадах розвитку "розумних" дестинацій, електронних сервісів для туристів, big data та штучного інтелекту в управлінні дестинаціями.

- запровадження інноваційних маркетингових інструментів для промоції туристичного потенціалу України за кордоном, формування нового іміджу країни як безпечної та гостинної для туристів, розвиток людського капіталу галузі шляхом модернізації системи туристичної освіти, впровадження сучасних програм підвищення кваліфікації персоналу, сертифікації сервісу за міжнародними стандартами;

- цифровізацію туристичної галузі на засадах розвитку "розумних" дестинацій, електронних сервісів для туристів, big data та штучного інтелекту в управлінні дестинаціями.

Реалізація цих заходів дозволить не просто відновити довоєнні показники розвитку туризму, але й якісно трансформувати галузь на засадах сталості, інноваційності та відкритості.

Щодо розвитку пріоритетних видів міжнародного туризму в Україні, то у повоєнний період основні зусилля мають бути спрямовані на такі напрямки, як культурно-пізнавальний, природний, лікувально-оздоровчий, гастрономічний, релігійний туризм. Особливої уваги заслуговуватиме розвиток специфічних військово-меморіальних турів, що презентуватимуть місця та події російсько-української війни.

Розбудова конкурентних туристичних продуктів у цих нішах вимагатиме тісної співпраці держави, бізнесу та громад щодо відновлення та облаштування відповідної інфраструктури, розробки цікавих маршрутів та програм, промоції за кордоном. Важливо забезпечити диверсифікацію

туристичних destinations та потоків як за тематикою, так і за географією туристів.

Загалом, попри безпрецедентні виклики та руйнування, спричинені війною, перспективи відновлення міжнародного туризму в Україні виглядають обнадійливими. Ключовими чинниками, що формуватимуть "вікно можливостей" для туристичного ривка України у повоєнний період, є:

- зростання глобального інтересу та симпатій до України, викликані героїчним спротивом агресії та відданістю демократичним цінностям;
- потужна міжнародна фінансова та інституційна підтримка повоєнної відбудови України, зокрема її туристичної інфраструктури;
- прискорення євроінтеграції України, поглиблення політичної асоціації та економічної інтеграції з ЄС, у т.ч. у сфері туризму;
- відновлення внутрішнього туризму на якісно нових засадах, що закладатиме фундамент для змістовного та привабливого турпродукту і для іноземних гостей;
- цифровізація та інновації у туризмі, що дозволять Україні здійснити технологічний ривок та переформатувати галузь відповідно до найкращих світових практик.

Звісно, перетворення цих викликів на можливості вимагатиме надзусиль з боку держави, бізнесу та громадянського суспільства. Необхідно буде мобілізувати колосальні фінансові, людські, інституційні ресурси та спрямувати їх на розбудову конкурентної туристичної індустрії.

Але головною запорукою успішного відновлення туризму має стати консолідація та синергія українського суспільства, його незламність та життєлюбність, відкритість та гостинність до світу навіть перед лицем найскладніших випробувань. Саме ці якості роблять Україну унікальною туристичною destinations, подорож до якої може змінити світогляд та цінності мільйонів людей.

Тож попри усі жахіття та втрати війни, Україна має усі шанси постати з руїн як оновлена, динамічна та гостинна туристична країна. Країна, яка пропонує світу не лише яскраві враження, але й глибокі інсайти та життєві смисли. І саме туризм може стати одним із локомотивів повоєнного відродження та сталого розвитку України - країни незламних та відкритих для світу людей.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Виконане дослідження дозволило комплексно проаналізувати сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні в умовах безпрецедентних викликів, пов'язаних з пандемією COVID-19 та повномасштабним російським вторгненням. Проведений аналіз засвідчив, що попри колосальні втрати та руйнування туристичної інфраструктури внаслідок війни, Україна зберігає значний потенціал для відновлення та якісної трансформації галузі у повоєнний період.

У теоретичній частині роботи було розкрито сутність та особливості міжнародного туризму як глобального соціально-економічного явища. Аналіз наукових джерел засвідчив, що міжнародний туризм є комплексним феноменом, який охоплює переміщення осіб з рекреаційною, пізнавальною, діловою чи іншою метою за межі країни постійного проживання. Він спирається на розгалужену інфраструктуру послуг розміщення, харчування, транспорту, розваг та здійснює мультиплікативний вплив на широке коло суміжних галузей економіки.

Систематизація підходів до класифікації видів міжнародного туризму дозволила виокремити низку критеріїв, що визначають його структуру та напрямки розвитку. Зокрема, за метою подорожі виділяють рекреаційний, пізнавальний, діловий, лікувально-оздоровчий, релігійний, екологічний, гастрономічний, подієвий, спортивний та інші види туризму. За способом організації розрізняють організований та самодіяльний туризм, за сезонністю - постійний та сезонний, за тривалістю - короткочасний та тривалий тощо.

Аналіз факторів розвитку міжнародного туризму дозволив виділити ключові чинники, що визначають динаміку та масштаби туристичних потоків у глобальному вимірі. До них належать соціально-економічні (зростання доходів населення, урбанізація, оплачувані відпустки), демографічні (старіння населення, зміна моделі сім'ї), техніко-технологічні (розвиток транспорту, інформаційних технологій, цифровізація), культурні (глобалізація, поширення англійської мови, популяризація подорожей) та

геополітичні (лібералізація туристичних формальностей, регіональні конфлікти, тероризм) фактори.

У другому розділі роботи розкрито історію становлення та сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в Україні. Аналіз історичної ретроспективи засвідчив, що зародження організованого туристичного руху на українських землях припадає на ХІХ ст., коли були створені перші туристично-краєзнавчі товариства, почала розвиватися рекреаційна інфраструктура на базі кліматичних та бальнеологічних курортів Криму, Карпат, Одещини, Поділля. Масового характеру туризм набув у радянський період завдяки створенню централізованої системи управління галуззю, розбудові мережі туристичних об'єктів та маршрутів. Однак у цей період домінував внутрішній "соціальний" туризм, тоді як міжнародний обмін мав обмежений характер і здійснювався переважно у форматі організованих поїздок у "братні" соціалістичні країни.

Разом з тим, системний аналіз сучасного стану галузі в Україні виявив низку проблем, що стримували подальший розвиток в'їзного туризму. Серед них - недостатня розвиненість туристичної інфраструктури, невідповідність стандартам якості сервісу, низька поінформованість іноземців про туристичні принади України, складність візових та прикордонних процедур, недостатня координація зусиль стейкхолдерів туризму, брак цільової державної підтримки галузі. Ці "больові точки" національного туризму особливо проявилися в умовах глобальної кризи, спричиненої пандемією COVID-19.

Однак найбільш руйнівним ударом по туристичній галузі України стало повномасштабне російське вторгнення у лютому 2022 р. Бойові дії, що охопили більшість регіонів країни, призвели до масштабних руйнувань туристичної та транспортної інфраструктури, закриття повітряного простору, масової евакуації населення у більш безпечні регіони чи за кордон. У 2022 р. сектор організованого міжнародного туризму фактично зупинився, а в'їзд іноземних громадян до країни набув вимушеного характеру і був пов'язаний переважно з гуманітарними місіями, волонтерською допомогою, журналістськими розслідуваннями.

Попри безпрецедентність викликів та труднощів, спричинених війною, Україна не полишала зусиль з підтримання туристичної привабливості країни на міжнародному рівні. Під час всесвітніх туристичних виставок було презентовано оновлену концепцію відновлення галузі "Brave Travel", що наголошує на безпечності та гостинності України для іноземних гостей. Розроблено низку пілотних турів до відносно безпечних регіонів країни (Львівщина, Закарпаття, Буковина), що дозволяють іноземцям на власні очі побачити незламність та стійкість українського суспільства перед обличчям війни. Однак очевидно, що практична реалізація цих ініціатив вимагатиме відновлення миру та безпеки на території країни.

З огляду на вищезазначене, третій розділ роботи присвячений обґрунтуванню пріоритетних напрямків та механізмів відновлення міжнародного туризму в Україні у повоєнний період. Проведений SWOT-аналіз дозволив ідентифікувати сильні та слабкі сторони, можливості та загрози розвитку галузі на новому етапі. До безперечних "сильних карт" відносяться унікальна історико-культурна спадщина України, різноманіття природних ландшафтів, розгалужена мережа транспортної інфраструктури, відносно низька вартість туристичних послуг порівняно з іншими європейськими країнами. Водночас до "слабких місць" належать масштабні руйнування туристичних об'єктів та інфраструктури війною, слабкий туристичний імідж України за кордоном, нестача кваліфікованих кадрів та недостатня цифровізація туристичних послуг.

На рівні розвитку окремих видів туризму пріоритетними напрямками для України мають стати культурно-пізнавальний, природний, лікувально-оздоровчий, гастрономічний та релігійний туризм з урахуванням постпандемічних змін споживацьких уподобань. Особливої уваги заслуговуватиме розбудова військово-меморіального туризму, пов'язаного з вшануванням пам'яті жертв та героїв війни, інтерпретацією її історичних уроків для міжнародної спільноти. Успіх у розвитку цих ніш вимагатиме формування якісних та автентичних турпродуктів, ефективної співпраці держави, бізнесу та місцевих громад, активної промоції за кордоном.

Але головною передумовою успішної "туристичної реінкарнації" України має стати консолідація та мобілізація українського суспільства навколо спільної мети - відновлення миру, відбудови та подальшого сталого розвитку країни. Саме незламність та стійкість українців, їх відкритість та гостинність до світу навіть перед лицем найтрагічніших викликів можуть стати тим унікальним туристичним магнітом, що приваблюватиме мільйони гостей з усього світу.

Тож є усі підстави вважати, що у довгостроковій перспективі Україна не просто відновить, але і примножить свій туристичний потенціал та репутацію на глобальному рівні. І що міжнародний туризм стане одним із локомотивів повоєнного відродження української економіки та добробуту громадян. Бо подорож Україною - це завжди більше, ніж просто подорож. Це досвід, що змінює серця та відкриває нові горизонти.

Проведене дослідження не вичерпує усіх аспектів досліджуваної проблематики і відкриває простір для подальших наукових розвідок. Серед перспективних напрямків - поглиблений аналіз зарубіжного досвіду посткризового відновлення туристичних систем, розробка методології оцінки втрат туристичної галузі України від війни, обґрунтування механізмів фінансової підтримки відбудови туристичної інфраструктури, удосконалення статистичного обліку туристичних потоків в умовах війни, прогностичне моделювання структурних змін міжнародного туристичного попиту в Україні у середньостроковій перспективі.

Саме таке майбутнє українського туризму бачиться нам сьогодні. Майбутнє, в якому Україна постане перед світом оновленою, загартованою випробуваннями, але ще більш гостинною, щирою та відкритою для своїх гостей. Майбутнє, в якому міжнародний туризм служитиме містком довіри, поваги та взаєморозуміння між народами. Майбутнє, в якому подорожі нашою країною даруватимуть радість відкриттів, силу вражень та глибину розуміння того, що нас усіх єднає.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. В. Історія туризму: підруч. Харків: ХНАМГ, 2011. 294 с.
2. Бейдик О. О. Географія туризму. Тлумачний словник термінів з рекреаційної географії (географії туризму). Київ: Мін-во освіти України, Київ. нац. у-т. 49 с.
3. Божидарнік Т. В., Божидарнік Н. В., Савош Л. В. Міжнародний туризм. Луцьк: Редакційно-видавничий відділ ЛНТУ, 2011. 352 с.
4. Ващенко Н. П., Горохова О. В. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму. Громадське харчування і туристична індустрія у ринкових умовах: збірник наукових праць. Київ: КНЕУ, 2011. С. 240-244.
5. ДАРТ. Стратегія розвитку туризму у повоєнний період. URL: <http://www.tourism.gov.ua/blog/strategiya-rozvitku-turizmu-u-povoyenniyy-period> .
6. Державна прикордонна служба України. Статистика з основної діяльності. URL: <https://dpsu.gov.ua/ua/activity/ohorona-kordonu/statistika-z-osnovnoi-diyalnosti/> .
7. Державна служба статистики України. (2020). Туристична діяльність в Україні у 2020 році. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> .
8. Державна служба статистики України. (2022). Туристична діяльність в Україні у 2021 році. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> .
9. Державна цільова програма формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 3.06.2009 р. № 554. Офіційний вісник України. 2009. № 44. С. 15-20.
10. Європейська Бізнес Асоціація. (2021). Дослідження туристичного ринку України. URL: <https://eba.com.ua/doslidzhennya-turystychnogo-rynku-ukrayiny/> .
11. Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. С. 241.

12. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI. 2017. 300 с.
13. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: підручник. Київ, 2013. 334 с.
14. Ключник А. В. Теоретичний аналіз поглядів на визначення міжнародного туризму. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 3. С. 39-44.
15. Кузик С. П. Географія туризму: навч. посіб.; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Геогр. ф-т. Київ: Знання, 2011. 271 с.
16. Куцик П. О. Фактори розвитку міжнародного туризму в умовах глобальної економіки. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика» (м. Львів, 31 жовтня - 1 листопада 2018 р.). Львів: ЛТЕУ, 2018. С. 256-259.
17. Кушнір Л. М., Брензович К. С. Міжнародний туризм як чинник економічного розвитку країн та регіонів. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2019. Вип. 36. С. 15--21.
18. Львівський інститут економіки і туризму. (2020). Аналіз кадрового забезпечення туристичної галузі Львівської області. URL: <http://iet.lviv.ua/analiz-kadrovogo-zabezpechennya-turistichnoyi-galuzi-lvivskoyi-oblasti/> .
19. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. Київ: Знання, 2015. 661 с.
20. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2017. 336 с.
21. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник. Київ: Грамота, 2016. 264 с.
22. Туристична галузь: важкий шлях до відновлення. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/05/21/674127/> .

23. Укрінформ. (2022). В Україні представили концепцію відновлення туризму «Brave Travel». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3508552-v-ukraini-predstavili-koncepciu-vidnovlenna-turizmu-brave-travel.html>.
24. Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні: навч. посібник. Київ: Вища школа, 2002. 195 с.
25. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посібник за ред. проф. І. М. Школи. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2013. 662 с.
26. Щороку Україну відвідують понад 20 мільйонів туристів. Укрінформ. 2013. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/1561124-schoroku_ukrainu_vidviduyut_ponad_20_milyoniv_turistiv.html.
27. Bramwell B., Lane B. Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*. 2011. № 19(4-5). P. 411-421.
28. Bramwell B., Meyer D. Power and Tourism Policy Relations in Transition. *Annals of Tourism Research*. 2007. № 34. P. 766--788.
29. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*. 2000. № 21(1). P. 97-116.
30. Butler R. W. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*. 1980. № 24. P. 5-12.
31. Cohen E. Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*. 1988. № 15(3). P. 371-386.
32. Daily Sabah. (2022). Turkey's tourism revenues hit record high in 2022. URL: <https://www.dailysabah.com/business/tourism/turkeys-tourism-revenues-hit-record-high-in-2022>.
33. Hall C.M. Tourism, governance and the (mis-)location of power. *Tourism, power and space* / edited by A. Church and T. Cole. London: Routledge, 2007. P. 247-268.
34. Institute for Economics & Peace. (2021). Global Peace Index 2021: Measuring Peace in a Complex World. Sydney. URL: <https://www.visionofhumanity.org/resources/>.

35. Kaspar C. Die Tourismuslehre im Grundriss. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt, 2005. 194 s.
36. Laws E. Tourist Destination Management: Issues, Analysis and Policies. London: Routledge, 1995. 208 p.
37. MacCannell D. The tourist: A new theory of the leisure class. Berkeley: University of California Press, 1999. 231 p.
38. McCool S., Moisey R. N. Tourism, Recreation and Sustainability: Linking Culture and the Environment, Wallingford: CABI. P. 56--67.
39. Pearce D. Tourist Development. New York: Longman, 1989. 341 p.
40. Richter L.K. Tourism politics and political science: A case of not so benign neglect. *Annals of Tourism Research*. 1983. № 10(3). P. 313-335.
41. Shaw G., Williams A.M. Critical Issues in Tourism: Geographical Perspective. Oxford: Blackwell, 1994. 280 p.
42. UN News. (2022). Ukraine: UN scales up aid as number of refugees passes 8 million mark. URL: <https://news.un.org/en/story/2022/05/1118412>.
43. United Nations World Tourism Organization. International Tourism Highlights, 2020 Edition. Madrid: UNWTO, 2021. 24 p.
44. UNWTO. (2022). Impact Assessment of the COVID-19 Outbreak on International Tourism. URL: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>.
45. Urry J. The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies. London: Sage, 1990. 180 p.

ДОДАТКИ

Додаток А.1

Перша водолікарня курорту Миргород



Додаток А.2

Трускавець 100 років тому



Istodobne Arhivum Cyfrowe, sygn. 1-C-622

Додаток А.3

Набережна Ялти в XIX столітті



Додаток А.4

Моршин 100 років тому

