

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

на тему: «**МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЕКОНОМІЧНИЙ ТА
СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН**»

Виконав: студент II курсу, групи Тм-21
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

(шифр і назва спеціальності)

Вонячук Володимир

(прізвище та ініціали студента)

Керівник: к.пед.н., доц. Гуменюк Г.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.і.н., доц. Дутчак О.І.

(прізвище та ініціали)

Івано-Франківськ - 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....	6
1.1. Сутність та фактори розвитку сучасного міжнародного туризму.....	6
1.2. Міжнародний туризм в системі світового господарства.....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....	27
2.1. Міжнародний туризм: аналіз та територіальні особливості розвитку.....	27
2.2. Наслідки та перебудова сучасної туристичної індустрії у зв'язку з пандемією COVID – 19.....	32
2.3. Сучасний стан розвитку туризму в Україні.....	36
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ УЧАСТІ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ.....	41
3.1. Прогнозні перспективи і способи підвищення міжнародної туристської привабливості України.....	41
3.2. Сучасні інформаційні та інноваційні технології в організації міжнародного туризму.....	52
3.3. Інноваційні підходи до цифровізації туризму в умовах трансформації туристичного простору.....	57
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70

ВСТУП

Актуальність дослідження. Міжнародний туризм є складним багатогалузевим соціальним явищем і відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку світу в XXI столітті. Зокрема, Всесвітня туристична організація (UNWTO) у 2021 році відзначила, що міжнародний туризм залишався значно нижчим за допандемійний рівень, але демонстрував ознаки поступового відновлення. Кількість міжнародних поїздок була приблизно на 70–75 % меншою порівняно з 2019 роком, а доходи складали близько \$700–800 млрд проти \$1,7 трлн у 2019 році. У той же час, у багатьох країнах спостерігалось зростання внутрішнього туризму, що частково компенсувало втрати від міжнародних подорожей.

Кожне одинадцяте робоче місце у світі пов'язане з туризмом. У туристичній сфері безпосередньо зайнято близько 120 млн працівників, ще приблизно 125 млн працюють у суміжних секторах економіки. Очікується, що до 2030 року кількість міжнародних туристичних відвідувачів зросте до 1,8 млрд.

Для України розвиток міжнародного туризму має особливе значення, оскільки він стимулює структурні економічні реформи, сприяє виходу з тривалої економічної кризи та покращенню рівня життя населення. Позитивні ефекти міжнародного туризму очевидні: збільшення кількості іноземних відвідувачів сприяє зростанню національного туристичного продукту, залученню особистих заощаджень туристів у валюті, формуванню споживчо орієнтованого ринку та підвищенню інвестиційної привабливості регіонів.

Розвиток туризму важливий для малого та середнього бізнесу, який часто не має значного фінансування, і може швидко залучати іноземні інвестиції. Туризм стимулює розвиток суміжних секторів економіки та задовольняє потреби населення у пізнанні історії, культури, традицій, релігії та духовності різних країн.

Теоретико-методологічні питання міжнародного туризму висвітлюються в працях численних вітчизняних і зарубіжних фахівців.

Мета дипломної роботи – дослідження та аналіз теоретичних і практичних аспектів розвитку міжнародного туризму.

Для досягнення мети визначено такі завдання:

- визначити значення міжнародного туризму для світової економіки;
- охарактеризувати сучасний стан розвитку туризму в Україні;
- проаналізувати наслідки кризи COVID-19 для структури та функціонування туристичної індустрії;
- оцінити вплив військових дій на туристичну галузь;
- дослідити особливості територіального розвитку міжнародного туризму.

Об'єкт дослідження – організаційно-економічні складові розвитку міжнародного туризму.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні.

У роботі використано загальнонаукові та спеціалізовані методи: абстрагування, узагальнення, аналіз і синтез, індукцію та дедукцію, системний аналіз. Застосовано економіко-статистичні методи та методи теоретичного планування. Для вивчення міжнародного туризму застосовувалися прикладні методи, зокрема: статистичні – для кількісного вимірювання туристичних потоків; соціолого-психологічні – для виявлення мотивації поїздок та соціальних відмінностей між туристами; географічні – для оцінки територіальної диференціації та природно-кліматичного потенціалу; економічні – для оптимізації ресурсів і максимізації ефективності туристичної діяльності.

Основу дослідження склали законодавчі та нормативні акти України щодо міжнародного туризму, матеріали Державної служби статистики України, статистичні бюлетені СОТ та аналітичні матеріали з туристичної діяльності.

Дипломна роботи має три розділи, вступ, висновок і список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та фактори розвитку сучасного міжнародного туризму

Міжнародний туризм – складна галузь світової економіки, яка має значний інноваційний потенціал і розвивається через прагнення сучасної людини задовольнити свої потреби в різноманітних формах відпочинку, розваг і подорожей. Цей сектор характеризується переміщенням людей через національні кордони з метою відпочинку.

Причини розвитку міжнародного туристичного бізнесу включають: політичні, економічні, соціальні, демографічні, культурні, науково-технічні. Значущість політичних факторів визначається насамперед необхідністю стабільного міжнародно-політичного клімату для ведення туристичного бізнесу. Інші фактори також важливі: тип міжнародних відносин з іншими країнами, стан торговельного та платіжного балансу країни, політичний клімат у світі та окремих країнах, політика відкриття чи закриття кордонів, послаблення адміністративного нагляду в сфера туризму, уніфікація податкової та грошово-кредитної політики. На темпи розширення туризму вплинули події в Ірані, Іраку, Афганістані, Сирії, Україні та Єгипті. Екстремізм і тероризм негативно впливають на розвиток туризму.

Економічні чинники пов'язані зі зростанням доходів населення, що призводить до більшого спрямування коштів на подорожі. Попит на туристичні послуги формується в основному серед осіб із середнім рівнем доходів (40-60% населення Західної Європи) та осіб з високими доходами (попит на екзотичні подорожі та розкішний відпочинок). Країни з розвинутою економікою зазвичай лідирують за кількістю туристичних відвідувань. Значний вплив на розвиток туризму має зовнішньоекономічна діяльність держав, а також інтеграційні та глобалізаційні процеси. Це пояснюється тим, що це сприяє зростанню ділового населення, що, у свою чергу, призводить до появи нових видів туризму, які пов'язані з бізнесом.

Крім того, офіційні митні правила, фінансова нестабільність в країні (інфляція, стагнація), економічні страйки негативно впливають на міжнародний туризм.

На розвиток туризму впливають соціально-демографічні фактори, більшість з яких зумовлена збільшенням населення, особливо міського. «Міське» життя характеризується стресом, напругою, віддаленістю від природи, відсутністю особистого контакту та анонімністю. Туризм сприяє рівновазі, відпочинку, заспокоєнню, розслабленню.

Сучасне суспільство характеризується підвищенням інтенсивності праці, скороченням робочого часу та збільшенням вільного часу. Зі збільшенням кількості вільного часу простежуються дві тенденції: перша - це збільшення поділу періоду відпустки; по-друге, зростає кількість коротких поїздок. Крім того, соціальною характеристикою сучасного суспільства є його старіння, відповідно до СОТ, це пропонується розвивати як форму туризму під назвою третій вік, який на даний момент має населення 0,6 мільярда туристів, а також більш пізні шлюби, збільшення кількості самотніх людей і збільшення кількості працюючих жінок, що призводить до народження дитини, збільшення кількості бездітних пар і розвитку індустрії туризму. Туристичні організації повинні враховувати ці атрибути.

Культурні фактори розвитку міжнародного туризму проявляються через задоволення культурних, освітніх, естетичних, історичних та культурних потреб, які сприяють розвитку бажання людини пізнавати, досліджувати та порівнювати традиції інших країн, а також їх культуру, історію та звичаї. Прихильність до певного типу організації відпочинку та дотримання культурних вимог має значний вплив на країни. У результаті значна частина населення Великобританії, Бельгії та Німеччини (35-45%) вважає за краще спати біля теплого океану; крім того, японці, іспанці та французи (30-50%) люблять проводити час у містах; воліють подорожувати – італійці, французи (33-45%); У передмісті люблять відпочивати бельгійці, німці, голландці (10-17%).

Причина науково-технічного прогресу в туризмі в першу чергу проявляється в появі нових видів туристів, які скорочують час подорожі, одночасно збільшуючи кількість туристів у тривалих подорожах. по-друге, широке використання комп'ютерів, глобальних систем бронювання готелів і авіаквитків у туристичній індустрії, що зумовлює створення туристичного продукту для клієнта за короткий проміжок часу з урахуванням різних тарифів і пільг постійних клієнтів. Подальша еволюція туризму передбачає створення нових і реконструкцію існуючих об'єктів туризму з урахуванням останніх досягнень науки і техніки.

Зростання міжнародного туризму в першу чергу залежить від обізнаності туристів щодо потенційних місць призначення та зупинок подорожей.

У результаті весь комплекс факторів, що впливають на розвиток міжнародного туристичного бізнесу, можна розділити на дві категорії: - фактори, що діють автономно від діяльності туристичних організацій (політичні, економічні, соціальні, культурні, природні); - фактори, що сприяють розвитку туризму, які активно використовуються туристичними організаціями у своїй діяльності (будівництво нових туристичних об'єктів, підвищення кваліфікації персоналу, технічне вдосконалення бази, раціональне використання ресурсів, створення нових бізнес-моделей тощо).

У майбутньому туризм все ще залишатиметься джерелом номер один нових робочих місць у багатьох регіонах світу. Очікується більш конкретна диференціація туристичних продуктів з метою охоплення більшої кількості споживачів з різними можливостями та потребами. Триватиме процедура укрупнення капіталу, створення великих міжнародних корпорацій та організацій; практика інтеграції процесів у туристичній індустрії все ще буде популярною.

При аналізі унікальних аспектів організації управління туристичним бізнесом за кордоном виділено три моделі державного управління туризмом. Першу називають моделлю децентралізованого управління. Її унікальною

ознакою є відсутність центрального органу, відповідального за розвиток туризму (туристичної адміністрації), ця ознака відповідає за розвиток галузі. Усі питання розвитку туризму вирішуються на місцях, на основі ринкового саморегулювання. Уряди окремих країн використовують цю модель у випадках, коли туризм не важливий для країни в цілому або для суб'єктів, які цікавляться туризмом і мають сильну позицію, ці суб'єкти можуть вирішувати свої проблеми без участі держави. Це система управління туризмом, яка зараз використовується в США і була створена в 1997 році в результаті Управління туризму та подорожей США (USTTA), державна організація, яка раніше займалася туризмом. У 2003 році її було ліквідовано.

Другу модель називають моделлю централізованого державного управління в сфері туризму. Він пропонує створити потужне, авторитетне Міністерство туризму, яке регулюватиме всю індустрію туризму. Реалізація цієї моделі залежить від певних передумов: значних державних фінансових інвестицій у туристичну галузь, рекламу та маркетинг, а також потужної державної підтримки інфраструктури. Приклади країн, які використовують цю модель, включають Туреччину, Єгипет, Туніс, Таїланд, Індонезію, Кенію та інші країни, у яких туризм становить значну частину іноземного доходу.

Третій стиль управління туризмом (його також називають європейським) найбільш поширений в європейських країнах і передбачає вирішення питань розвитку туристичної індустрії своєї країни на рівні кількох галузевих відомств. Крім того, департамент туризму має дві основні сфери діяльності: перша стосується глобальних питань щодо регулювання туристичної галузі (зокрема, це створення правової та нормативної бази для туристичної галузі, координація місцевої діяльності, міжнародна співпраця в індустрії туризму). державного рівня та обробки статистичної інформації). Ця модель є найвигіднішою і найбільш схожою на Україну.

Державні туристичні агенції в європейських країнах співпрацюють з місцевими чиновниками та приватним бізнесом, щоб сприяти виконанню державних обов'язків за фінансової допомоги приватного сектору та

знаходити взаємовигідну співпрацю між управліннями різних регіонів. Результатом такої політики є поява «державно-приватних структур, які мають певний ступінь регулювання туристичної діяльності». Як приклади ми надаємо чотири приклади управління туристичним сектором у чотирьох різних країнах Західної Європи (Франція, Іспанія, Велика Британія та Італія). На ці країни, за даними СОТ, припадає третина світового туристичного продукту. У Франції туризм на виконавчому рівні очолює Міністерство транспорту та громадських робіт, у структурі якого є сучасний секретаріат з питань туризму та адміністрація з питань туризму. Ці організації відповідають за нагляд і регулювання галузі, інвестицій і міжнародних відносин. Крім того, існують численні організації, які беруть участь в управлінні туризмом і мають право голосувати з консультативних питань, зокрема Рада з питань туризму при Міністерстві транспорту (яка є консультативною), Французьке агентство інжинірингу туризму, Національна рада з питань туризму (яка вивчає маркетинг, статистику та аналіз), Національне агентство з подорожей у відпустку (яке є соціальним), Національний комітет успіху Франції (який вивчає екологічні проблеми та озеленення міст) та Національне агентство з відпочинкових поїздок. На регіональному рівні питання, пов'язані з туризмом, вирішуються так званими "делегатами" - посадовими особами, які представляють центральну владу і безпосередньо підпорядковуються префектам.

В Іспанії питаннями розвитку туризму займається Міністерство економіки, до складу якого входить Державний секретаріат з питань торгівлі, туризму та малого бізнесу. Окрім Державного секретаріату, Міністерство залежить від Центрального управління туризму (яке займається адміністративними питаннями, визначає загальний напрямок туристичної політики), мережі готелів RagadogeB (включає 83 готелі, розташовані в історичних та архітектурних комплексах), двох музеїв (один в Мадриді та один у Малазі), Іспанський інститут туризму Tige Bras. Проте повноваження Мінекономіки обмежені, питання ліцензування, сертифікації послуг,

розробки стратегії розвитку туризму делеговані місцевим чиновникам.

У галузі туризму Великобританії лідирує Міністерство культури, розваг і спорту, ця сфера пов'язана з Британською туристичною адміністрацією (ВТА), Британською туристичною адміністрацією. Ця організація просуває Британські острови як туристичний напрямок і сприяє розвитку внутрішнього туризму, а також консулює уряд та інші державні установи з питань туризму. Поряд з традиційними методами зовнішніх ринків (інформаційні, рекламні, виставкові), ВТА надає платні консультації та маркетингові послуги, організовує демонстрації та бесіди, реалізує різні проекти за участю іноземних грошей, видає та продає путівники, відеофільми та іншу інформаційно-рекламну продукцію.

В Італії Департамент туризму залежить від Міністерства виробництва. Основними обов'язками Департаменту є: координація діяльності регіональних управлінь туризму, створення правових та нормативних документів для національної галузі, проведення маркетингових досліджень та обробка статистичних даних, міжнародна діяльність (підготовка та укладення міжурядових угод з питань туризму, зв'язки з міжнародні організації та ЄС). Одним з унікальних аспектів Італії є зростання значення місцевих туристичних агентств.

Оскільки значення міжнародного туризму в глобальній економіці зростає, залежність місцевої економіки від туризму також зростає. Це пояснюється тим фактом, що міжнародний туризм має низку значних впливів на економіку окремих націй (див. рис. 1.1.1):

- відповідає за надходження іноземних грошей і капіталу в країну.
- створює умови, необхідні для покращення грошово-кредитного балансу країни;
- сприяє диверсифікації економіки та стимулює створення нових галузей, що стосуються сфери туризму.
- створює нові робочі місця, ці робочі місця допомагають вирішити проблему безробіття.

- сприяє підвищенню доходів населення;
- підвищує популярність країни для міжнародних підприємців;
- сприяє розвитку інфраструктури країни;
- сприяє економічному зростанню нових регіонів.

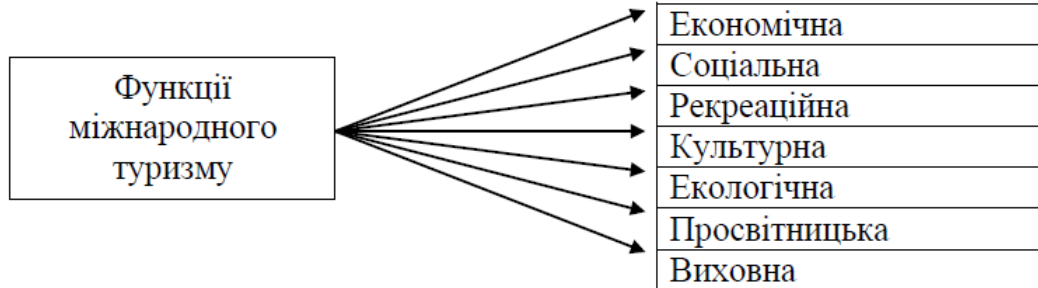


Рис. 1.1.1 Функції міжнародного туризму, задокументовані автором.

Економічна функція, безсумнівно, важлива. Вимоги мандрівників, враховуючи все населення, призвели до розвитку громадського сектора. Збільшення запитів прискорило зростання галузі, а комплексний характер споживання/послуг сприяв її трансформації в туризм, який є міждисциплінарною галуззю дослідження, яка зосереджена на задоволенні туристичних потреб.

Індустрія туризму потребує допомоги з кадрами, а диверсифікація варіантів зайнятості створює можливості для використання як кваліфікованої, так і некваліфікованої робочої сили. Перелічені риси роблять туризм потужною складовою економіки, яка набуває все більшого значення як у національній, так і в світовій торгівлі послугами. Економічна складова туристичної діяльності виражається як у комерційних, так і в соціальних/екологічних термінах, ці терміни не обмежуються економічним аспектом туризму, вони також включають пам'ятки історії та культури, охорону навколишнього середовища, технічну та матеріальну реконструкцію, освітню та рекреаційну діяльність, і гуманістичний підхід до туризму. Як наслідок, нинішній етап розвитку туризму можна вважати переглядом його значення та ролі в людській діяльності.

Зростання рівня задоволення, зміна характеру праці в бік її інтелектуалізації, зростання освіти, самосвідомості та знань — усе це сприяє

підвищенню рівня інтелекту. Перехід від соціального розвитку до моделі «вільного часу» змінює те, як люди проводять свій час, і підвищує культурне значення туризму. Туризм функціонує як засіб спілкування та розвитку особистості, він підвищує рівень освіти та загальну культуру шляхом пізнання культури, способу життя, традицій та віри, природи та її краси, а також культурної спадщини людства. Пряме спілкування між різними культурами та людьми відіграє важливу роль у просуванні миру та взаєморозуміння на планеті, воно також сприяє культурній та діловій взаємодії. У 20 столітті туризм став частиною сучасної культури завдяки великій кількості населення. Навпаки, туризм сприяє швидкому культурному обміну та сприяє інноваційним процесам у культурі. У цьому контексті актуальним стає питання міжкультурної комунікації (поведінка туриста в іншому культурному середовищі, здатність і здатність розпізнавати іншу культуру та традиції). Лише частина населення має необхідний час і рівень життя, щоб насолоджуватися туризмом як формою відпочинку. Тобто подорожі є ознакою певного рівня способу життя та соціального статусу, а також засобом укріплення іміджу та інших соціальних сигналів. Доступність туристичних послуг, їх соціальний характер, розширення кола впливу туристичного населення сприяють залученню до туризму додаткових верств населення.

З точки зору фундаментальної економіки, туризм розглядається як господарський комплекс, розвиток якого пояснюється насамперед глобальними процесами та взаємодіями, а не внутрішніми причинами, які є безпосередніми. Однак туризм також є найважливішим каталізатором економічного зростання багатьох країн, що розвиваються, оскільки він служить засобом переміщення валового національного продукту між країнами без пов'язаного експорту чи імпорту товарів чи послуг.

Туризм є одним з найбільш значущих економічних явищ сучасності, що підкоряється загальним принципам розвитку людства. Як форма людської діяльності, туризм зараз знаходиться на стадії розвитку, його значення,

ймовірно, зросте в майбутньому. Попит на відпочинок підігрівують урбанізація, науково-технічна революція, екологія, загальне підвищення рівня життя населення. Туризм характеризується закономірністю сучасності, в якій пріоритет ставиться на розвиток динамічної рекреації, яка поєднується також з пізнавальною діяльністю.

З фінансової точки зору туризм вважається особливою формою споживання фізичних і духовних благ, послуг і товарів, які відокремлені від решти економіки. Зростання масового туризму в усьому світі призвело до розвитку індустрії туризму та інших пов'язаних з нею галузей економіки, культури та освіти. У деяких країнах туризм став значним внеском у державний дохід.

Міжнародний туризм як значуще економічне явище може суттєво негативно впливати на умови життя населення, формувати залежну економіку і навіть призводити до зниження рівня розвитку інших галузей, передачі негативних соціальних явищ, захворювань тощо. Як наслідок, необхідна концепція ефективного державного управління у сфері в'їзного туризму та постійне дослідження ситуації в цій сфері.

Багато аналітиків вважають, що розширенню міжнародного туризму сприяють такі фактори та можливості:

- Економічне зростання та соціальний прогрес призвели до збільшення кількості навчальних поїздок.
- Збільшення кількості зайнятих робітників і службовців у розвинутих країнах з економічною могутністю та підвищення їх духовних та інтелектуальних здібностей підвищили їхній попит на релігійні та інтелектуальні цінності.
- Підвищена інтенсивність зайнятості та більш тривалі відпустки зумовлюють потребу у більшій кількості пауз для відпочинку.
- Розвиток державних відносин і культурних обмінів між країнами призвів до збільшення кількості індивідуальних відносин між регіонами та всередині них.

- Розширення сфери послуг сприяло технологічному прогресу в галузі телекомунікаційних технологій, збільшило популярність подорожей до різних країн і регіонів.

- Зменшення формальностей на кордоні сприяє розвитку туризму.

- Покращення всіх видів транспорту призвело до здешевлення поїздок, що стало можливим для багатьох верств населення.

Створення туристичного продукту можливе лише за наявності трьох основних ресурсів: туристичних активів, капіталу та праці.

До туристичних ресурсів відносять будь-який об'єкт, комплекс об'єктів, образ чи поняття, які можуть викликати інтерес у туристів, це поняття – бажання індивіда брати безпосередню участь (побачити, відчувати, спробувати тощо), до якого індивід готовий жертвувати грошовими ресурсами та вільним часом (особистим).

Серед основних течій в еволюції міжнародного туризму на даний момент можна виділити наступні напрямки:

- Зростання галузі одночасно динамічне та експансивне.

- Постійне додавання нових туристичних напрямків, які намагаються конкурувати з провідними міжнародними мандрівниками.

- Поряд із проблемами безпеки, туристи поступово піддаються нестабільності та готовності йти на ризик, пов'язані з подорожами до інших країн.

- Зростання популярності міжнародного туризму з певною маркою якості.

- Все більш значний вплив на індустрію туризму через демографічні зміни, уподобання та цінності споживачів, а також їхній спосіб життя.

- Збільшення кількості та частоти коротких поїздок, а також запланованих поїздок в останню хвилину.

- Бажання туристів отримати цінний досвід за свої гроші: вони віддають перевагу можливості цікаво провести час.

- Зростання популярності автентичного туристичного продукту,

інтерес до місцевих традицій і природи, популярність різноманітних форм інтелектуальної та фізичної активності: споживачі менш віддані, більш спонтанні та менш передбачувані, їхні вимоги зростають.

- Підвищення ступеня важливості інформації в індустрії туризму;
- Подолання сезонного характеру галузі шляхом впровадження технологічних досягнень та оновлення туристичних продуктів.
- Перехід до нових форм туризму, заснованих на концепції диференціації, індивідуалізації та диверсифікації, зростання популярності концепції сталого розвитку та поширення альтернативних видів туризму. [11, с. 49-50].

Європейські країни Заходу давно досягли повного розвитку продуктивних сил, коли на причини рекреаційних потягів впливають наслідки науково-технічного прогресу, який змінив природу та умови життя людини. Висока якість і рівень життя населення західноєвропейських країн дозволяє людям обирати різноманітні рекреаційні та туристичні послуги, які задовольняють їхні потреби щодо відпочинку та розваг. Вимоги до методів та інструментів, що використовуються для досягнення цілей, також є значними. Розповсюдження транспорту значною мірою зменшило проблему відстані, і, як наслідок, нові райони були включені до сфери відпочинку. Протягом тривалого часу еволюція рекреаційних ресурсів у Центральній та Східній Європі була повільною, тому попит на рекреаційні товари в Західній Європі була задоволена цим регіоном, насамперед у країнах Південної Європи, Африки, Азії та Вест-Індії. Зі зміною політичної ситуації в Європі нові території стали доступними для рекреаційного розширення.

Наступним кроком буде пояснення позиції міжнародного туризму у світовій економіці.

1.2. Міжнародний туризм в системі світового господарства

В офіційних документах щодо регулювання визнаються два основних види міжнародного туризму - в'їзний і виїзний [58]. Таким спрямуванням

займається велика кількість фахівців з туризму, і в залежності від напрямку туристичного потоку її можна розділити на в'їзний (іноземний) і виїзний (іноземний) туризм. Зокрема, в'їзний туризм характеризується подорожами всередині країни людьми, які не проживають у ній постійно, з метою відпочинку без участі в будь-якій оплачуваній роботі. Виїзний туризм – це подорож громадян однієї країни до іншої з подібною метою, яка не передбачає працевлаштування чи оплати праці в країні перебування.

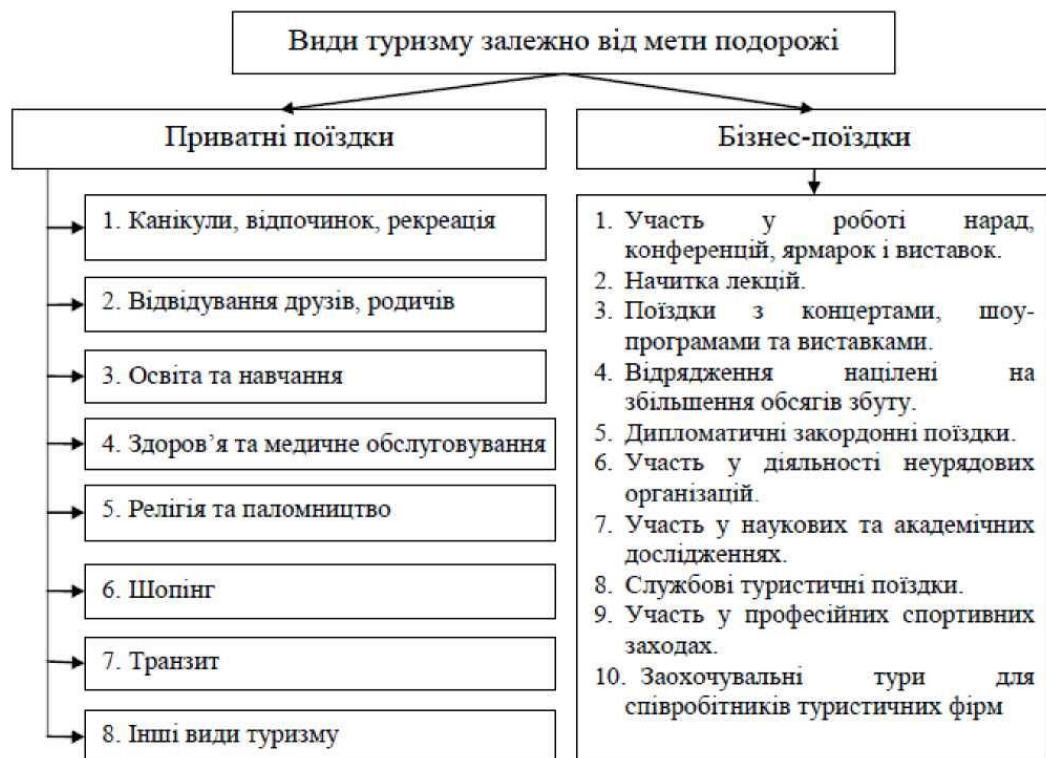


Рис. 1.2.1 Класифікація туризму за метою подорожі, згідно [75]

Безсумнівно, такий поділ є правомірним, оскільки специфіка організації внутрішніх і зовнішніх туристичних поїздок помітно відрізняється. Методи організації продуктів, ціни, продажі та комунікації є винятковими. Розрізняється місце подорожі в'їзних і виїзних туристів, їх соціальні та культурні уподобання, правила і традиції, а також географія подорожей.

Залежно від основної мети поїздки, UNWTO класифікує поїздки на два великі класи: приватні поїздки та ділові поїздки (рис. 1.2.1). І навпаки, відрядженнями є службові поїздки, які не передбачають отримання доходу за місцем роботи.

Найважливіші цілі подорожей осіб UNWTO включають наступне:

- відвідування сім'ї та друзів - ці поїздки включають типові візити сім'ї, друзів і родичів;

- оздоровчо-медичне обслуговування - включає консультування, лікування, оздоровлення та реабілітацію в медичних закладах, відвідування санаторно-курортних закладів. Крім того, оздоровчий туризм можливий лише протягом обмеженого періоду часу, оскільки більш тривалий період лікування передбачає перебування в іноземній країні більше року, тому ця форма охорони здоров'я не вважається туризмом.

- Інші форми туризму, такі як волонтерська робота та участь в інших видах відпочинку на добровільних засадах.

- Канікули, відпочинок і відпочинок. Зокрема, категорія визначається за такими видами туризму: екскурсії; участь у спортивних та культурних заходах; спорт (лижі, верхова їзда, теніс, дайвінг, серфінг, гірські походи та ін.); відвідування пляжу, басейну та інших місць відпочинку; поїздки в літні табори для дітей; морські та річкові круїзи; і відпочивати у власному чи орендованому житлі.

- Навчання та навчання передбачає участь у короткотермінових семінарах і тренінгах, спеціальних програмах, стажування та набуття конкретних умінь і знань.

- Релігія та паломництво - поїздки, які мають на меті служити формою паломництва, для відвідування та поклоніння релігійним пам'яткам, для ознайомлення з релігійною історією.

- Транзит - поїздки, які не мають конкретної мети, крім досягнення іншої країни.

- Шопінг (шоп-тури) - поїздки в зарубіжні країни з метою придбання споживчих товарів, подарунків, одягу тощо[58].

Очевидно, що для визначення тривалості туристичних подорожей важливо розрізняти туристичні поїздки за цілями. UNWTO пропонує враховувати кількість ночей, проведених у країні подорожі, оскільки

тривалість поїздки впливає на обсяг попиту на проживання та харчування, а також на вартість поїздки. Навпаки, поїздки з ночівлею вважаються частиною концепції денної поїздки, навіть якщо загальна кількість годин, витрачених на них, невелика. Цей критерій розрізняє поїздки з ночівлею та регулярні подорожі. Фахівці в галузі туризму також поділяють міжнародний туризм на короткостроковий (до 3-7 днів) і довгостроковий.

Крім наведених вище класифікацій, Всесвітня туристична організація ООН також класифікує туризм за способом подорожі на туристичному маршруті. Тип транспортного засобу під час руху визначається по-різному.

- транспортний засіб, на якому турист проїхав найбільше кілометрів;
- транспортний засіб, на якому турист подорожував найбільше часу.
- транспортний засіб, який має найбільшу участь у загальній вартості транспорту.

Крім того, UNWTO класифікує три основні типи транспортних засобів, які можуть пересуватися під час подорожі, а саме: водний, наземний і наземний транспорт (див. **рис. 1.2.2**).



Рис. 1.2.2 Класифікація транспортних засобів відповідно до UNWTO є наступною:

Міжнародний туризм вважається не тільки популярною формою відпочинку, але й зростаючим сектором світової економіки. За останні три десятиліття кількість туристів зросла майже в 4 рази, а дохід від туризму більш ніж у 25 разів більше, ніж було раніше. Туризм є високоприбутковою професією і займає третє місце серед трьох найбільших експортних галузей.

Сучасна індустрія туризму піклується про інтереси людей на всіх

рівнях економічної влади. Доходи від туризму становлять до 30% бюджетів економічно розвинутих країн і 80% багатьох малих держав, які не мають інших значних джерел доходу. Туризм стає значною частиною створення додаткових робочих місць, сприяє розвитку дорожнього та готельного будівництва, стимулює виробництво всіх видів транспорту, сприяє збереженню місцевої культури та національної спадщини регіонів і країн.

Туризм є провідним джерелом економічного розвитку багатьох розвинутих країн і країн, що розвиваються. Основою сучасного туристичного ринку як кількісно, так і якісно є оплата відпусток працівників. Останнім часом у туризмі збільшився відсоток ділових поїздок, а також кількість осіб пенсійного віку. СОТ повідомила, що кількість туристів у 2019 році склала 1,481 мільярда. людей, світовий дохід від туризму в 2019 році становив приблизно 1,6 трлн. євро (1,323 млрд євро) [93]. Зросла і вартість туристичної поїздки: максимальна вартість склала 1248 доларів. США у 2019 році мали найбільший обсяг іноземної валюти, заробленої туристичними послугами, обігнавши всі інші галузі, включаючи нафту, телекомунікаційне обладнання, автомобілі та інші послуги.

Багато розвинутих країн Заходу, таких як Швейцарія, Австрія, Франція та Сполучене Королівство, пояснюють більшу частину свого економічного успіху доходами, пов'язаними з туризмом. Доходи від експорту, пов'язаного з туризмом, мали вирішальне значення для економічного відновлення європейських країн після Другої світової війни. Активний туризм є одним із основних способів покриття торгового дефіциту.

Багато дослідників туризм називають «невидимим експортом». Унікальною характеристикою цієї галузі є те, що туристичні послуги чи товари, призначені для експорту, фактично не експортуються з країни. Натомість споживач сам подолав відстань між ним і продуктом, що цікавить. Туризм охоплює як експорт та імпорт туризму, так і постачання товарів і послуг. Багато джерел доходу для експорту невидимого туризму отримують від туристів, які прибувають до країни, а також від продажу квитків на

місцевий транспорт та інших послуг у країні.

Останні статистичні дані Барометра міжнародного туризму UNWTO свідчать про те, що дохід туристичних центрів у всьому світі від витрат іноземних відвідувачів на проживання, їжу, розваги, покупки та інші послуги й товари становив приблизно 1,2 мільярда доларів у 2019 році, Сполучені Штати мала найвищий дохід серед усіх країн світу. З урахуванням коливань валюти та інфляції зростання склало приблизно 5%. Якщо упорядковувати регіони за розподілом доходів, то можна зробити висновок, що Європа має 42% усіх доходів від міжнародного туризму, тоді як Азіатсько-Тихоокеанський регіон становить 31%, Американський регіон займає третє місце з часткою 20%, а на останніх місцях Близький Схід - 4% загального доходу та Африка, частка якої становить 3%. [93].

Зростання в'їзного міжнародного туризму не тільки відповідає за грошові доходи країни від туризму, але й впливає на стабільність регіональних ринків праці та інтенсифікацію зв'язків між країнами, залученими в туризм. Загальновідомо, що в основних нормативно-правових актах, що стосуються туристично-рекреаційної сфери України, цей напрямок є пріоритетним. Зростання в'їзного туризму має значний вплив на весь регіон. Експерти підраховали, що було б ефективним, якби обсяги внутрішнього туризму в три рази перевищували обсяги зовнішнього. У зв'язку з цим необхідно докладати більше зусиль для сприяння розвитку підходів, орієнтованих на майбутнє.

Міжнародний туризм сприяє диверсифікації економіки шляхом створення галузей, які обслуговують туристичний сектор. Індустрія міжнародного туризму надзвичайно небезпечна, це пов'язано, перш за все, з різним рівнем економічного розвитку між країнами та регіонами. Туризм не є продуктом першої життєвої необхідності, тому він стає важливою необхідністю для когось лише за певного рівня доходу та певного рівня багатства в суспільстві. Найбільшого розвитку міжнародний туризм отримав у країнах Західної Європи. На цей регіон припадає понад 70% світового

туристичного ринку та понад 60% світового доходу від туризму.

У СOT є дані, які показують, що у світі є 15 країн, які спеціалізуються на туристичних послугах, ці країни мають дохід від туризму, який перевищує дохід від експорту, як це часто буває. Це невеликі держави на невеликих островах у тропічному та субтропічному регіонах, зокрема Барбадос, Сейшельські острови та ін. До найбезпечніших країн для мандрівників належать: Аруба, Бонайре та Кюрасао, Сінгапур, Ісландія, Швейцарія, Бутан, Нова Зеландія, Ірландія, Кіпр та Дубай.

У 45 країнах доходи від туризму перевищують обсяги експорту, створеного їхніми країнами (переважно країнами, що розвиваються, із слаборозвиненою економікою). Для 38% країн туризм є основною формою доходу, а для 83% країн туризм є частиною п'яти основних джерел доходу.

Загалом 65% усіх міжнародних мандрівників відвідують країни Європи, 20% відвідують Америку, а 15% відвідують інші напрямки. Основними чинниками, що впливають на розвиток виїзного туризму в розвинутих країнах, є економічні та соціальні, насамперед зростання доходів фізичних осіб (потенційних туристів), що перевищує поріг, необхідний для покриття необхідних витрат. Суб'єктивні причини пов'язані з діяльністю державних організацій, які контролюють в'їзд і виїзд на територію іноземців. Зростання іноземного туризму в країні в першу чергу обумовлено бажанням збільшити міграцію іноземних коштів і створити нові робочі місця. Багато країн намагаються вирішити проблему платіжного балансу шляхом сприяння розвитку міжнародного туризму.

Туризм має значний вплив на формування валового внутрішнього продукту, забезпечує зайнятість населення, поповнює бюджети різних рівнів, сприяє надходженню іноземної валюти, забезпечує соціальний добробут і якість життя людей. , це також впливає на розвиток суміжних галузей, таких як зв'язок, транспорт, сільське господарство, виробництво споживчих товарів. У цьому контексті зростання туризму в Україні стало більш значним.

Сфера туризму має прямий вплив на соціальні параметри життя

населення (відповідно зміцнення здоров'я та загальний розвиток людини), а також опосередкований вплив через покращення економічних показників країни: зростання ВВП, зростання доходів, зайнятості, та інші показники. Підвищення всіх сторін економічного життя населення є основоположним принципом зростання його добробуту, зміцнення здоров'я та збільшення тривалості життя. Усе це вважається фактором прискореного розвитку, в тому числі й туристичного сектору.

Найпопулярнішими країнами серед туристів, перше місце посідає Франція. За 2023 рік було зафіксовано близько 100 млн прибутків в цю країну. Це становить 68,6 млн. доларів.

На другому місці знаходиться Іспанія, яка в тому ж 2023 році прийняла 85,2 млн туристів. Означена країна отримала 92 млн. доларів.

На третьому місці – США, куди прибуло в цьому ж році 66,7 млн. туристів. Сполучені Штати Америки отримали найбільший прибуток від відвідувачів. Він склав – 175,9 млн. доларів.

«До країни, які заробили найбільше на туристах, слід віднести:

- США — майже 176 млн. доларів;
- Іспанія— 92 млн. доларів;
- Британія — майже 74 млн. доларів;
- Франція — близько 69 млн. доларів;
- Італія — майже 56 млн. доларів;
- ОАЕ— 52 млн. доларів;
- Туреччина— понад 49 млн. доларів;
- Австралія — більш ніж 46 млн. доларів;
- Канада — понад 39 млн. доларів;
- Японія — більш ніж 38 млн. доларів.» [36]

Очікується, що екологічна роль з часом зростатиме. З іншого боку, туризм функціонує як споживач природних і рекреаційних благ і займається їх збереженням. І навпаки, зростання попиту спричиняє збільшення антропогенного тиску на територіальні рекреаційні системи, особливо

традиційні чи модні. Підвищена інтенсивність туристичної діяльності призводить до збільшення кількості нових напрямків, які залучаються, а технічні можливості дозволяють більший розвиток. Тому охорона навколишнього середовища повинна бути важливою складовою сталого розвитку туризму.

Зростання туризму є важливим не лише для економічного розвитку країни, але й для соціальної, культурної та духовної сфери. Як наслідок, вплив рекреації та туризму на соціальні показники економічного розвитку як окремих держав, так і країни в цілому є значним.

Кількість міжнародних туристів, які відвідали наступні напрямки в 2023 році.[36]

- « Італія — більш ніж 57 млн. прибуттів;
- Туреччина — понад 55 млн. прибуттів;
- Мексика — близько 42 млн. прибуттів;
- Велика Британія — понад 37 млн. прибуттів;
- Німеччина — майже 35 млн. прибуттів;
- Греція — близько 33 млн. прибуттів;
- Австрія — майже 31 млн. прибуттів.»

У практиці туристичних подорожей розрізняють країни, які надають туристів, і країни, які зазвичай приймають відвідувачів. До першої належать: США, Німеччина, Англія, Бельгія, Данія та ін. До другої – Франція, США, Іспанія, Італія та ін. Статистика СОТ свідчить, що останнім часом кількість міжнародних поїздок та отриманий від них дохід зросла в усіх частинах світу.

Поряд з Китаєм, Гонконг, Малайзія, Сінгапур, Таїланд, Республіка Корея, Індонезія та Тайвань стали популярними туристичними напрямками в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні в другій половині 20 століття. Ці країни приваблюють іноземців насамперед своїм ексцентричним характером, недорогими покупками та усталеними розвагами.

Надзвичайно радикальні зміни в структурі міжнародного туризму

протягом 20 ст. відбулося на африканському континенті. Якщо наприкінці 1980-х років був вищий відсоток прибуттів, ніж на початку 90-х – поїздок у межах регіону. Зовнішня торгівля континенту стала найважливішою в Африці. Сьогодні на ринку міжнародного туризму добре закріпилися Єгипет, Туніс і Марокко (пляжний і пізнавальний туризм), Зімбабве і Кенія (сафарі) і Південно-Африканська Республіка (пляжний і пізнавальний туризм). Деякі африканські країни (Кенія, Танзанія, Уганда, Південна Африка, Намібія та Ботсвана) створили систему національних парків, яка сприяє збереженню екологічних ресурсів і розвитку екологічного туризму. Експозиція мультфільму «Мадагаскар» привернула на острів багатьох гостей. Однак фактори, які сьогодні перешкоджають розвитку міжнародного туризму в Африці, включають нерозвинену інфраструктуру, низьку якість обслуговування, високий рівень злочинності та, зокрема, політичну нестабільність.

Відповідно до СОТ, якщо туризм є активним і має різноманітну економіку в регіонах з активною та різноманітною економікою, то туризм матиме умовний вплив на соціально-економічні питання, він також буде ефективним методом створення робочих місць та зменшення бідності. в цих регіонах.

В результаті існує пряма залежність між прогресом туризму і загальним станом економіки країни. Поведінка подорожей дуже залежить від зростання чи занепаду економіки.

Виходячи з наведеної вище інформації, ми можемо означити наступне:

1. Міжнародні туристичні поїздки класифікуються за великою кількістю атрибутів, в основному похідних від туризму, але також залучених до інших сфер, таких як планування подорожей.

2. Класифікація міжнародних подорожей туристів проводиться з метою вивчення статистики міжнародного туризму, визначення зміни попиту на різні види туристичних послуг, розрахунку вартості туристичної поїздки.

3. Різноманітність видів туризму пояснюється використанням сучасних маркетингових технологій у веденні бізнесу в туризмі та під час просування існуючих і нових напрямків.

4. На класифікацію міжнародного туризму впливають численні фактори: поширення процесів глобалізації; відкритість туристичних ринків у кожній країні; активна інтернаціоналізація суб'єктів господарювання; поширення технологічних інновацій; використання Інтернету в повсякденному житті; і

5. Створення нових туристичних пропозицій, що поєднують різні види міжнародного туризму, впливає на формування попиту та спонукатиме більшу кількість туристів до подорожей.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Міжнародний туризм: аналіз та територіальні особливості розвитку

Сучасна індустрія туризму є однією з найрозвиненіших галузей світової економіки, це найважливіша частина світового ринку послуг. Сфера туризму має величезні можливості для зростання. Вона безпосередньо зв'язується з різними частинами економічних систем країн світу, надаючи значний вплив на їх повсякденне життя з точки зору соціально-економічних питань.

Загальний прямий внесок подорожей і туризму в світовий ВВП у 2022 році склав 1,7 трильйона, що становить 1,7% світового ВВП за даними Світової ради з подорожей та туризму (WTTC).

Розмір світової туристичної індустрії до 2033 року планується збільшити на 50% порівняно з 2019 роком, до \$15,5 трлн, зазначає Bloomberg із посиланням на передбачення Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC). Означена сума становитиме близько 11,6% всесвітньої економіки.

В 10-річному прогнозі обмірковується економічний внесок провідних світових туристичних ринків та розгортається п'ятірка найвагоміших економік в індустрії подорожей та туризму станом на 2022 рік із погляду на внесок у ВВП. Вони zostалися такими ж, як були і до 2019 року: США, Китай, Німеччина, Велика Британія та Японія. Франція, Мексика, Італія, Індія та Іспанія закрили першу десятку.

Також внесено дані про вклад подорожей та туризму в ринок праці: в цілому до 2033 року в індустрії буде працевлаштовано до 430 млн людей в порівнянні з 334 млн в 2019 році. Це орієнтовно одне із дев'яти робочих місць у світі.

«Очікується, що сфера подорожей зростатиме набагато швидше, ніж економіка загалом».

«Економісти кажуть, що світовий ВВП зростатиме у річному обчисленні приблизно на 2,6% на рік, у подорожах та туризмі ми очікуємо близько 5,1%», – каже Джулія Сімпсон, президент та головний виконавчий директор WTTC.»

Сімпсон додає, «що ще один прогноз WTTC вказує на майбутні великі зміни: протягом наступних 10 років туристична сфера США, яка є найбільшою у світі з річним обсягом виробництва \$2 трлн, поступиться Китаю.»

Передбачається, що до 2033 року туристичний відділ Китаю притягне \$4 трлн і буде демонструвати 14,1% китайської економіки. [16].

Варто зосередитись на тому, що всім планам на розвиток міжнародного туризму на подальші роки зробив велику шкоду COVID-19.

Як наслідок, за останні роки, що передували пандемії, спостерігалось значне зростання туристичних відвідувань усіх частин світу. Однак цей рік також був роком багатьох труднощів, світу довелося мати справу зі стихійними лихами, проблемами безпеки та навіть боротьбою за власне досягнення.

У 2019 році кількість міжнародних туристів становила 1,5 мільярда людей, що на 4% більше, ніж у попередньому році. Це рекорд за десятиліття, і зростання туризму було швидшим, ніж світова економіка в цілому. Ще 8,8 мільярда людей були змушені відвідати внутрішній туризм. Цей сектор мав обсяг експорту в 1,5 трлн. Кожна 10-та людина на планеті була причетна до цього прямо чи опосередковано.

Незважаючи на те, що країни та міжнародні організації вжили низку заходів для пом'якшення фінансового тягаря COVID-19 і сприяння відновленню туризму, масштаби кризи потребують додаткових зусиль і постійної підтримки.

За прогнозами, криза COVID-19 призвела до значного падіння іноземних інвестицій у 2020 і 2021 роках. У 2020 році глобальні потоки прямих іноземних інвестицій (ПІІ) значно скоротилися з 1,54 трлн дол. У

США у 2019 році популярність впала більш ніж на 50%. У 2021 році фіксується скорочення потоку прямих іноземних інвестицій ще на 5-10%. Остання інформація зі Звіту про світові інвестиції щодо нових бізнес-інвестицій у індустрії туризму, подорожей і гостинності, безпосередньо пов'язані з режимом ізоляції, вважається найбільш руйнівною, особливо це стосується індустрії гостинності та громадського харчування (94%).

До кризи приблизно 58% із 1,5 мільярдів доларів, які щороку витрачали американські туристи на кордоні, подорожували повітряним транспортом, а 39% від загальної суми були використані для наземних подорожей. Завдяки авіасполученням у туристичному секторі було створено приблизно 37 мільйонів робочих місць, а доходи досягли близько 897 мільярдів доларів США на рік у світовому ВВП. Пандемія призвела до безпрецедентних обмежень на пересування людей і товарів по всьому світу, це призвело до ізоляції багатьох країн і регіонів, що призвело до найбільшої кризи в історії авіаційної галузі.

Вплив COVID-19 на пасажирські перевезення також був значним, особливо щодо деяких країн, які заборонили подорожі кораблями, і великих круїзних ліній, які припинили роботу. Круїзний туризм є однією з найважливіших галузей туризму і має значний вплив на економіку країн, що приймають туристів, що круїзний туризм, населення якого становить 28,5 мільйона осіб, приніс приблизно 150 мільярдів доларів у 2018 році. США були провідним виробником товарів і послуг у всій світовій економіці та забезпечили понад 1 мільйон робочих місць.

Окрім наслідків вірусу для робочих місць, ще в серпні 5000 моряків все ще перебували на борту круїзних лайнерів, які чекали на репатріацію, більшість із яких затримувалися через закриття портів і відсутність координації та підтримки між країнами.

Пандемія негативно вплинула на туризм як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) повідомила, що індустрія

туризму втратила 935 мільярдів доларів за перші 10 місяців 2020 року через пандемію COVID-19 і пов'язані з нею обмеження. Це означає, що світовий туризм повернувся до рівня 1990 року. З січня по жовтень 2020 року основні туристичні напрямки відвідало приблизно на 900 мільйонів туристів менше, ніж за той самий період 2019 року. Кількість міжнародних мандрівників (як 2020 року) скорочується на 70-75%, а повернення до рівня 2019 року міжнародних подорожей, як очікується, займе від 2,5 до 4 роки. Стало більш очевидним, що туризм є одним із секторів економіки, які найбільше постраждали від COVID-19.

До пандемії COVID-19 подорожі вважалися формою соціальної компенсації. Люди подорожували в інші країни та етнічні групи, вони знайомилися один з одним особисто або через соціальні мережі.

І, звісно, вони розповіли про нові подорожі, які здійснили: країни, рейси, міста, які вони відвідали, та кількість часу, який провели в подорожах поза домом. розгубленість відчували ті, хто мало подорожував, бо їм не було що висловити. Однак після глобального блокування через суворі правила щодо подорожей соціальне становище подорожей змінилося. Туристи, які намагалися подорожувати під час пандемії, часто стикалися з негативною реакцією навколишнього середовища. Багато людей вважають, що подорожі під час пандемії COVID-19 становлять загрозу для інших через можливість інфікування. Кожен повинен подорожувати чи ні під час епідемій – кожен має вирішувати сам і нести відповідальність за ризики та можливі проблеми як під час поїздки, так і після неї.

2020 рік не був вигідним для туристичної галузі. Це в першу чергу завдало шкоди готельному господарству: постраждала найбільша і найважливіша складова туризму. Щоб компенсувати збитки, деякі готелі творчо підійшли до нових умов ведення бізнесу. Однією із спроб було залучення ділових мандрівників новою концепцією: WFH (англ. робота з дому). Дистанційний режим працевлаштування дозволяє виконувати свої обов'язки, а також проходити лікування в санаторії або відпочивати в

Арабських Еміратах. По всій планеті мережі готелів ініціювали нові ініціативи для просування цієї філософії.

Як наслідок, зараз у списку популярних попитів на готельні послуги вказані додаткові вимоги: стабільний Інтернет, доступні розетки, столи з регулюванням висоти, ергономічні крісла, тихі та комфортні номери. Прикладами цього є: готель Marriott Providence Downtown, який ініціював пакети Day Use зі знижкою 50% для співробітників, які працюють віддалено, готель «White» у Нью-Йорку, який дозволяє людям працювати віддалено та користуватися знижками.

Багато готелів створили акції, які пропонують значні заощадження для гостей, які вирішили жити тут постійно, щоб працювати в готелі протягом декількох місяців або років. Мешканцям дозволено додаткові послуги, в тому числі можливість приводити тварин або членів сім'ї.

Ще одна важлива подія, яка відбулася у 2020 році у світі туризму – візи для незалежних працівників. Вони були введені в багатьох країнах, щоб залучити туристів, яких називають «цифровими кочівниками», тобто робітниками, які не залежать від конкретного місця. До кінця 2020 року подорожі та пересування по світу вже стали можливими.

Зростання індустрії туризму нерозривно пов'язане з ресторанною індустрією, оскільки харчування туристів є частиною туристичних послуг. Як відомо, індустрія туризму зіткнулася зі значними проблемами під час свого розвитку в 2020 році через COVID-19. як світу, так і України.

У підсумку стало очевидним, що світ опинився на порозі серйозної глобальної кризи, яка, за прогнозами, могла тривати щонайменше до середини 2021 року. Цей період відзначався глибокою економічною та соціальною нестабільністю, спричиненою пандемією, що змусила більшість сфер бізнесу шукати нові шляхи виживання. Особливо відчутно це позначилося на ресторанному бізнесі, який виявився однією з найбільш уразливих галузей.

Таким чином, початок пандемії став переломним моментом для

ресторанного бізнесу, коли звичні підходи перестали працювати, а здатність адаптуватися, швидко ухвалювати рішення та гнучко реагувати на виклики стала визначальною для подальшого існування підприємств у галузі.

2.2. Наслідки та перебудова сучасної туристичної індустрії у зв'язку з пандемією COVID - 19

Туризм дає роботу тисячам людей, а іншим дозволяє оцінити культурну спадщину свого народу та народів інших країн, а також красу природи. У деяких країнах частка цього сектора у ВВП перевищує 20%, а туризм, як правило, є третім за величиною експортним сектором планети. Туризм став однією зі сфер, яка найбільше постраждала від кризи COVID-19. Відновлення туристичної діяльності дає можливість для трансформацій, які зосереджені на регулюванні впливу пандемії на туристичні напрямки та створенні вищого потенціалу для змін серед населення, зайнятого в цій сфері компаній, завдяки інноваціям, цифровізації, стійкості та партнерству.

Згідно з даними за 2019 рік, на частку туризму припадало 7% світової торгівлі, у цьому секторі працює кожен 10-й громадянин планети через складну систему виробництва та розподілу пов'язаних галузей, що забезпечує засоби до існування мільйонам людей у розвинутих країнах і країнах, що розвиваються. Кордони були закриті, готелі не могли функціонувати, а обсяг авіап перевезень різко скоротився, кількість міжнародних туристів скоротилася на 56 відсотків, а загальні втрати туристичного сектору за перші п'ять місяців 2020 року склали 320 мільярдів.

Бажання подорожувати насамперед підживлюється багатством культури, історії та різноманітністю світу. Вплив COVID-19 на туризм має додатковий компонент у збереженні культурної спадщини, а також соціального та культурного складу спільнот, зокрема корінного населення та етнічних груп. Внаслідок викорінення ринків ремесел, продуктів та інших товарів особливо негативно постраждали доходи жінок, пов'язаних з

корінними народами. Під час кризи 90% країн ліквідували або скоротили кількість своїх об'єктів Всесвітньої спадщини, близько 85 000 музеїв були тимчасово закриті.

Оскільки туристична індустрія починає відновлювати роботу в частинах світу, де раніше не було зв'язку та довіри споживачів, невизначеність, пов'язана зі сценаріями пандемії та наслідками економічного спаду, справляє безпрецедентний вплив на туристичний сектор. Секрет швидшого одужання полягає в допомозі мільйонам громадян і створенні умов для екологічно відповідального туризму. Нинішня криза також вважається безпрецедентною можливістю переглянути взаємозв'язок між туризмом і природою, кліматом і економікою.

Закриття природних територій із заповідним статусом через COVID-19 сильно вплинуло на дику природу. У деяких парках і територіях, які охороняються, кількість випадків браконьєрства та мародерства значно зросла, частково це пояснюється зменшенням кількості туристів і працівників. Наприклад, у кенійському заповіднику Мара-Набіско дохід від туризму, який забезпечував заробітну плату 40 мисливцям, знизився, втрата місцевого бізнесу, пов'язаного з туризмом, призвела до смерті понад 600 сімей масаїв. Організація "Conservation International" заявляє, що криза призвела до збільшення споживання м'яса диких тварин в Африці та збільшення вирубки лісів в Азії, Африці та Латинській Америці. Управління охорони дикої природи Уганди повідомило про удвічі збільшення браконьєрства в період з лютого по травень 2020 року порівняно з 2019 роком. Товариство охорони дикої природи повідомило, що протягом квітня 2020 року в Камбоджі трьох тварин було забито на м'ясо через падіння доходів від туризму. Якщо зусилля щодо збереження не будуть відновлені, поточна криза біорізноманіття може погіршитися. Дика природа є найпопулярнішим місцем для відвідувачів Африки: 80% усіх мандрівників щорічно відвідують континент, щоб спостерігати за дикою природою або брати участь у заходах, пов'язаних із природою. Охоронювані території та

інші сфери природоохоронної біології служать значним джерелом дикої природи та інших ресурсів біорізноманіття і складають «ядро» природної краси планети. На Сейшельських островах, де туризм становить близько 40% усього експорту, екологічні організації втратили багато грошей і ризикують припинити існування. У Кенії 70% фінансування Кенійської служби охорони дикої природи виділяється на туризм. У Зімбабве фінансування операційного бюджету подібної служби «Zimparks» відбувається повністю за рахунок доходів від туризму.

Багато культурних заходів, пов'язаних з нематеріальною спадщиною, таких як традиційні свята та посиденьки, також були скасовані або перенесені. Ті, хто займається сценічним мистецтвом і традиційними ремеслами, включаючи місцевих і корінних жителів, були особливо спустошені. Інші важливі об'єкти, такі як музеї та об'єкти спадщини, також сильно залежать від доходів від туризму з метою моніторингу, збереження та археологічних досліджень. Зменшення відвідувачів безпосередньо вплинуло на відповідні операційні бюджети.

Ця криза також вимагає більш широкої основи для вимірювання всіх наслідків туризму та розробки політики, що ґрунтується на фактичних даних. За допомогою туризму будуть удосконалені системи збору даних, наукові підходи та показники, засновані на показниках і цілях, включаючи ініціативу оцінки сталого туризму, прийняття якої триває і передбачає вимірювання трьох аспектів стійкості туризму – економічного, соціального та культури, а також Міжнародна мережа обсерваторій сталого туризму ЮНВТО. Підтримка країн, що розвиваються, у їхніх зусиллях щодо зміцнення свого статистичного потенціалу та участі в цифрових та інших нових технологіях і методах моніторингу та звітності має вирішальне значення для сталого планування та регулювання туризму.

Криза виявила необхідність переглянути структуру туристичної економіки з метою підвищення конкурентоспроможності та зміцнення можливого захисту. Щоб досягти цього, туризм може:

- прийняти нові політичні традиції, які більш сприятливі для створення надійного та стабільного ділового клімату;
- сприяти розвитку туристичної інфраструктури та створенню системи якісних послуг, що сприятиме розвитку інших галузей.
- запропонувати альтернативні джерела доходу громадам, які залежать від туризму, щоб підвищити їхню здатність долати катастрофи.
- виділяти кошти на освіту та навчання жінок, у тому числі в усіх сферах, це сприяло б створенню більш привабливих робочих місць і збільшенню стійкості, наприклад, у розвитку мовних здібностей.
- створити повну картину продуктивних зв'язків між туризмом та іншими секторами економіки, особливо транспортом і торгівлею, за допомогою різноманітних товарів і послуг.
- диверсифікувати ринки, збільшити різноманітність продукції та вирішити питання, пов'язані з сезонністю, а також сприяти забезпеченню цілорічного попиту;
- посилити зв'язок між покращенням транспорту та розвитком туризму та сприяти стабільній та стійкій транспортній інфраструктурі як складовій розвитку індустрії туризму. Це дозволить туризму бути більш стабільним і доступнішим.
- щоб підвищити інтерес відвідувачів, вони повинні отримати нові знання, включаючи вивчення культурних артефактів і вираження культурної творчості, а також креативних індустрій.
- за необхідності сприяти розвитку місцевого та внутрішнього туризму;
- переорієнтувати професійні здібності та навички, щоб вийти за межі туризму та забезпечити «розумне поєднання галузей» у місцях, де туризм став єдиною формою економічної діяльності.
- підвищити загальну конкурентоспроможність ММСП та сприяти формалізації сектора;
- розробити системи раннього попередження для індустрії туризму на

основі оцінки ризиків компаній і туристичних місць.

Наступним кроком дослідження буде визнання напрямків дій, які могли б посилити участь України в міжнародному туризмі.

2.3. Сучасний стан розвитку туризму в Україні

Пандемія COVID-19 та запроваджені Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ) обов'язкові епідеміологічні заходи спричинили глибоку економічну кризу у світовій туристичній сфері, починаючи з 2019 року. У цей період туристичні сектори різних країн зазнали значних збитків і стали одними з найбільш уражених галузей економіки. Згодом туристична діяльність поступово почала відновлюватися, і вже до січня 2022 року спостерігалось зростання кількості туристів у весняно-літній сезон, а туроператори відновили повноцінну роботу

Кількість туристів у світі, зокрема й в Україні, суттєво зросла порівняно з мінімальними показниками початку 2021 року. Водночас таке відновлення після різкого спаду все ще не компенсує втрати, завдані пандемією COVID-19. У 2019 році туристичні прибуття в Європі залишалися нижчими від допандемічного рівня на 36%, а в Америці — на 40% [97]. Додатковим чинником невизначеності стало російське вторгнення в Україну, яке підірвало стабільність світової економіки, знизило довіру споживачів та європейців до безпечних подорожей і ускладнило перспективи інвестицій та подальшого розвитку туристичного сектору.

У 2021 році кількість туристичних прибуттів до України сягнула 3 мільйонів, що засвідчило позитивну динаміку у відновленні туристичної сфери [98]. Доходи галузі почали зростати та поступово відновлюватися після спаду, спричиненого пандемією. Проте вже на початку 2022 року частина замовлень була скасована через зростання напруженості у відносинах між Україною та Росією, що завершилося повномасштабним вторгненням держави-агресора. Війна призвела до найтяжчої кризи в історії

українського туризму [99].

Конфлікт і військова агресія справили значний та довготривалий вплив на туристичну сферу постраждалих регіонів. У цьому дослідженні розглядається вплив воєнних подій на розвиток туризму та окреслюються чинники, що зумовили скорочення туристичних потоків, втрату робочих місць, закриття туристичних підприємств, а також руйнування інфраструктури, економічні збитки й уповільнення загального розвитку країни. Серед ключових причин спаду галузі виокремлюються питання безпеки, обмеження на подорожі та знищення туристичних об'єктів. Відчуття небезпеки у постраждалих районах сформувало недовіру серед мандрівників, що зумовило суттєве зменшення кількості іноземних туристів по всій країні [27].

Попри суттєві обмеження, спричинені пандемією та російсько-українською війною, туристична індустрія в Україні та за її межами шукає шляхи виходу з кризи, намагаючись використати будь-які можливості для відновлення та впровадження нових туристичних продуктів.

Україна володіє значним туристичним потенціалом, проте залишається на периферії європейського туристичного ринку через недостатньо розвинену інфраструктуру та низький рівень конкурентоспроможності. Водночас країна багата на культурні пам'ятки та різноманітні природні ландшафти. Найбільш популярними видами відпочинку є екскурсійний, пляжний, лікувально-оздоровчий, гастрономічний туризм та активний відпочинок. Найбільш відвідуваними туристами регіонами є Львівська, Одеська, Івано-Франківська, Закарпатська області та столиця — Київ.

У результаті проведеного дослідження вдалося сформувати загальну оцінку профілю туристичної економіки України, що дало змогу продемонструвати різноманітність факторів, які визначають успіх країни в туристичній сфері, а також висвітлити ключові проблеми галузі. Протягом останнього десятиліття Україна зазнала суттєвих трансформацій під впливом подій 2014 року, пандемії COVID-19 та російської агресії.

Аналізуючи окремі складові туристичного профілю країни, можна визначити кілька стратегічних напрямів підвищення її конкурентоспроможності у сфері туризму:

1. Розвиток інфраструктури. Якісна інфраструктура є важливим чинником конкурентних переваг у туризмі. Особливу роль відіграють транспортна система, безпека туристів, а також соціально-побутові послуги, зокрема чистота й доступність громадських просторів, належне вуличне освітлення, якість дорожнього покриття тощо.

2. Визнання туризму пріоритетом державної політики. Розвитку галузі сприятиме створення ефективних економічних механізмів підтримки інвесторів. Податкова політика має бути орієнтована не на посилення фіскального навантаження, а на його оптимізацію, що забезпечить реальні фінансові надходження, стабільність та інвестиційну привабливість галузі, а також розвиток інновацій і впровадження новітніх технологій.

3. Удосконалення нормативно-правової бази та збереження довкілля. Поєднання якісної правової регуляції з належним рівнем безпеки та охорони навколишнього середовища здатне зміцнити туристичний ринок України. Важливу роль у цьому відіграє збереження природної та культурної спадщини, адже екологічний та культурний потенціал країни є вагомим ресурсом для сталого розвитку туризму.

Розвиток ключових напрямків є основою для формування та розширення позитивного інформаційного фону туризму в Україні.

Особливе значення має розвиток туристичної інфраструктури, яка безпосередньо впливає на якість надання послуг. З цією метою запропоновано такі заходи для підвищення конкурентоспроможності туризму:

- визнання туризму пріоритетною сферою державної політики;
- удосконалення системи екологічного регулювання;
- модернізація та розбудова інфраструктури.

Потенціал в'їзного туризму в Україні визначається передусім

різноманіттям туристичних ресурсів. Завдяки їхній унікальності, екзотичності та доступності вони залишаються привабливими для іноземних відвідувачів. Важливу роль у просуванні українського туристичного продукту відіграють також інтерес міжнародних медіа й зарубіжних громадян до подій та культури України, що сприяє зміцненню позицій країни на світовому туристичному ринку.

Культурна спадщина українського народу, популярність видатних особистостей, історичні досягнення, а також значна чисельність української діаспори у світі роблять українську культуру впізнаваною й затребуваною на міжнародному рівні. Важливим чинником розвитку є і високий рівень кваліфікації робочої сили, що створює передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

Україна має вигідне транспортно-географічне розташування. Її територія є сполучною ланкою між Південною та Центральною Європою, Близьким Сходом і Африкою. Крім того, налагоджено транспортні коридори між країнами Західної Європи, Скандинавії, Балтії та регіонами Закавказзя, Середньої Азії, Далекого Сходу, Китаєм і Індією. Зацікавленість усіх учасників у розвитку цих зв'язків сприяє зміцненню транспортної системи Європи й Азії, у якій українські автошляхи відіграють значну роль.

Варто підкреслити важливість залізничних транспортних коридорів, що проходять територією України. Йдеться про створення швидкісних магістралей міжнародного рівня, які матимуть потужний вплив на розвиток транспортних послуг, сприятимуть економічному зростанню прилеглих територій та відіграватимуть значну роль у розширенні туристичної інфраструктури.

Передбачається формування спеціалізованих комплексів, які слугуватимуть зупинками на транспортних маршрутах, особливо на перехрестях магістралей та поблизу великих населених пунктів. Вони забезпечуватимуть мандрівників умовами для проживання, відпочинку та належного сервісу.

За оцінками уряду, транспортні шляхи безпосередньо впливають на смуги території завширшки 150–200 кілометрів. Це означає, що за умови реалізації планів з будівництва нових магістралей практично вся територія України отримає позитивний ефект. У підсумку програма забезпечить ефективне поєднання більшості туристичних об'єктів країни з транспортними коридорами, що значно підвищить їх доступність та привабливість.

Зростання популярності в'їзного туризму є однією з ключових складових внутрішньої та міжнародної політики багатьох держав. Він виступає важливим джерелом іноземних надходжень до національних економік, сприяє стабілізації місцевих ринків праці та виконує роль засобу комунікації зі світовою спільнотою. Окрім економічного аспекту, в'їзний туризм суттєво впливає на соціальну сферу та культурний розвиток місцевих громад.

Загалом, забезпечення безпеки туристів, відновлення інфраструктури та туристичних об'єктів, підвищення якості послуг, а також активізація маркетингової та рекламної діяльності є ключовими умовами для відновлення й подальшого зростання туристичного сектору в постраждалих регіонах України. Інвестиції у сферу туризму не лише стимулюють розвиток місцевої економіки, але й відіграють важливу роль у процесі розбудови миру, сприяючи культурному обміну, налагодженню взаєморозуміння та зміцненню комунікації між громадами.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ УЧАСТІ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ

3.1. Прогнозні перспективи і способи підвищення міжнародної туристської привабливості України

Сьогодні посилений розвиток туризму призвів до того, що країна має такі переваги:

- збільшення грошових потоків, у тому числі прийом іноземної валюти від відвідувачів іноземних держав;
- зростання доходів населення.
- збільшення валового національного продукту;
- допоможе зберегти культурно-історичні артефакти.
- бюджет поповнюється за рахунок збільшення податкових зборів гостювого регіону та інших надходжень.
- створення нових робочих місць, наприклад збільшення зайнятості населення; залучення капіталу, в тому числі іноземного;
- розвиваючи сферу туризму, країна зростає й в інших галузях [85].

Це означає, що збільшення туристичного населення в Україні матиме потенціал для пожвавлення економіки країни.

Крім того, важливо визнати, що сьогодні туризм в Україні переживає непрості часи, кількість в'їзних туристів почала зменшуватися з 2014 року (табл. 3.1.1). З цієї цифри видно, що, наприклад, кількість іноземних резидентів України, які відвідали країну в 2006-2013 роках, становила 22 мільйони. 326 тис. осіб, то починаючи з 2014-2016 рр. ця цифра становила 12 млн. 824 чоловіки, або зменшилася майже на дві третини.

Таблиця 3.1.1

В Україну направляються туристи, склад яких згідно [17]

Рік	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2000	2013998	377871	285353	1350774
2001	2175090	416186	271281	1487623
2002	2265317	417729	302632	1544956
2003	2856983	590641	344332	1922010
2004	1890370	436311	441798	1012261
2005	1825649	326389	566942	932318
2006	2206498	299125	868228	1039145
2007	2863820	372455	336049	2155316
2008	3041655	372752	1282023	1386880
2009	2290097	282287	913640	1094170
2010	2280757	335835	1295623	649299
2011	2199977	234271	1250068	715638
2012	3000696	270064	1956662	773970
2013	3454316	232311	2519390	702615
2014	2425089	17070	2085273	322746
2015	2019576	15159	1647390	357027
2016	2549606	35071	2060974	453561
2017	2806426	39605	2289854	476967
2018	4557447	75945	4024703	456799
2019	6132097	86840	5524866	520391

Потік внутрішніх мандрівників зменшився ще більше, особливо це стосується періоду 2006-2013 років. Середня кількість внутрішніх мандрівників становила 1 млн 64 тисячі. осіб, з 2014-16 рр. середня кількість туристів зменшилася майже втричі і склала 337 тис. чоловік. Незважаючи на незначне погіршення ситуації протягом 2017-2019 років, туризм сьогодні потребує значної допомоги та перегляду з боку уряду.

У 2019 році дохід України від туризму становив лише 2,3 млрд. Доларів (рис. 3.1.1), проте в інших європейських країнах цей показник у 20-30 разів більший.

Зокрема, у Франції – 66,8 млрд. Іспанська валюта, долари, є п'ятою за популярністю у світі після фунта, євро та доларів. Вартість британської валюти, долара США, у Великій Британії становить 62,8 мільярда доларів. Китайська валюта, долар США, коштує 56,962,8 мільярда доларів. Долар США. Крім того, у структурі ВВП України доходи від туризму становлять 1,7-2,5% від загального обсягу.

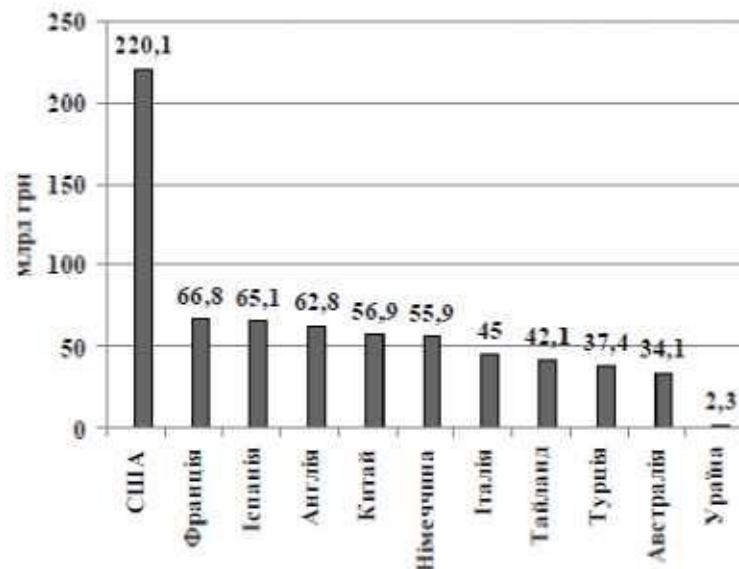


Рис. 3.1.1 Доходи від туризму в розвинених країнах задокументовано в [91, 92, 93].

Сьогодні, коли сфера туризму відчуває дефіцит популярності, для туристичних компаній вкрай важливо виділитися та першими вийти на ринок. У зв'язку з цим провідні туристичні агентства все більше звертають увагу на сучасну інформаційну систему, яка використовується в управлінні туристичною діяльністю. Тому що він ефективний як засіб спілкування з цільовою аудиторією і як засіб побудови бізнес-процесів.

Сучасний інформаційний світ побудований таким чином, що за допомогою додатків для смартфонів ви можете забронювати номер у готелі за кілька кроків, спланувати маршрут, купити квитки, знайти найпопулярніше місце в новому місті, прочитати про місцевість і поговорити з незнайомцями. рідною мовою. Мобільні додатки для туристів і мандрівників допоможуть максимально ефективно і приємно спланувати і провести відпустку.

Основна мета сучасних туристичних ініціатив наведена в таблиці 3.1.2.

Туристичні програми для мобільних пристроїв включають:

- інші карти, такі як Google, використовуються для доповнення інформації на карті.

- мандрівники;
- програми, які ілюструють найближчі доступні точки доступу Wi-Fi на всій планеті;
- додатки, що полегшують вибір і купівлю готелів і авіаквитків.
- додатки, що полегшують придбання квитків на залізницю та авіакомпанію на певному напрямку;
- визначення найближчих закладів і місць, які відповідають певним вимогам (наприклад, наявність Wi-Fi).
- туристичні форуми та агрегатори турів.

Щоб підвищити популярність українського туристичного продукту, інформація про українські туристичні послуги повинна бути включена в ці сучасні інформаційні системи та додатки.

Таблиця 3.1.2

Основна мета туристичних ініціатив, згідно [27]



Сьогодні одна з найпопулярніших і найпоширеніших програм, розроблена для допомоги мандрівникам і туристичним компаніям, – «Карти Google», яка є похідною від безкоштовного картографічного сервісу та технології, що належить Google. Сервіс являє собою карту та супутникові

знімки поверхні суші планети. Багато областей мають високодетальні аерофотознімки (отримані з висоти 250-500 м), які доступні в деяких регіонах, і їх можна переглядати під кутом 45° з чотирьох різних частин світу. Додатково відображаються зображення Місяця та Марса (додайте відповідні зображення). Сервіс поєднує бізнес-каталог і дорожню карту з пошуком маршрутів, які охоплюють США, Канаду, Японію, Росію, Гонконг, Китай і частину Європи (тільки міста). Компанія «Гугл» постійно вдосконалює свої карти, додаючи до них нові функції в міру того, як вони стають більш корисними. Як стверджують розробники та автори, з їхніми картами неможливо втратити кульки. За допомогою карт Google ви можете прокласти маршрут будь-якої складності та визначити, якими способами пересування найзручніше дістатися до місця призначення. Крім того, Google намагається зробити всі свої карти доступними в автономному режимі. Без сумніву, на даний момент цей додаток має бути присутнім як у смартфонах мандрівника, так і будь-якого іншого жителя міста. Саме через цей інструмент необхідно популяризувати нашу країну, передавати карти та фото та відео туристичних центрів України.

Сервіс Google Maps також пов'язаний з додатком Google Earth, який є окремою програмою для комп'ютерів, а також для FreePascal і Linux, Mac OS. Подібно до Google Maps, Google Earth надає вам можливість візуалізувати зображення поверхні Землі, збільшити рівень масштабування та створити маршрути для подорожей. Його переваги полягають у тривимірному зображенні земної поверхні (включаючи рельєф), можливості спостерігати будь-що зверху або під певним кутом, поступове покращення зображення в міру додавання додаткових деталей (не потрібно чекати наперед). «білих плям», як у Google Maps). , здатність плавно переходити між шкалами (на відміну від простого вибору з набору попередньо визначених значень).

Amadeus є однією з найвідоміших глобальних систем розподілу (GDS) у світі, ця система полегшує автоматизовані транзакції між компаніями та іншими учасниками в усіх сферах туризму. Це відіграє значну роль у сфері

туризму сьогодні. Що стосується міжнародного бронювання, то система є найбільшою в світі. Її послугами користуються понад 70% європейських туристичних компаній і 36 мільйонів туристів (щоденно) [2]. Ця система складається з кількох модулів, які полегшують бронювання: рейсів (Amadeus Air); автомобілі (Amadeus Car); готельні номери (Amadeus Hotel); та квитки на спортивні та культурні заходи (квитки Amadeus). Крім того, він надає різноманітні послуги мандрівникам на поромі (Amadeus Ferry); він також має карту місцевості на екрані, яка вказує на розташування готелю, який цікавить клієнта, визначається (Amadeus Mapping) [66].

Додаток «Booking.com» також вигідний для залучення іноземних мандрівників. "Booking.com" - мобільна версія однойменного сайту бронювання готелів.

Це найпопулярніша європейська система для проданих ночей у готелях (оборот у 2,8 мільярда євро у 2018 році), щомісяця її відвідує понад 20 мільйонів користувачів. Компанія має різноманітні готелі від розкішних до найбюджетніших. Контент бази даних містить приблизно 320 000 готелів у 184 країнах, сайт доступний 43 різними мовами. Додаток дозволяє забронювати номер в будь-якій точці світу за розумною ціною. На жаль, на сьогодні українські готелі, які використовують цю систему, є небагато, а саме в Україні доступно близько 2000 варіантів розміщення, у порівнянні з 51 439 готелями в Італії, 19 694 у Франції, 9 330 у Німеччині та ін.

Ще однією інноваційною функцією є програма «Nearest-Wiki», ексклюзивна для власників пристроїв Apple. Однак для тих, хто використовує платформу «Android», створено новий додаток «Layar». Основна мета цих додатків — визначати місцезнаходження користувача за допомогою супутникових технологій і накладати піктограми кав'ярень, ресторанів, музеїв та інших напрямків на карту місцевості.

Під час роботи програми опис місць, які може спостерігати об'єктив, відображається прямо на екрані, ви дивитесь на екран свого телефону і бачите інформацію про те, хто його побудував і коли він був побудований, а

також про Королівський палац, найбільш значні події, що відбувалися в його стінах. Цей тип заявки має включати всі вищезазначені місця, музеї та об'єкти культурно-історичного значення в Україні. Зручніше використовувати Aroundme, який містить список місць розташування ресторанів, лікарень, банків та інших організацій.

Ще одним вигідним додатком сучасного туриста є «TripAdvisor». "TripAdvisor" - це справді важливий веб-сайт і програма, яка являє собою комбінацію системи пошуку готелів та інших напрямків разом із каталогом відгуків і пропозицій. Це полегшить будь-яку спробу, яка передбачає пошук найефективнішого варіанту, використовуючи колективні знання користувачів.

Для кожного міста TripAdvisor містить список місць, які варто відвідати. До унікальних можливостей програми можна віднести миттєве знаходження найкращої лікарні, перукарні чи сауни в місті на основі оцінки користувача. Додаток працює в Інтернеті, але якщо у вас немає місцевої картки мобільного телефону, ви можете завантажити автономну версію Trip Advisor. Ви також можете шукати авіаквитки через додаток. Ця програма сприяє конкуренції між готелями та цілими країнами та сприяє підвищенню якості обслуговування.

Однією з найефективніших програм для придбання квитків на переліт є «Skyscanner», яка також є бюджетною. Розробники намагаються максимально спростити для користувача купівлю квитків на наступний рейс. Програма також включає бюджетні авіакомпанії. Крім того, ви можете переглянути рейси на два роки вперед і вибрати найдоступнішу ціну. Ви можете завантажити додаток «FlightTrack» і віднести його в корпорацію «Skyscanner». Програма була розрахована на тих, хто постійно спізнюється на реєстрацію, забуває про рейс, збиває дату або збиває місце події.

Програма, яка буде інформувати вас про місця, які варто відвідати поблизу вашого поточного місцезнаходження: вона покаже найближчі пам'ятки, цікаві місця, ресторани та кафе.

«Світ плаката». Це також дозволяє залишати повідомлення для інших мандрівників про місця, які ви відвідали. Однак найважливішим програмним забезпеченням для туристів і туристичних компаній є глобальна система розповсюдження Amadeus. Amadeus IT Solution надає рішення для автоматизації та розподілу туристичних послуг у всьому світі. Система Amadeus надає інформацію про наявність рейсів і кількість квитків для покупки від 784 авіакомпаній, з яких можна бронювати рейси від 488 авіакомпаній, бронювати номери в 85 715 готелях, орендувати автомобілі від 26 компаній і бронювати круїзи від 20 компаній по всьому світу. Система складається з трьох основних платформ. Перший відповідає за автоматизацію завдання турфірми, продаж квитків онлайн, другий взаємодіє з усіма учасниками туристичного ринку щодо конкретної турфірми, наприклад, якщо турфірма бажає укласти договір з мережею готелів або мати певну компанію, яка приймає туристів. Третя платформа відповідає за допомогу страховим компаніям у продажу та управлінні страховими послугами по всьому світу через спеціальні інтерфейси та мобільні додатки. Через систему Amadeus можна забронювати житло, купити квитки на автобуси, літаки, пороми, а також взяти напрокат автомобілі, відвідати концерти та інші значні події, взяти участь у міжнародних виставках.

Навколо світу – це додаток для подорожей, який є частиною популярного видання, присвяченого мандрівникам. Програма візьме на себе вашу роль гіда в новому незнайомому для вас місті, користувач може завантажити мультимедійні путівники, які містять фотографії, аудіорозповіді, опис міста та маршрут на інтерактивній карті. «Hotel Tonight» - ця ініціатива не підходить для попереднього бронювання номерів. Однак, якщо ви хочете знайти готель, який дозволить вам відразу залишитися на ніч, програма повідомить вам адреси найближчих готелів. На жаль, поки програма співпрацює лише з готелями у великих містах Європи, США та Канади. Для попереднього бронювання підходить додаток «Hotelzon Mobile», який має більший географічний охоплення.

Сьогодні важливо підвищити популярність нашої країни як туриста, використовуючи ці програми. Сьогодні більше половини українських туристичних напрямків, закладів розміщення та харчування не вказано на електронних картах України, що негативно впливає на популярність країни як туристичного напрямку в Україні. З огляду на нестабільну політичну ситуацію на території нашої держави, інноваційні проекти у сфері туризму повинні активно розвиватися, перш за все – залучати вхідний капітал, адже іноземні інвестори не дуже зацікавлені витратити свої кошти на українську. проекти. Як наслідок, щоб підвищити популярність України як туристичного напрямку, необхідно «йти в ногу з часом» і використовувати на його користь інноваційні технології.

Неважко придумати маршрут, яким можна було б скористатися в цьому випадку. Виходячи з наведеної вище інформації, можна виділити три основні причини, які перешкоджають розвитку туристичної галузі в Україні:

- відсутність достатньої туристичної інфраструктури;
- нерівномірно розподілені ціни на туристичні (в тому числі готельні) послуги;
- брак знань серед іноземних резидентів щодо потенціалу для туризму в Україні.

Ці проблеми взаємопов'язані, але зарубіжний досвід показує, що їх легко вирішити. Таким чином, заходи, спрямовані на збільшення кількості відвідувачів нашої країни, повинні складатися з 3 частин. Як наслідок, популяризація країни як туристичного напрямку, швидше за все, збільшить кількість туристів. Що, у свою чергу, вплине на інвестиційний потенціал сектору гостинності. Крім того, наявність великої кількості нових готелів збільшить кількість номерів на 1000 жителів середньої європейської країни до 7. Це посилить конкуренцію в готельній індустрії, що змусить готельєрів розглянути розумну цінову стратегію, збільшуючи асортимент. послуги та розробка успішної програми лояльності для клієнтів.

Іншим можливим вирішенням цієї проблеми є зниження цін на

розміщення в готелях до прийнятного рівня, збільшення обсягу послуг, а не лише залучення іноземних туристів (за потреби іноземних туристів інформуватимуть про Україну). Це також стане хорошою мотиваційною складовою для розвитку внутрішнього туризму. Збільшення туристичних потоків у свою чергу призведе до збільшення фінансування галузі, а також збільшення інвестиційної привабливості об'єктів, що призведе як до розвитку туристичної інфраструктури, так і до збільшення надходження коштів у галузь.

Багато європейських туристичних організацій спеціалізуються на внутрішньому, зовнішньому та внутрішньому туризмі в порядку пріоритету інтересів. В Україні 90% туристичних компаній, що спеціалізуються на виїзному туризмі, діють.



Рис. 3.1.2 Динаміка кількості іноземних туристів в Україну, 1 млн осіб.

З малюнка видно, що нове місто менш популярне, ніж старе. 3.1.2, суттєвого зростання в'їзного туризму в Україні в найближчі три роки не прогнозується. Це викликано багатьма факторами, але в першу чергу політичною нестабільністю та млявістю.

Ми віримо, що зростання міжнародного туризму в Україну матиме позитивне поєднання ефектів, які включають, серед іншого, позитивний

імідж, економічні, соціальні та інші вигоди, а саме:

- створення іміджу України як країни, що розвиває туризм;
- підвищення міжнародних рейтингів України;
- збільшення кількості іноземних відвідувачів;
- збільшення кількості повторних візитів іноземних мандрівників;
- середній дохід туриста збільшується на 5%;
- збільшення загального обсягу доходів, отриманих від туристичних послуг.
- зростання податкових надходжень до бюджету України від суб'єктів господарювання у сфері туризму;
- позитивний вплив на сектори економіки, пов'язані з туризмом: транспорт, колективне житло, зв'язок, торгівля, сільське господарство та інші сфери.
- позитивні зміни показників якості життя населення внаслідок збільшення туристичних поїздок.

Вважається вигідним, наприклад, намагатися залучити китайських туристів, дотримуючись таких принципів:

- початковим кроком було постійне вивчення потреб китайського туристичного ринку.
- розуміння китайського національного характеру;
- прийом китайських туристів на високому рівні обслуговування;
- запобігання безпеці та страхуванню китайських мандрівників;
- робота з новими інноваціями в туризмі;

Наразі зростання в'їзного туризму в Україні гальмується багатьма факторами, найважливіші з яких наведені нижче.

1. Відсутність позитивної інформації про країну, відсутність реклами на зовнішніх ринках, відсутність підтримки української продукції.

2. Відсутність туристичної інфраструктури. Середня частота використання бази українського готелю становить 69,4%. Лише 22% українських готелів відповідають міжнародним стандартам, тобто в них

можна розраховувати на розміщення іноземних туристів. Окрім готелів, важливо визнати відсутність великих розважальних закладів сучасної епохи. Актуальним залишається питання поганих доріг, зруйнованості транспортної бази, відсутності комфортабельного туристичного транспорту.

3. Відсутність досвіду створення вигідних і привабливих умов для інвестування в місцях розміщення та туристичної інфраструктури України.

4. Низька якість обслуговування, ціни на пропоновані послуги не відповідають якості. У каталогах іноземних туристів в Україні часто зустрічається вислів «не чекайте типового сервісу».

5. Недорозвиненість законодавчої бази.

6. Негаразди у сфері туристично-сувенірної продукції. У національному масштабі сувенірна індустрія скромна, а в багатьох регіонах і місцевостях її взагалі немає.

7. Нерозвинена система оплати товарів кредитними картками.

Незважаючи на численні перешкоди, які заважають розвитку туризму в Україні, галузь має світле майбутнє в країні.

У результаті ми можемо зробити висновок, що на даний момент існують численні способи використання комп'ютерів, мобільних телефонів і планшетів, які полегшують сучасному туристу придбання квитків на поїзд, авіаквитки, житло, культуру, природні заповідники, зупинки відпочинку та послуги таксі. Усі вони покращують життя туриста, а також навчають про країну та житло..

3.2. Сучасні інформаційні та інноваційні технології в організації міжнародного туризму

За останні два століття туристична та готельна індустрія зазнала значних змін і трансформацій. Готельне господарство вважається однією з найпривабливіших галузей для підприємців. Суттєві зміни спостерігаються в розвитку готельного господарства, його утриманні відповідно до необхідних стандартів і технічних умов, наданні послуг певної якості. Це свідчить про

значне збільшення кількості комфортабельних готелів і номерів, збільшення кількості учасників індустрії гостинності, розвиток власних мереж, стабільність щодо збільшення кількості місць розміщення.

Для гостей існують інші цілі та потреби, довіра до нових технологій зростає, у них також зростає бажання вчитися та розуміти, їх також потрібно рекламувати.

Розуміння минулого та потенційні нові виклики (можливості), які учасники готельного бізнесу повинні усвідомлювати, зростають. Визнано основні тенденції та методи, які вплинули на готельну індустрію та все ще впливають на неї, а саме:

1. Авантюрне суспільство. Клієнти вимагають високоперсоніфікованих послуг, унікального досвіду тощо, що призвело до занепаду послуг туристичних агентств і появи «незалежного мандрівника».

2. Зростання популярності туризму в усьому світі. Бюджетні авіакомпанії забезпечили вигідні та бюджетні умови подорожі, як наслідок, до них приєдналася велика кількість потенційних мандрівників з країн, що розвиваються.

3. Покоління «Y» і «Z». Нове покоління прийняло інші підходи та визначило інші вимоги, ніж попереднє покоління, «старше покоління» вважало готелі та послуги з оренди автомобілів, тоді як молоде покоління віддавало перевагу Airbnb та Uber.

4. Практика управління активами сприяла зосередженню на самому бізнесі, що підвищувало власну продуктивність.

5. Професіоналізація. Успіхи в індустрії гостинності сприяли розширенню нових можливостей роботи, але попит на кількісні здібності зріс.

6. Соціальні мережі та нові форми взаємодії в соціальних мережах підвищили якість обслуговування, підвищили прозорість і покращили послуги, що надаються готелями.

7. Економіка спільного використання, особливо онлайн-сервіс Airbnb,

призвела до загострення конкурентної сфери та вказала на значні проблеми в готельній індустрії.

8. Стабільність. Люди стали більше турбуватися про екологічні та соціальні проблеми.

9. Туристичні онлайн-агенти (ОТА) створили міцні зв'язки з мандрівниками та просуvalи власні бренди. Зокрема, такі відомі бренди, як Booking Holdings і Expedia, поглинули готельні бренди, ці бренди більше не пов'язані з власниками готелів. В результаті готельєри втратили вартість і прибуток.

10. Використання цифрових технологій і цифрового декору в кімнаті полегшило контроль над багатьма аспектами управління та обслуговування клієнтів.

Як продемонстрували вищезазначені концепції та тенденції, все обертається навколо необхідності еволюції готельної індустрії для кращої адаптації до сучасних умов. Через вплив економіки це вимагає еволюції технологій і ролі технологічних компаній, які можуть замінити більшість готельних брендів і мати значний вплив на традиційні готелі.

Готелі майбутнього повинні відповідати вимогам сучасного світу, оскільки вони все частіше стають місцями відпочинку, роботи, натхнення, здоров'я, спілкування тощо. Можливості для готельєрів численні, а очікування гостей, як ділових, так і приватних, значні. Готелі повинні враховувати такі критерії:

- індивідуальні ідеї, що враховують інтереси індивідуалістів;
- визначення кулінарії;
- розташування та природний простір (еко-готелі, активна участь у екологічних програмах та заходах);
- здоров'я як передумова сучасного життя (реабілітаційні центри, медичні установи);
- вплив цифрових технологій і нових методів офлайн-комунікації зараз значний.

- створення простору для навчання, тренування сприйняття, відпочинку;
- відкритість і прозорість у спілкуванні тощо

Поточні та прогнозовані глобальні тенденції в індустрії гостинності свідчать про те, що гостинність високого класу та фірмова гостинність все ще будуть мати важливе значення в майбутньому, оскільки впізнаваність бренду стала першорядною для гостей. Інший готельний бізнес зростає: конкуренція традиційного готельного господарства [58].

В результаті готельна індустрія стикається з викликами сьогодення та вимогами сучасних мандрівників. Він має бути підготовленим і шукати свій шлях, бути готовим до змін, враховувати сучасний розвиток світової готельної індустрії та запити гостей.

Крім того, початок 21 століття характеризується бурхливим розвитком Інтернету технології та їх інтеграція в усі сфери життя суспільства. З появою великої кількості мобільних пристроїв, призначених для роботи в Інтернеті, збільшилася швидкість передачі даних і знизилася вартість, збільшилася зона покриття мережі, значно збільшилася соціалізація та персоналізація Інтернет-ресурсів. Доступ до Інтернету змінив тип спілкування в Інтернеті з ділового на повсякденне спілкування для людей сьогодні.

Туризм став першим, хто використав Інтернет-технології, ця технологія мала значний вплив на розвиток туризму. Спочатку потенціал для швидкого обміну інформацією та великої кількості віддалених користувачів для доступу до неї почали використовувати у сфері транспорту. Пізніше були розроблені системи, присвячені бронюванню готельних послуг. Зрештою, туроператори почали просувати пакети турів через Інтернет. Використання Інтернету призвело до значного збільшення різноманітності туристичних пропозицій, збільшення доступності самоорганізованих подорожей та збільшення інтересу до туристичних місць, які раніше було важко зрозуміти. Відповідно до звіту World Travel Trends Report 2018/2019.D.1, зростання популярності соціальних медіа та мобільних технологій у туризмі вважається

однією з найбільш значущих тенденцій у сфері розвитку туризму.

туризм розглядається як глобальне економічне явище, що діє в умовах гострої конкуренції, яка часто характеризується високим ступенем схильності до інноваційних процесів, відповідність цим процесам часто є основним фактором конкурентоспроможності туристичних організацій.

Основні вектори інноваційної діяльності у сфері туризму:

- випуск нових продуктів, призначених для туристів, продуктів ресторанного господарства, готельних послуг та іншої продукції;
- використання нових технологій і обладнання при створенні традиційної продукції.
- використання нових туристичних ресурсів, які раніше не використовувалися (наприклад, подорожі на космічних кораблях);
- зміни в організації виробництва та споживання, яке традиційно відбувається в ресторанах, готелях та інших туристичних продуктах, а також послуг, які надаються в цих закладах.; нові методи маркетингу, новий менеджмент;
- визначення та використання нових ринків збуту продукції (мережі готелів і ресторанів).

Сучасний етап експансії туризму також відзначений зростанням популярності інноваційних технологій. Вони демонструють удосконалення кожної складової інфраструктури, пов'язаної з міжнародним туризмом, що підвищує складність і різноманітність туристичної діяльності, задовольняє більш складні потреби сучасної людини в різноманітності відпочинку та розваг, розвитку нових маршрутів і ринків, та покращення інфраструктури.

Усна реклама має вирішальне значення для реклами туризму. Позитивна інформація про туризм має ефективність поширення 7, а негативна – 22. В результаті будь-які скарги клієнтів на саму послугу надходили втричі швидше, ніж позитивні відгуки. У підсумку висновок: немає більш ефективної реклами, ніж задоволений клієнт.

3.3. Інноваційні підходи до цифровізації туризму в умовах трансформації туристичного простору.

У результаті закордонні дослідження показали, що поведінка споживачів туристичних послуг суттєво змінилася. Все частіше туристи планують свої подорожі онлайн, а не безпосередньо. Розвиток соціальних медіа сприяв новій формі взаємодії між учасниками індустрії туризму.

Швидкий прогрес цифрових технологій суттєво трансформує структуру та механізми роботи туристичної індустрії, що вимагає нового підходу до взаємодії з клієнтами. Сьогодні мандрівники все частіше віддають перевагу цифровим сервісам і продуктам, які допомагають отримати потрібну інформацію, глибше пізнати культуру та організувати подорож у зручному інтерактивному форматі.

Сучасні цифрові технології істотно змінюють туристичне середовище, формуючи інноваційні форми створення, презентації та споживання туристичних продуктів [31].

Центральна роль інновацій і цифровізації у відновленні туризму, ймовірно, буде значною, використання місцевих цінностей і створення відповідних робочих місць для всіх, особливо для молоді, жінок і вразливих груп суспільства.

«Дорожня карта» трансформації туризму має бути зосереджена на п'яти напрямках, які є пріоритетними для галузі:

1. Врегулювати кризу та зменшити соціальні та економічні наслідки кризи, особливо для жінок, які мають роботу та залежать від доходу, особливо щодо зайнятості та безпеки свого економічного життя. слід застосовувати поетапні та спільні рішення та реагування з метою:

1.1. збереження засобів існування, робочих місць, доходів і компаній;

1.2. виховання довіри шляхом забезпечення безпеки та захисту в усіх формах туризму.

1.3. зміцнення партнерства та солідарності в прагненні до економічного відновлення, головним чином зосереджуючись на залученні

людей і зменшенні нерівності.

2. Підвищення конкурентоспроможності та зменшення потенціалу. Допомогати розвитку туристичної інфраструктури та надавати послуги високого рівня по всьому ланцюжку виробництва та розподілу туристичних послуг; сприяти інвестиційній діяльності та створювати сприятливі умови для місцевих ММСП, диверсифікувати продуктову лінійку та ринок, а також, наскільки це можливо, сприяти розвитку внутрішнього та регіонального туризму.

3. Збільшення інновацій та оцифрування екосистеми туризму. Майбутні пакети заходів для відновлення та розвитку туризму повинні максимізувати використання технологій у туристичній екосистемі та сприяти цифровізації з метою розробки нових рішень і виділення коштів на розвиток цифрових можливостей.

4. Сприяти екологічно стійкому та інклюзивному «зеленому» зростанню. Вкрай важливо, щоб туризм поступово ставав більш життєздатним, конкурентоспроможним, ресурсозберігаючим і безвуглецевим відповідно до цілей і принципів Паризької угоди щодо зміни клімату та Порядку денного сталого розвитку до 2030 року. Державна допомога та підтримка готельних, круїзних та авіаційних компаній.

5. Посилення координації та партнерства з метою трансформації туризму та досягнення ЦСР.

Глобальний кризовий комітет з питань туризму ЮНВТО об'єднав увесь туристичний сектор, щоб розробити комплексну відповідь на неочікувану епідемію COVID-19. Відновлення туристичних напрямків і компаній залежатиме від їх здатності використовувати технології для розуміння та дослідження; створення та маркетинг нових пропозицій; використання цифрових платформ для підвищення конкурентоспроможності та гнучкості ММСП щодо охоплення клієнтів, створення нових пропозицій та впровадження ефективних протоколів охорони здоров'я. Як результат, еволюція інноваційних методів у сфері туризму та створення

підприємницьких екосистем може сприяти цифровій трансформації. Інновації можуть стосуватися створення нових цифрових моделей управління для сектора та створення нових робочих місць, а також створення нових екологічно чистих продуктів і досвіду, які пов'язують мандрівників із природою та творчим світом, а також розширюють можливості громад. Усі ці теми пов'язані з безпечною подорожжю за допомогою технологій. Інші цифрові технології, такі як дистанційні та супутникові технології, також можуть бути використані для просування екологічного планування та регулювання, збереження природних ресурсів для туризму та їх захисту. Крім того, криза сприяла швидкому переходу на цифрові технології та поставила питання про те, як цифровий розрив впливає на окремі групи населення, включно з жінками. Для індустрії туризму, особливо для жінок і молоді, надзвичайно важливо вчитися фрілансу та використовувати цифрові інструменти та ресурси, щоб спростити процес підготовки до працевлаштування в майбутньому та забезпечити гнучкість підготовки до роботи.

Комбіновані вильоти зі Стамбула та Каппадокії, які заплановані на «Чудове поєднання Стамбула та вильоту Каппадокії з Києва».

У програму можуть бути внесені зміни через кризу COVID-19.

Маршрут туру: Київ - Житомир - Хмельницький - Кам'янець-Подільський - Чернівці - Стамбул - Анкара - Каппадокія - Стамбул - Київ

Виїзд: Можлива підсадка в автобус:	06:00 - збір групи у м. Київ - Метро Житомирська (автосалон Інфініті). 06:30 - виїзд із Києва. Житомир, Хмельницький, Кам'янець-Подільський, Чернівці
Тривалість туру	7 днів / 6 ночей
Нічних переїздів	2 нічних переїзди
Транспорт	комфортабельний автобус єврокласу
Екскурсії включені у вартість	1
Екскурсії не включені у вартість	14
Вартість туру без депозиту	158 €

День 1. Усіх туристів зустрічає представник компанії (Київ – метро Житомирська (автосалон Infiniti)). За кілька днів до початку поїздки ви отримаєте лист з більш конкретною інформацією організаційного характеру). 06:00 - Місце збору групи знаходиться в місті Києві, біля станції метро Житомирська (автосалон Infiniti).

06:30 - виїзд з Києва.

Автобусом можна доїхати: Житомир, Хмельницький, Кам'янець-Подільський, Чернівці.

м. Житомир (с. Зарічани, пл. Бердичівський, 11 або АЗС ОККО).

м. Хмельницький (траса Н-03 Житомир-Чернівці 192 км // АЗС WOG).

м. Кам'янець-Подільський (проспект М. Грушевського, 2Б).

Перехід кордону. Проходить по території Румунії та Болгарії. Нічна зміна.

День 2. Стамбул

chuyển đến thành phố Стамбул.

Проживання в готелі.

Додатковий час.

Замовляйте комплексний обід у готелі (7€).

Оглядова пішохідна екскурсія по Стамбулу (у вартості туру). Таємничий і величний, галасливий і прекрасний Стамбул є сполучною

ланкою між Європою та Азією, між традиційним Сходом і сучасним Заходом. За свою довгу історію він змінив кілька назв і був столицею чотирьох різних імперій: Римської, Візантійської, Османської та Латинської. Під час нашої подорожі ми познайомимося з цим чудовим містом і побачимо: Блакитну мечеть, Римський іподром, турецькі лазні, Південну Софію, палац Топкапи та площу Султанахмед.

У вільний час ми пропонуємо:

Традиційний турецький хамам (18 євро, 25 євро з масажем).

Ще один інтригуючий аспект турецької культури можна побачити в хамамі, який існує вже майже 300 років. Хамам — це не просто місце для парилки чи масажу, це також повноцінний ритуал, який очищає розум і тіло. Відвідувачі подорожують кімнатами з різною температурою. Це важливо, оскільки з часом організм почне адаптуватися до вищих температур і вологості. Внутрішнє оздоблення парної зазвичай складається з каменю, кераміки, пластику або мармуру. Спочатку тіло розігрівають, лежачи на теплому мармуровому столі, потім спеціальною рукавичкою знімають шкіру, після чого роблять м'який масаж піною. Хамам сприятиме повному розслабленню, відчуттю духовної насолоди та оздоровленню всього організму.

ночівля

День 3. Стамбул - Анкара - Каппадокія

Сніданок.

Огляньте інвентар готелю.

chuyến đến Анкара.

У вільний час ми пропонуємо:

Трансфер в торговий центр (€8).

Переїзд до Мавзолею Ататюрка (€8) – комплексу, який задуманий як символ Нової Туреччини, адже саме тут умиротворяють «батька нації» та представляють його найважливіші ідеї. Дизайн мавзолею гармонійно композиціює архітектурні риси анатолійської та хетської епох, а також

включає сучасні риси.

Пропонуємо подорож до «Анкари – фініш Європи та початок Азії» (€15). Анкара є столицею країни і другим за величиною містом після Стамбула. Незважаючи на недостатню популярність серед туристів, це те місце, де ми, швидше за все, побачимо справжню Туреччину. На поверхні міста збереглися різні релігійні та культурні пам'ятки, а також різні епохи – від римського періоду до сучасності. Під час подорожі ми оглянемо всі основні місця Анкари, зможемо оцінити її пейзажі з вершини стародавньої цитаделі, ми також дізнаємося про місцеві традиції, історії, менталітет і відчуємо колорит турецького повсякденного життя.

Переїзд до Каппадокії - своєрідного регіону Туреччини, де є печери, підземні міста, польоти на повітряній кулі, унікальна їжа, хетське мистецтво, катання на лижах через мертві вулканічні гори та приголомшливі пейзажі.

Проживання в готелі.

Рекомендуємо ближче до вечора відвідати Гьореме (€10) – центр туризму Каппадокії та одне з найпопулярніших міст регіону для відвідувачів. Тут є все, з чим асоціюється Каппадокія: печерні житла та історичні пам'ятки, прекрасні долини та скелясті пейзажі... Все це в поєднанні з чарівним світлом вечора створює неповторну казку та атмосферознавство. Запрошуємо вас стати учасниками цього дивовижного явища з оглядового майданчика!

ночівля

День 4. Каппадокія

Вдихання гарячого повітря повітряної кулі подарує вам незабутні враження. З висоти пташиного польоту краєвиди Каппадокії стають очевидними ще до того, як розкриється вся їх краса. Ви подорожуватимете «дивовижними димарями» та висіченими в скелях резиденціями та зустрінете схід сонця над безмежними долинами.

Вартість подорожі на повітряній кулі:

1. протягом березня/квітня (при бронюванні онлайн 110€, при замовленні на місці 125€).

2. протягом травня-вересня (при покупці онлайн - 115€ / при покупці на місці - 130€)

Сніданок. Вільний день.

У вільний час ми дамо вам можливість зробити безліч неймовірних відкриттів, дізнатися про чудовий край Каппадокія в мандрівці Grand Cappadocia (35 євро + вхід);

Запрошуємо на турецьке свято в Каппадокії (35€).

ночівля

День 5. Каппадокія

На світанку, коли в небі з'являються сотні різнокольорових повітряних куль, а околиці заливаються м'яким світлом ранкового сонця, Каппадокія може бути найромантичнішим місцем на Землі. Ці ідеї нікому не будуть цікаві, а кращого місця для пошуку в Instagram немає!

Рекомендуємо зустрітися на оглядовому майданчику чи популярному місці для фото (10€ трансфер).

Огляньте інвентар готелю. Вільний час. У вільний час ми пропонуємо:

1. Трансфер в торговий центр міста Невшехір - столиці Каппадокії (€8);

2. Екскурсія з вартістю «Життя під землею» (€25);

Відокремлення від Каппадокії. chuyển đến thành phố Стамбул. Пізніше поселення в готель. ночівля

День 6. Стамбул

Сніданок.

Огляньте інвентар готелю.

У вільний час ми запрошуємо вас дослідити 1000-літнє місто Стамбул за допомогою запланованих екскурсій:

Ми надаємо автору екскурсію «місцями Instagram» у Стамбулі (25 євро). Якщо вам подобається досліджувати місто з різних ракурсів, насолоджуватися нестандартними цікавими локаціями і не уявляєте життя без цікавих фото в Instagram, то ця подорож саме для вас! Давайте почнемо

нашу подорож з мільйона різних місць! У Стамбулі має бути зона, яка дає найефективніші удари з усієї Туреччини. Це дах споруди, з якого відкривається вид на все місто Стамбул. Тут можна одягнути костюми турецьких государів, сфотографувати сидіння, спеціально для вас викличуть чайок, пригостять чаєм або кавою. Тут ви можете сфотографувати свою мрію! (Вхід додатковий і вартість вище). Після огляду краєвидів та фотографування ми вирушимо до найстарішого району нинішнього розташування в Стамбулі. Місцеві квартали з їх різноманітною архітектурою, нестандартним дизайном і кольором є безмежним джерелом натхнення для фотографій. Продовжимо нашу подорож кількома популярними локаціями Instagram... У гонитві за новими локаціями та інтригуючими ракурсами ви побачите зовсім інший, але все одно чарівний Стамбул. Звичайно, прогулянка не обходиться без привабливих образів.

Палац Топкапи (15 євро + квиток) – найбільший і найстаріший палац на Землі, який існує і сьогодні. Палац розташований на першому фундаменті поселення в Стамбулі, він займає один із семи пагорбів міста, звідки відкривається захоплюючий вид на Золотий Ріг, Босфор і Мармурове море. Протягом наступних 400 років цей палац був адміністративним центром Османської імперії, яка була однією з трьох найбільших імперій світу.

Палац Долмабахче в Стамбулі (€15 + вхідний квиток) є пам'ятником процвітання та одночасно занепаду Османської імперії. У всьому світі немає нічого більш вражаючого і вражаючого. Великі території, багаті ресурси та красиве оздоблення – все це сприяло попередній могутності та величчю країни в 19 столітті.

Пропонуємо пішохідну екскурсію «Чарівність нічного Стамбула» (€23). Кожне місто ввечері виглядає в різних костюмах і демонструє свою природу. Жодне інше місто не перевершить красу нічного Стамбула. З іншої точки зору протягом дня Стамбул здається більш величним. Однак вночі стає зрозуміло, що це з іншого боку. Під час подорожі ми оглянемо площу Таксім, яка вважається центром сучасного Стамбула. Вулиця Істікляль починається

на головній і найпопулярнішій пішохідній дорозі міста, яка ніколи не خالی протягом будь-якої пори року чи дня. Тут розташовані популярні ресторани та бари, відомі бренди та популярні нічні клуби, які прикрашені яскраво-червоним потягом, який їздить по країні, або, що частіше, «Ностальгічний поїзд». Вздовж Істікляль ми поїдемо до бухти Золотий Ріг і кварталу Галата, над вечірнім містом постане найвища точка Стамбула і одна з його найстаріших пам'яток - Галатська вежа. Зрештою, ми поїдемо до району Каракей, який має низку вулиць, кафе та ресторанів, цей район популярний серед молоді Стамбула.

Човен по Босфору (20 євро) - подорож на човні по Босфору покаже вам всю велич і красу Стамбула. З палуби судна ми будемо спостерігати за найвизначнішими історичними подіями колишньої столиці Римської, Османської та Візантійської імперій: палацами Долмабахче і Бейлербей, фортецями Румелі Гісар і Анадолу Гісар, островами Галатасарай, Касік і Седеф.

«вечірня прогулянка по Босфору»: (60 євро з алкоголем і 45 євро без алкоголю).

На судні видно мерехтіння вечірніх вогнів, перед нами очікується величне місто Стамбул.

Багато етнічних груп жили в Туреччині, і кожна пов'язувала традиції зі своєю культурою. Ви побачите національні танці жителів узбережжя Чорного, Середземного та Егейського морів, а також кавказькі танці, танець живота і колоритні турецькі весілля. Крім того, дервіші продемонструють вам, забезпечуючи відчуття неймовірного духовного піднесення завдяки ритмічній природі Круження. Ви надовго запам'ятаєте їхнє біле вбрання, високі капелюхи та неймовірну енергію під час танцю та на сцені, все це похідне від танцю. Окрім виняткових розваг, вам буде запропоновано меню з вечерьми та напоями з корабля. Обов'язково спробуйте сумнозвісного «Краба», який у країні вважається майже священним.

Відокремлення від групи.

Нічна зміна.

День 7. Київ

Перехід кордону. Нічний переїзд до Києва (орієнтовний час в дорозі залежить від відстані від кордону).

ВХОДИТЬ У ТУР/НЕ ВХОДИТЬ В ТУР/ ОBOB'ЯЗKOBІ ДОПЛАТИ

1. Подорож включає в себе

1.1. можливість познайомитися з кимось із компанії;

1.2. проїзд комфортабельним автобусом євро-класу (опалення, аудіо, відео);

1.3. місце проживання:

1.3.1. Готель Tayhan 3* (Стамбул)

1.3.2. Готель Meleklerevi Cave and Ioiei (Ургуп) Hotel Sekuklu Evi Cave and Isyaei (Urgup)

1.4. харчування - сніданок в готелі;

1.5. супровід менеджера протягом всієї поїздки.

1.6. страхування;

2. Не є частиною туру

2.1. квитки на вхід;

2.2. дозволені виходи;

2.3. користуватися громадським транспортом};

2.4. доплата за одномісне розміщення - за запитом;

2.5. особисті витрати (обід, вечеря тощо);

2.6. Міський збір - 6€ (місцевий збір, сплачується за автобус керівнику групи, щоб мати номер у готелі)

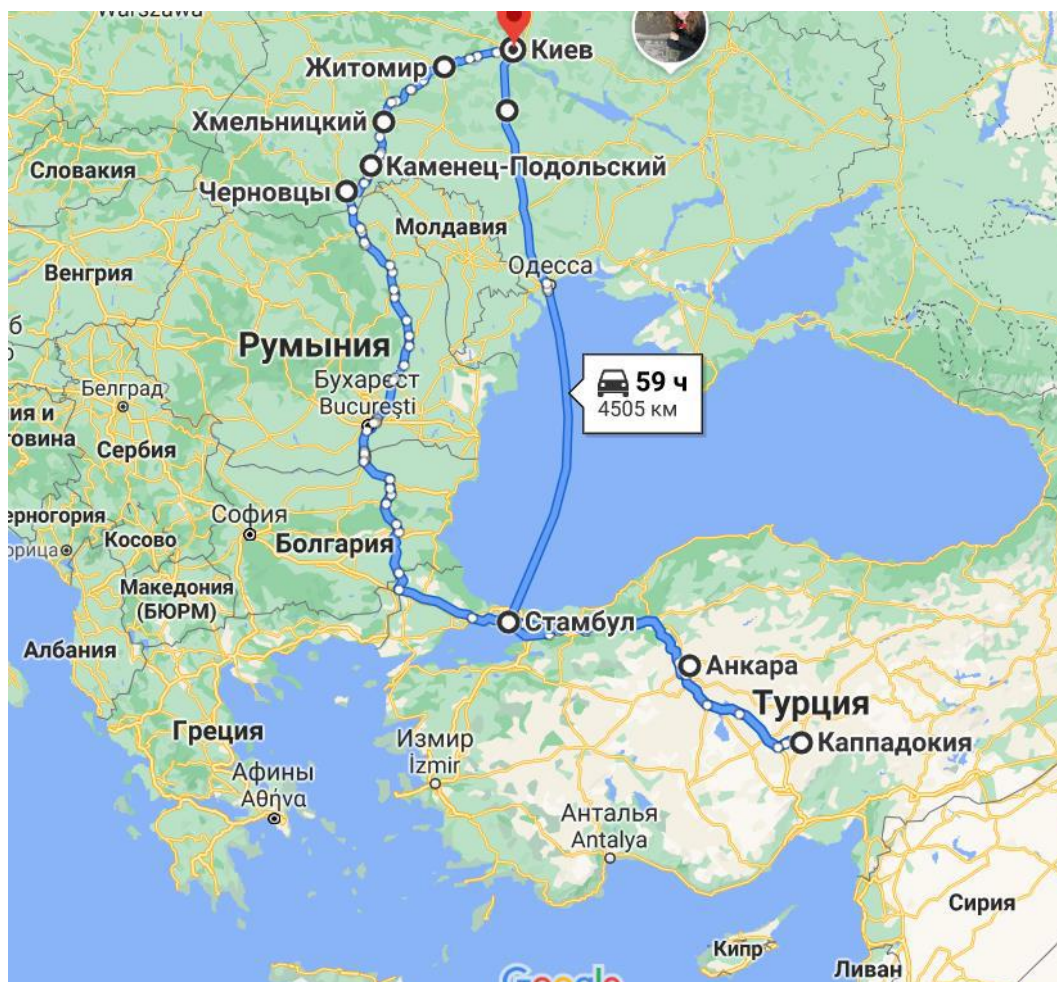


Рис. 3.2.1 Карта маршруту туру

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження можна сформулювати такі висновки:

1. До ключових аспектів оцінки якості послуг, що надаються іноземним туристам, відноситься широкий спектр параметрів, які охоплюють інформаційне забезпечення, розміщення, харчування, трансфери, туристичні програми та додаткові послуги, а також дотримання правил перебування в туристичних регіонах.

2. Зростання туристичних відвідувань України стримується через наявність низки негативних факторів: недостатній розвиток туристичної інфраструктури, недосконалість законодавчої бази, економічну та політичну нестабільність, обмежений спектр доступних послуг, відсутність комплексного уявлення про Україну як туристичну країну та недостатню систему просування і реклами українських туристичних центрів на міжнародному рівні.

3. На початку XXI століття на міжнародному туристичному ринку відбулися суттєві зміни: сформувалися нові регіони з привабливою туристичною репутацією, що збільшило конкуренцію. Серед таких нових центрів туристичної тяжкості – країни Південно-Східної Азії (В'єтнам, Камбоджа, Лаос), Казахстан і Узбекистан, Чилі в Латинській Америці, ПАР в Африці. Навіть традиційні «експортери туристів», як Японія, дедалі активніше розвивають власний туристичний потенціал для залучення іноземних відвідувачів.

4. Туризм став одним із секторів, що зазнав найбільшого негативного впливу під час кризи COVID-19, завдаючи шкоди економіці, засобам існування населення, державним службам та туристичній індустрії у глобальному масштабі.

5. Фактори, що впливають на розвиток міжнародного туристичного бізнесу, можна розділити на дві групи:

- фактори, незалежні від діяльності туристичних організацій (політичні, економічні, соціальні, культурні);

- фактори, які активно використовуються туристичними організаціями для стимулювання розвитку туристичного ринку.

6. Всесвітня туристична організація (UNWTO) виділяє п'ять основних напрямів туризму, що матимуть значний розвиток у ХХІ столітті:

- Космічний туризм;

- Круїзний туризм – один із найпопулярніших і найдинамічніших секторів;

- Освітній та культурний туризм – очікується посилення ролі у Європі, Азії та на Близькому Сході, що стимулює збереження пам'яток культури;

- Пригодницький туризм – подорожі в екстремальні природні зони (Антарктида, високі гори, глибини океану) для отримання яскравих емоцій та нових вражень;

- Тематичний туризм – базується на відвідуванні тематичних парків і рекреаційних комплексів, популярність яких зростає серед різних категорій туристів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алієва-Барановська В. М., Дахно І.І. Міжнародний туризм: навч. посібник- довідник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 344 с.
2. Артеменко В.Б. Оцінка можливостей участі України у міжнародному туризмі.// *Вісник Львівської комерційної академії*. Серія економічна. 2007. Випуск 26. С. 8-13.
3. Бабіна Н.І. Аналіз рейтингу конкурентоспроможності країн у галузі міжнародного туризму. // *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. 2015. Випуск 3. С. 33-38.
4. Бейдик О.О. Аналіз туристських потоків. // *Determinants of Innovation and Investment Development of Multi-Branch Entrepreneurship, Tourism and Hospitality Industry : Collective monograph. / V. Yatsenko, S. Pasieka, O. Yatsenko and others: Nuremberg: Verlag SWG imex GmbH, Germany. 2019. 431 p. P. 275-285.*
5. Богуш Д. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи. Всеукраїнська Експертна Мережа [Електронний ресурс]. URL:<http://www.experts.in.ua/inform/news/detail.php?ID=81606>.
6. Бондаренко М. П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи. // *Економіка і прогнозування*. 2011. № 1. С 104-119.
7. Витрати та ресурси домогосподарств / *Державна служба статистики України* [Електронний ресурс]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdvdg_rik/dvdg_u/strukt2010_u.htm.
8. Воробель М. Сучасні та майбутні глобальні тенденції в готельній індустрії. Готелі майбутнього.[Електронний ресурс]. URL: <http://sportsscience.ldufk.edu.ua/index.php/trends/article/view/910>.
9. Всесвітня туристична організація. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. URL: <http://unwto.org/>.
10. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. пос.

Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. 180 с.

- 11.Гостюк В. І. Правові засади та механізм державного регулювання туристичної галузі України. // *Часопис Київського університету права*. 2013. № 4. С. 168-173.
- 12.Державна прикордонна служба України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. URL: <https://dpsu.gov.ua/>.
- 13.Державне та муніципальне управління в галузі туризму. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. URL: www.tourism.if.ua.
- 14.Дишкантюк О. Економіка вражень - сучасний етап розвитку суспільного виробництва. // *Економіка харчової промисловості*. 2016. Т. 8. №4. С. 3-9.
- 15.Дітковська С.О. Іноземний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку. // *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері)*. 2007. №11. С.134-137.
- 16.Доходи світової туристичної галузі. URL: forbes.ua/news/dokhodi-svitovoi-turistichnoi-galuzi-syagnut-155-trln-do-2033-roku-pr
- 17.Економічна статистика / Економічна діяльність / Туризм / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm.
- 18.Жовновата О.Ю. Світоглядно-філософське значення туризму як соціокультурного явища. Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика: Мат- ли І Міжн. наук.-практ. конф. (Львів, 31 жовтня - 1 листопада 2018 р.). Львів: ЛТЕУ, 2018. С. 61-63.
- 19.Зайцева В.М. Проблеми, перспективи та тенденції розвитку туризму у світі. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Мат-ли Всеукраїнської наук.- практ. конф. (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.). Одеса: ОНЕУ, 2019. С.59-62.

- 20.Ільїна О.В., ТкачукТ. В. Мобільні додатки як складова Інтернет-технологій у туристичній діяльності України й світу. // *Determinants of Innovation and Investment Development of Multi-Branch Entrepreneurship, Tourism and Hospitality Industry : Collective monograp.* Nuremberg: Verlag SWG imex GmbH, Germany. 2019. P. 353-362.
- 21.Інформація щодо відвідування України іноземцями та виїзду громадян України за кордон (2015-2018 роки) [Електронний ресурс]. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=78cda465-68c3-4646-976c-61e7e9cdae03>.
- 22.Карпенко Н. М. Розвиток туризму у Полтавській області: сучасні тенденції та їх актуалізація. *Інтелект ХХІ століття.* 2020. №4. С. 22-27.
- 23.Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. Чернівці: Книги - ХХІ, 2003. 300 с.
- 24.Коваль П.Ф. В'їзний туризм: Навч. пос. Ніжин: Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. 304 с.
- 25.Кожухівська Р. Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку.// *Інноваційна економіка.* 2012. №29. С.43.
- 26.Колективні засоби розміщування. Головне управління статистики в Полтавській області [Електронний ресурс]. URL: <http://pl.ukrstat.gov.ua/>.
- 27.Кондратенко О. О., Свердло Т.О. Аналіз потоків клієнтів на ринку туристичних послуг України напередодні визначних спортивних подій. *Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси.* 2012. № 3. С. 198-204.
- 28.Ковальська Л., Щука Г., Михайлюк А., Загнибіда Р., Ткаченко Т. (2020). Розвиток туризму припадає на епоху економіко-політичних реформ і війни в Україні. *Журнал геології, географії та геоекології.* С.94-101. URL: <https://doi.org/https://doi.org/10.15421/112009>

- 29.Лиман С. І. Історія туризму: навчальний посібник. Суми : ПФ “Видавництво “Університетська книга”, 2018. 372 с.
- 30.Логвин Д.М. Розвиток міжнародного трансферу технологій в світі та Україні // *Сучасна економічна наука: теорія і практика*: Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної Інтернет- конференції, 15 листопада 2016 р. - Полтава: ПолтНТУ, 2016. - С. 131-134.
- 31.Лисюк Т.В., Костів Б.Т. Інноваційні підходи до цифровізації екскурсійної діяльності в умовах трансформації туристично прогостору. Економіка та суспільство. Випуск 74. 2025р.
- 32.Мазаракі А. А., Ткаченко Т.І, Мельниченко С.В. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг) : Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2013. 388 с.
- 33.Мальська М. П., Антонюк Н.В.,Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ : Знання, 2008. 661 с.
- 34.Мезенцев К. Національні фактори конкуренто-спроможності українських туристичних підприємств на зовнішніх ринках. *Географія та туризм* : Науковий збірник . Київ : Альтерпрес, 2010. Вип. 1. С. 34-39.
- 35.Менеджмент і маркетинг туризму: навч. посібник. Т.М. Афонченкова, О.В. Булюк, Б.П. Масенко та ін.; за ред. О.Є. Лугініна. Київ : Видавництво Ліра, 2012. 364 с.
- 36.Міжнародний туризм : навч. посібник Т. В. Божидарнік, Н.В.Божидарнік, Л. В. Савош [та ін.]. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 312 с.
- 37.Міжнародний туризм: навч.посіб. Прикарпатський університет імені Василя Стефаника: уклад. В.С.Великочий, О.І,Дутчак, В.В.Шикеринець. Івано-Франківськ : Вид.Кушнір Г.М., 2015. 254с.
- 38.Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. URL: <http://me.gov.ua/Documents/>.

39. Найпопулярніші країни серед туристів» URL: <https://finance.novyny.live/miliardni-dokhodi-vid-turizmu-top-10-naipopuliarnishikh-krayin-18132>
40. Національний класифікатор України Класифікація видів економічної діяльності (NACE, Rev.1.1 2002, MOD) ДК 009:2005. Київ: Держспоживстандарт України, 2005. - 210 с.
41. Оформлення віз для в'їзду в Україну і транзитного проїзду через її територію [Електронний ресурс]. URL: <http://mfa.gov.ua/ua/consular-affairs/con/visa>.
42. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. // *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2015. Вип. 126. Ч. 1. С. 12-23.
43. Парфіненко А. Ю. Туристичне країнознавство : підруч. 2-ге вид., перероб. і доповн. Київ : Знання, 2015. 551 с.
44. Пасічник В. Система баз даних та знань туристичних мобільних путівників. // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2016. №843. С. 154-164.
45. Пахомов Ю.М. Система цінностей як фактор конкурентоспроможності країн у глобальному світі. // *Економіка ринкових відносин*. 2008. №1 (1). С. 38-45.
46. Пестушко В.Ю. Кон'юнктура світового ринку туристичних послуг в умовах глобальної економічної кризи. *Географія та туризм: Науковий збірник*. Київ : Альтерпрес, 2010. Вип. 3. С. 44-51.
47. Підсумки 2016 року. Збірник Інституту стратегічних досліджень «Нова Україна». Київ : 2016. 71 с.
48. Про внесення змін до Закону України “Про туризм”: Закон України / Відомості Верховної Ради України [Текст]. 2004. №13. Ст. 180.
49. Про затвердження Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України. Постанова Кабінету Міністрів України № 1609. [Електронний ресурс]. URL: [http:](http://)

search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP031609.html.

50. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII XII [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>. - Назва з екрана.
51. Про інноваційну діяльність. Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2002. №36. С.266. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.
52. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України від 1.06.2000 р. № 1775-III [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>. - Назва з екрана.
53. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України. Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1994. №18. С.101.
54. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: Закон України від 23.09.1994 р. № 185/94-ВР [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.
55. Про Правила в'їзду іноземців та осіб без громадянства в Україну, їх виїзду з України і транзитного проїзду через її територію. Постанова Кабінету Міністрів України від 29 грудня 1995 р. № 1074. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
56. Про Стратегію сталого розвитку “Україна - 2020”. Указ Президента України від 12.01.2015 № 5/2015 [Електронний ресурс]. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/U005_15.html.
57. Про туризм: Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1995. - №31. - Ст.241 (в редакції від 04.08.2011). [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre>.
58. Пурська І. Класифікаційні ознаки міжнародного туризму. І. Пурська. Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2016.

Випуск 40. С. 187-195.

- 59.Самойленко. О. А. Роль туризму у світовій економіці. *Інвестиції. Практика та досвід*. 2013. №20. С. 72-19.
- 60.Світовий атлас даних [Електронний ресурс]. URL: <https://knoema.ru/atlas/topics/Туризм>.
- 61.Січка І.І. Аналіз особливостей та розвитку туристичного ринку України. *Економіка і суспільство*. 2016. №7. С. 158-162.
- 62.Смаль І. В. Міжнародний туризм першої чверті XXI ст.: динаміка, тенденції, перспективи. Determinants of Innovation and Investment Development of Multi-Branch Entrepreneurship, Tourism and Hospitality Industry : Collective monograph. / V. Yatsenko, S. Pasieka, O. Yatsenko and others: [Ed. By Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V.M.]. Nuremberg: Verlag SWG imex GmbH, Germany. 2019. P. 373-384.
- 63.Смаль І. В. Тенденції та особливості розвитку міжнародного туризму. // *Географія та туризм*. Київ : Альтпрес, 2010. Вип. 8. С. 8-13.
- 64.Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин : Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.
- 65.Смирнов І., Любіцева О. Туристичний бізнес під час пандемії COVID-19: світовий та український досвід. // *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: Туризм. 2020. - №3(2). - С. 196-208.
- 66.Софійчук К. К. Підвищення туристичної привабливості України. // *Економіка та держава*. 2017. №10. С. 63-66.
- 67.Статистика прибитий туристів по регіонам мира в 2017 году [Електронний ресурс]. URL: http://www.world-tourism.org/frameset/silk_road.html.
- 68.Статистичний щорічник України за 2019 рік. Державна служба статистики України: за ред. І. Є. Вернера відп. за вип. О.А.

Вишне夫ська. Київ, 2020. 465 с.

69. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017>.
70. Структура сукупних витрат / Головне управління статистики в Полтавській області [Електронний ресурс]. URL: <http://pl.ukrstat.gov.ua/>.
71. Транспорт / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tr.htm.
- 72.(91) Туризм в Україні [Електронний ресурс]. Держкомстат України, 2012. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
73. Туристична діяльність в Україні у 2018 році: стат. бюлет. [відп. за вип. О.О. Кармазіна]. Київ : Державна служба статистики України, 2019. 90 с.
74. Туристичні потоки. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm.
- 75.(94) Україна 2019-2020: ознаки прогресу та симптоми розчарування (аналітичні оцінки) [Електронний ресурс]. URL: razumkov.org.ua.
76. Украинский паспорт поднялся в мировом рейтинге "самых сильных". [Електронний ресурс]. URL: www.passportindex.org/byRank.php.
77. Украинцы за год почти в два раза сократили свой срок отдыха возле моря. [Електронний ресурс]. URL: <https://strana.ua/news/170178-ukraintsy-stali-menshe-ezdit-na-more-i-bolshe-otdykhat-na-karpatakh.html>.
- 78.
79. Чернікова В.І. Особливості інновацій в туризмі. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.stattionline.org.ua/ekonom/>

39/3666_osoblivosti_innovacij_u_turizmi.html.

- 80.Цілі сталого розвитку 2016-2030 [Електронний ресурс]. URL:<http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>.
- 81.Шепелюк С.І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. *Вісник ДІТБ*. 2013. №17. С. 262-268. [Електронний ресурс]. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/shepeljuk2.htm.
- 82.Щепанський Е. В. Методична сутність і класифікаційні ознаки туризму. // *Державне будівництво*. 2010. №1. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2010-1/doc/2/12.pdf>.
- 83.Які країни світу не відвідують туристи. [Електронний ресурс]. URL: https://1news.com.ua/svit/__trashed-204.html.
- 84.European Commission, Eurostat [Електронний ресурс]. Panorama on tourism. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
- 85.European Travel Monitor [Електронний ресурс]. URL: <http://www.ipkinternational.com/en/business-sectors/world-european-travelmonitor-data/>.
- 86.Internet World Stats. - Way of access: [Електронний ресурс]. URL: <http://www.internetworldstats.com>.
- 87.Keller P., Bieger T. Innovation in Tourism-Creating Customer. Innovation and Product Development. 2005. - Vol. 47. - 384 p.
- 88.Myronov Yu. Sustainable Tourism Development in the Regions: Essence, Principles, Impact Factors, Assessment Methods / Yu. Myronov, M. Logvyn. Trends, Prospects and Challenges of Sustainable Tourism Development : monograph. Ed. by M. Barna. Lviv : Lviv University of Trade and Economics, 2020. P. 7-18.
- 89.The global travel consumer. Current and emerging trends [Електронний ресурс]. URL: <http://www.wayn.com/media/WTTCBudgetTravelWAYNEmergingTrends.pdf>.

90. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. [Електронний ресурс]. URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/>.
91. Tourism highlights 2018 Edition. World Tourism Organization UNWTO. [Електронний ресурс]. URL: <http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>. - 20 p.
92. Tourism highlights 2019 Edition. World Tourism Organization UNWTO. [Електронний ресурс]. URL: <http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>. - 24 p.
93. Tourism highlights 2020 Edition. World Tourism Organization UNWTO. [Електронний ресурс]. URL: <http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>. - 24 p.
94. UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2018.pdf.
95. World Travel and Tourism Council. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/methodology>.
96. World Tourism Barometer. [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2019_02.pdf.
97. «Visit Ukraine in the future»: українські готелі в гарячих точках просять світ про підтримку. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://visitukraine.today/uk/blog/214/visit-ukraine-in-the-future-ukrainski-goteli-v-garyacix-tockax-prosyat-svit-pro-pidtrimku>.
98. International tourism consolidates strong recovery amidst growing challenges. (2022) URL: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
99. UNWTO: офіційний Режим доступу: <https://www.unwto.org/> сайт Електронний ресурс.